

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

МДК.02.04 Управление ассортиментом товаров
программы подготовки специалистов среднