



Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Алтайский государственный аграрный университет»

СОГЛАСОВАНО

Декан экономического факультета  
  
В.Е. Левичев  
« 4 » июля 2016 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе  
  
И.А. Косачев  
« 8 » июля 2016 г.

**Кафедра товароведения и маркетинга**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Направление подготовки  
**38.03.07 Товароведение**

**Уровень высшего образования – бакалавриат**  
**Программа подготовки – прикладной бакалавриат**

Барнаул 2016

Рабочая программа учебной дисциплины «Категорийный менеджмент» составлена на основе требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.07 «Товароведение», в соответствии с учебным планом, утвержденным ученым советом университета:

- 29.03.2016 г. по направлению подготовки 38.03.07 «Товароведение» для очной формы обучения.

Рассмотрена на заседании кафедры, протокол № 4 от «24» июня 2016 г.

Зав. кафедрой  
д.э.н., профессор



И.В. Ковалева

Одобрена на заседании методической комиссии экономического факультета, протокол № 7 от «30» июня 2016 г.

Председатель методической комиссии

к.п.н., доцент  
ученая степень, ученое звание

  
подпись

Н.В. Тумбаева

Составитель:  
к.э.н., ст. преподаватель  
ученая степень, должность

  
подпись

Д.В. Рожкова

# Лист внесения дополнений и изменений в рабочую программу учебной дисциплины «Категорийный менеджмент»

**на 2017 - 2018 учебный год**

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры, протокол № 11 от 29 августа 2017 г.


В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1. изменения не вносились
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

Составители изменений и дополнений:

_____	_____	_____
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия
_____	_____	_____
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия

Зав. кафедрой  
д.э.н., профессор  
ученая степень, ученое звание

  
подпись

Ковалева И.В.  
И.О. Фамилия

**на 201\_\_ - 201\_\_ учебный год**

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры, протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

Составители изменений и дополнений:

_____	_____	_____
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия
_____	_____	_____
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия

Зав. кафедрой

_____	_____	_____
ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия

**на 201\_\_ - 201\_\_ учебный год**

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры, протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

Составители изменений и дополнений:

_____	_____	_____
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия
_____	_____	_____
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия

Зав. кафедрой

_____	_____	_____
ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия

**на 201\_\_ - 201\_\_ учебный год**

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры, протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

Составители изменений и дополнений:

_____	_____	_____
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия
_____	_____	_____
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия

Зав. кафедрой

_____	_____	_____
ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия

## Оглавление

1. Цель и задачи освоения дисциплины	5
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	5
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	6
4. Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий	7
5. Тематический план освоения дисциплины	7
6. Образовательные технологии	9
7. Характеристика фондов оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	10
7.1 Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости	10
7.2 Характеристика фондов оценочных средств для промежуточной аттестации	12
8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины	13
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	13

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины «Категорийный менеджмент» является формирование у студентов системного представления о формировании и управлении категориями товаров в торговых организациях.

Задачами дисциплины «Категорийный менеджмент» являются:

- ✓ формирование знаний в области ассортиментной политики розничных торговых предприятий;
- ✓ изучение различных методик анализа ассортимента розничных торговых сетей;
- ✓ ознакомление с механизмом оптимизации ассортимента товаров в соответствии с потребительским спросом и конкурентным позиционированием;
- ✓ изучение современных методов управления ассортиментом на основе категорийного менеджмента, включая особенности формирования товарных категорий;
- ✓ приобретение умений и навыков использования методов ABC \ XYZ – анализа, SWOT –анализа применительно к товарной номенклатуре розничных торговых сетей.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Категорийный менеджмент» относится к вариативной части Блока 1 образовательной программы.

Таблица 2.1 – Сведения о дисциплинах, практиках (и их разделах), на которые опирается содержание данной дисциплины

Наименование дисциплин, других элементов учебного плана	Перечень разделов
Информационное обеспечение коммерческой деятельности	Работа с массивами данных
Рынок продовольственных товаров	Товарные категории
Основы торгового дела	Товарный ассортимент

## 3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Таблица 3.1 – Сведения о компетенциях и результатах обучения, формируемых данной дисциплиной

Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной	Коды компетенций в соответствии с ФГОС ВО	Перечень результатов обучения, формируемых дисциплиной		
		По завершении изучения данной дисциплины выпускник должен		
		знать	уметь	владеть
способность применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации сырья и товаров с учетом их потреби-	ПК-5	-теоретико-методологические основы формирования ассортимента товаров в розничной торговле; - факторы, влияющие на формирова-	- организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями; - разрабатывать ассортиментную матрицу на основе класси-	- методологией категорийного менеджмента; - навыками управления ассортиментом товаров в розничных торговых сетях.

тельских свойств		ние и сохранение качества товаров; - методы анализа ABC \ XYZ – анализ, SWOT –анализ.	факторов; оптимизировать ассортиментную политику торгового предприятия; - решать ситуационные задачи практической направленности с использованием ABC \ XYZ – анализа, SWOT –анализа.	
------------------	--	--	--	--

#### 4. Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий

Таблица 4.1 – Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий, реализуемой по учебному плану направления «Товароведение» для очной формы обучения, часов

Вид занятий	Форма обучения		
	очная	заочная	
	программа подготовки		
	полная	полная	ускоренная
1. Аудиторные занятия, часов, всего,	46		
в том числе:			
1.1. Лекции	24		
1.2. Лабораторные работы	-		
1.3. Практические (семинарские) занятия	22		
2. Самостоятельная работа, часов, всего	62		
в том числе:			
2.1. Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	-		
2.2. Расчетно-графическое задание (РГР)	-		
2.3. Самостоятельное изучение разделов	16		
2.4. Текущая самоподготовка	34		
2.5. Подготовка и сдача зачета	12		
2.6. Контрольная работа (К)	-		
Итого часов (стр. 1+ стр.2)	108		
Форма промежуточной аттестации	3		
Общая трудоемкость, зачетных единиц	3		

\* Формы промежуточной аттестации: зачет (3).

## 5. Тематический план освоения дисциплины

Таблица 5.1 – Тематический план изучения дисциплины по учебному плану направления 38.03.07 «Товароведение» для очной формы обучения, часов

Наименование темы	Изучаемые вопросы	Объем часов				Форма текущего контроля*
		Лекции	Лабораторные работы	Практические (семинарские) занятия	Самостоятельная работа	
<b>3 семестр</b>						
Современные методы управления ассортиментом в торговле на основе менеджмента товарных категорий	Предпосылки формирования системы менеджмента товарных категорий. Менеджмент товарных категорий: принципы, организация, методы управления. Этапы внедрения менеджмента товарных категорий. Стратегические цели и задачи управления ассортиментом в рамках менеджмента товарных категорий.	4	-	4	8	КЛ, ДЗ
Концепция управления категориями товаров	Понятие и сущность категорийного менеджмента. История развития категорийного менеджмента. Суть концепции категорийного менеджмента.	4		4	8	
Формирование товарных категорий	Сущность категории. Цели и задачи формирования товарных категорий. Структура категории как основа для формирования матрицы. Виды, типы товарных категорий, правила и процедуры их формирования. Принципы размещения торговых групп и категорий на торговой площади.	4	-	4	8	КЛ, ДЗ
Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия	Алгоритм формирования ассортиментной программы. Цели оптимизации ассортимента. Стратегия и тактика управления ассортиментом. Ассортиментная и ценовая политика розничного торгового предприятия.	4	-	4	8	КЛ, ДЗ, Р
Методология категорийного менеджмента	Структурирование ассортимента. Товарный классификатор. Ассортиментная матрица и ассортиментный минимум. Построение ассортиментных матриц на основе классификаторов. Свойства ассортимента. Формирование категорий в ассортименте. Определение структуры категорий. Балансировка ассортимента по ширине и по глубине. Корректировка цен на товары внутри категорий.	4	-	2	8	КЛ, ДЗ
Анализ результатов управления ассортиментом	АВС-анализ. Правило Парето. Порядок проведения АВС-анализа. АВС-анализ по прибыли. АВС-анализ по двум параметрам. XYZ-анализ. Совмещенный АВС и XYZ-анализ. Оборачиваемость товарных запасов. Прогнозирование спроса на основе статистики. определение уровня страхового запаса.	4	-	4	10	КЛ, ДЗ
Подготовка к зачету		x	x	x	12	x
<b>Всего</b>		<b>24</b>	<b>-</b>	<b>22</b>	<b>62</b>	<b>x</b>

\*Формы текущего контроля: домашнее задание (ДЗ); реферат (Р); собеседование или устный опрос (С); тестирование (Т); индивидуальное задание (ИЗ), терминологический диктант (ТД).

**Таблица 5.2 – Вид, контроль выполнения и методическое обеспечение СРС по учебному плану направления «Товароведение» для очной формы обучения**

№ п/п	Вид СРС	Количество часов	Контроль выполнения	Методическое обеспечение
1	Подготовка к коллоквиуму и выполнение индивидуального задания по теме: «Современные методы управления ассортиментом в торговле на основе менеджмента товарных категорий»	6	КЛ, защита ИЗ	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
2.	Подготовка к коллоквиуму и выполнение индивидуального задания по теме: «Концепция управления категориями товаров»	6	КЛ, защита ИЗ	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
3.	Подготовка к коллоквиуму и выполнение индивидуального задания по теме: «Формирование товарных категорий»	6	КЛ, защита ИЗ	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
4.	Подготовка к коллоквиуму и выполнение индивидуального задания по теме: «Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия»	6	КЛ, защита ИЗ	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
5.	Подготовка к коллоквиуму и выполнение индивидуального задания по теме: «Методология категорийного менеджмента»	6	КЛ, защита ИЗ	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
6.	Подготовка к коллоквиуму и выполнение индивидуального задания по теме: «Анализ результатов управления ассортиментом»	4	КЛ, защита ИЗ	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
7.	Самостоятельное изучение разделов	16	Зачет	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
8.	Подготовка к зачету	12	Зачет	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы



## 6. Образовательные технологии

Реализация компетентностного подхода при изучении дисциплины «Категорийный менеджмент» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий ( табл. 6.1).

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах по дисциплине «Категорийный менеджмент», в соответствии с данной программой составляет 100 процентов.

Таблица 6.1 – Активные и интерактивные формы проведения занятий, используемые на аудиторных занятиях по учебному плану направления 38.03.07 «Товароведение» для очной формы обучения

Семестр	Вид занятия	Используемые активные и интерактивные формы проведения занятий	Количество часов*
4-й	Лекция	Лекции -презентация	20
	Лекция	Использование видеоматериалов	4
	Практическое занятие	Разбор конкретных профессиональных ситуаций	12
	Практическое занятие	Просмотр и анализ учебных фильмов	2
	Практическое занятие	Семинар-беседа с приглашенными специалистами-практиками	4
	Практическое занятие	Выездное групповое занятие в ООО «Розница К-1» г. Барнаул	4
Итого			46

\*- в одном аудиторном занятии могут сочетаться различные формы проведения занятий

## 7. Характеристика фондов оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

### 7.1 Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости

С целью мотивации студентов к качественному освоению компетенций и достижению результатов обучения, формируемых дисциплиной «Категорийный менеджмент», преподавателем используются такие формы текущего контроля, как выполнение индивидуального задания, устный опрос в форме коллоквиума.

#### Методические рекомендации для проведения практических занятий

##### **Коллоквиум как форма текущего контроля успеваемости**

С целью закрепление теоретического материала и контроля успеваемости на практических (семинарских) занятиях преподавателем проводится коллоквиум.

Суть коллоквиума заключается в том, что преподаватель ставит студентам вопросы по содержанию изученного материала и побуждает их к ответам, выявляя таким образом степень его усвоения. Поскольку коллоквиум является вопросно-ответным способом проверки знаний студентов, то он проводится в рамках семинара-беседы.

Ответ студента оценивается по пятибалльной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» ставится, если студент показал высокий уровень освоения теоретического материала и ответил на все дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» ставится, если при ответе студент в основном четко изложил суть вопроса, но не смог полностью ответить на все дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент при ответе частично изложил суть поставленного вопроса, но логику изложения сохранил.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент дал неполный ответ на поставленный вопрос с нарушением логики и допущением ошибок в изложении теоретического материала или не смог ответить на поставленный вопрос.

### **Вопросы для коллоквиумов по темам курса**

***Вопросы по теме: «Современные методы управления ассортиментом в торговле на основе менеджмента товарных категорий»:***

1. Предпосылки формирования системы менеджмента товарных категорий.
2. Менеджмент товарных категорий: принципы, организация, методы управления.
3. Этапы внедрения менеджмента товарных категорий.
4. Стратегические цели и задачи управления ассортиментом в рамках менеджмента товарных категорий.

***Вопросы по теме: «Концепция управления категориями товаров»***

1. Понятие и сущность категорийного менеджмента.
2. История развития категорийного менеджмента.
3. Суть концепции категорийного менеджмента.

***Вопросы по теме: «Формирование товарных категорий»***

1. Сущность категории.
2. Цели и задачи формирования товарных категорий.
3. Структура категории как основа для формирования матрицы.
4. Виды, типы товарных категорий, правила и процедуры их формирования.
5. Принципы размещения торговых групп и категорий на торговой площади.

***Вопросы по теме: «Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия»***

1. Алгоритм формирования ассортиментной программы.
2. Цели оптимизации ассортимента.
3. Стратегия и тактика управления ассортиментом.
4. Ассортиментная и ценовая политика розничного торгового предприятия.

***Вопросы по теме: «Методология категорийного менеджмента»***

1. Структурирование ассортимента.
2. Товарный классификатор.
3. Ассортиментная матрица и ассортиментный минимум.
4. Построение ассортиментных матриц на основе классификаторов.
5. Свойства ассортимента. Формирование категорий в ассортименте.

6. Определение структуры категорий. Балансировка ассортимента по ширине и по глубине.

7. Корректировка цен на товары внутри категорий.

**Вопросы по теме: «Анализ результатов управления ассортиментом»**

1. ABC-анализ.

2. Правило Парето.

3. Порядок проведения ABC-анализа.

4. ABC-анализ по прибыли.

5. ABC-анализ по двум параметрам.

6. XYZ-анализ.

7. Совмещенный ABC и XYZ-анализ.

8. Оборачиваемость товарных запасов.

9. Прогнозирование спроса на основе статистики.

10. Определение уровня страхового запаса.

**Примерные задачи (кейс-ситуации) для выполнения индивидуального задания по темам курса:**

1. Разработайте номенклатуру товаров, продаваемых в магазинах с такой вывеской:

- «Чай-кофе»;
- «Парижанка»;
- «Черный кот»;
- «Товары для красоты и здоровья»;
- «Пятачок».

2. Группа основателей фирмы начинает свою деятельность и планирует сосредоточить ее на производстве обуви. На первом этапе предусматривается сконцентрировать усилия и средства на узком сегменте – мужской и женской обуви больших размеров. Общее количество потребителей составляет 650000 лиц, среди них 49% - мужчины. Данные проведенных исследований свидетельствуют о том, что количество потребителей, имеющих большой размер, составляет 25% от общего количества взрослого населения.

Фирма решила работать в расчете на потенциального покупателя, доля которого составляет 62% от общего количества потенциальных покупателей со средним достатком, удельный вес которых составляет 40%.

Средняя стоимость одной единицы женской обуви осенне-зимнего ассортимента – 380 ден. ед., мужской – 280 ден. ед.

Фирме через год необходимо вернуть кредит в размере 150000 ден. ед. Доля рынка первого года – 25%.

Определить привлекательность сегмента рынка обуви больших размеров, рассчитав емкость целевого сегмента рынка.

3. ЧМП «Интерпром» изготавливает декоративные решетки, металлические двери, сейфы и др. металлоконструкции для реализации на рынке города. На рынке действуют три фирмы. Перед предприятием стоит вопрос выбора стратегии поведения. Предприятие является финансово устойчивым и поэтому не стремится преследовать лидера, а для его атаки неизвестны объемы реализации и емкость рынка. Тем не менее, известно, что за 2012 год ЧМП «Интерпром» было реализовано продукции на 133 тыс. руб.; фирмой, которая является вторая на

рынке – на 140 тыс. руб.; доля рынка, которую контролирует лидер, составляет 45%.

Определить емкость рынка металлоизделий, доли рынка фирм, а также объемы реализации продукции фирмы-лидера.

**4.** Необходимо определить новизну (обновление) ассортимента в салоне-магазине, если известно общее количество продукции (150 моделей), а поступление новых моделей составляет 66.

**5.** Необходимо определить коэффициент устойчивости ассортимента спортивных товаров, если известно, что всего спортивных товаров есть 2 наименования, а в ходе маркетинговых исследований установлено, что стойким спросом пользуется лишь 20 наименований.

**6.** Необходимо определить коэффициент оптимального ассортимента, если известно, что затраты на проектировку, разработку, производство, доведения ассортимента до потребителя составляют 318 тыс. руб., а полезный эффект по назначению – 157 тыс. руб.

**7.** Необходимо определить широту ассортимента купальных костюмов, если известно, что весь товар купальников в наличии составляет 86 наименований, а по каталогу должно быть 89.

**8.** Используя табл. 1, рассчитайте доли рынка, относительные доли рынка (по отношению к деликатесам) и темпы прироста рынка каждой товарной группы компании «Алгос» (анализируемый год 2015 г.)

*Таблица 1*

Продукция	Продажи за 2014 г., кг	Продажи за 2015 г., кг	Доля рынка	Относит. доля	Темп прироста рынка
1. Вареные колбасы	400 000	515 000			
2. Копченые колбасы	260 500	271 900			
3. Деликатесы	180 000	264 200			

**9.** Рассчитайте долю рынка, относительные доли рынка по отношению к ведущему конкуренту и динамику рынка вареных колбас для каждой компании, используя данные табл. 2 (анализируемый год 2015 г.)

*Таблица 2*

Компания	Продажи за 2014 г., кг	Продажи за 2015 г., кг	Доля рынка	Относит. доля	Динамика рынка, %
1. Алгос	585 500	714 711			
2. Ратимир	686 840	935 740			
3. ВИК	268 200	346 800			
4. ВладБекон	151 100	113 600			
5. Надежда	380 400	580 600			
6. Другие	3 400 800	4 403 370			

**10.** Определите привлекательность рынка по сигаретам для небольшой компании в области N за год на основании данных таблицы, если известно, что доля лиц в общей численности населения области, которые ни при каких обстоятельствах не могут быть потребителями товара составляет 27 %.

Таблица 3

Показатели	Население					Среднесуточная норма потребления, пачек	Доля импортных сигарет, %	Доля наиболее крупных игроков, %	Период времени, год
	Численность, млн. чел.	Доля городского населения, %	Доля сельского населения, %	Доля некурящих, %					
				Среди городского населения	Среди сельского населения				
Область N	4,5	62	38	47	56	1	70	82	365

## 7.2 Характеристика фондов оценочных средств для промежуточной аттестации

Итоговой формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является зачет. Студент допускается к сдаче зачета при условии выполнения всех практических работ, предусмотренных данной программой, а также выполнение СРС. Зачет проводится по билетам, которые включают два теоретических вопроса.

### Вопросы для устной или письменной сдачи зачета в форме билетов

1. Что означает термин «товарные категории». Приведите примеры.
2. Назовите факторы, оказывающие влияние на формирование ассортимента.
3. Какова цель категорийной концепции.
4. Перечислите и охарактеризуйте основные этапы процесса планирования ассортимента.
5. Дайте определения терминам «менеджмент», «товар».
6. Перечислите и охарактеризуйте свойства и показатели категорий товаров.
7. Охарактеризуйте варианты ассортиментных стратегий. Приведите примеры.
8. Дайте определения терминам «ассортиментная концепция», «товарный ассортимент».
9. Перечислите составляющие системы формирования товарных категорий.
10. Перечислите задачи управления товарными категориями.
11. Предпосылки формирования системы менеджмента товарных категорий.
12. Менеджмент товарных категорий: принципы, организация, методы управления.
13. Этапы внедрения менеджмента товарных категорий.
14. Стратегические цели и задачи управления ассортиментом в рамках менеджмента товарных категорий.
15. Понятие и сущность категорийного менеджмента.
16. История развития категорийного менеджмента.
17. Суть концепции категорийного менеджмента.
18. Сущность категории.

19. Цели и задачи формирования товарных категорий.
20. Структура категории как основа для формирования матрицы.
21. Виды, типы товарных категорий, правила и процедуры их формирования.
22. Принципы размещения торговых групп и категорий на торговой площади.
23. Алгоритм формирования ассортиментной программы.
24. Цели оптимизации ассортимента.
25. Стратегия и тактика управления ассортиментом.
26. Ассортиментная и ценовая политика розничного торгового предприятия.
27. Структурирование ассортимента.
28. Товарный классификатор.
29. Ассортиментная матрица и ассортиментный минимум.
30. Построение ассортиментных матриц на основе классификаторов.
31. Свойства ассортимента. Формирование категорий в ассортименте.
32. Определение структуры категорий. Балансировка ассортимента по ширине и по глубине.
33. Корректировка цен на товары внутри категорий.
34. ABC-анализ.
35. Правило Парето.
36. Порядок проведения ABC-анализа.
37. ABC-анализ по прибыли.
38. ABC-анализ по двум параметрам.
39. XYZ-анализ.
40. Совмещенный ABC и XYZ-анализ.

## **8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

*а) библиографический список рекомендуемых изданий основной учебной литературы:*

1. Кондрашов В.М. Менеджмент продаж: учебное пособие/В.М. Кондрашов. – М.: Вузовский учебник, 2012. – 279 с.
2. Чувакова С.Г. Управление ассортиментом магазина: Практическое пособие / С.Г. Чувакова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – 260 с.
3. Сысоева С.В. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент / С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. – СПб.: Питер, 2013. – 288 с.

*б) библиографический список рекомендуемых изданий дополнительной учебной литературы:*

1. Васильев Г. А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебник для Вузов/ Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник, 2011. – 159 с.
2. Киселева, Е. Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения : учебное пособие / Е. Н. Киселева, О. Г. Буданова . - М. : Вузовский учебник, 2011. - 192 с.

3. Синяева, И. М. Маркетинг торговли [Электронный ресурс] : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. - 4-е изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К', 2014. - 752 с. - (Основы наук). - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56245#authors>

## **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Лекционные аудитории, аудитории для проведения практических занятий, оснащенные средствами для мультимедийных презентаций, цифровой аудио- и видео- фиксации и воспроизведения информации, компьютерной техникой с лицензированным программным обеспечением, пакетами правовых и других прикладных программ по тематике дисциплины.

При проведении практических и лекционных занятий, а также при выполнении самостоятельной работы используются такие программные продукты, как Word, Excel, Power Point, Internet Explorer.

Для более углубленного изучения дисциплины и рассмотрения ее практических аспектов предусмотрено использование систем СПС «Гарант» и СПС «Консультант Плюс», что дает возможность своевременно отслеживать изменения в нормативно-правовой базе, регламентирующей коммерческую деятельность организаций.

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

- библиотечный фонд ФГБОУ ВО «АГАУ»;
- компьютерный класс с выходом в Интернет;
- мультимедийное оборудование для чтения лекций-презентаций.

Аннотация дисциплины  
**«Категорийный менеджмент»**  
**Направление подготовки 38.03.07 Товароведение**

Цель дисциплины: формирование у студентов системного представления о формировании и управлении категориями товаров в торговых организациях.

**Освоение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций**

№ п/п	Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной
1	способность применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации сырья и товаров с учетом их потребительских свойств (ПК-5)

**Трудоёмкость дисциплины, реализуемой по учебному плану направления 38.03.07 «Товароведение»**

Вид занятий	Форма обучения		
	очная	заочная	
	программа подготовки		
	полная	полная	ускоренная
1. Аудиторные занятия, всего, часов	46		
в том числе:			
1.1. Лекции	24		
1.2. Лабораторные работы	-		
1.3. Практические (семинарские) занятия	22		
2. Самостоятельная работа, часов	62		
Всего часов (стр. 1 + стр. 2)	108		
Общая трудоёмкость, зачетных единиц	3		

Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Перечень изучаемых тем (основных):**

1. Современные методы управления ассортиментом в торговле на основе менеджмента товарных категорий
2. Концепция управления категориями товаров
3. Формирование товарных категорий
4. Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия
5. Методология категорийного менеджмента
6. Анализ результатов управления ассортиментом




**Список имеющихся в библиотеке университета изданий основной учебной литературы по дисциплине, по состоянию на «30» июня 2016 года**

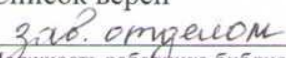
№ п/п	Библиографическое описание издания	Примечание
1	Чкалова О.В. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: учебник / О.В. Чкалова. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2015. – 384 с.	15
2	Маркетинг: учебное пособие для вузов / ред. Е.В. Закшевская. - М.: КолосС, 2012. - 247 с.	35

**Список имеющихся в библиотеке университета изданий дополнительной учебной литературы по дисциплине, по состоянию на «30» июня 2016 года**

№ п/п	Библиографическое описание издания	Примечание
4	Синяева, И. М. Маркетинг торговли [Электронный ресурс] : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. - 4-е изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К', 2014. - 752 с. - (Основы наук). - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/56245#authors">https://e.lanbook.com/book/56245#authors</a>	ЭБС «Лань»

Составитель:  
к.э.н., старший преподаватель

 Д.В. Рожкова

Список верен  
  
Должность работника библиотеки



  
И.О. Фамилия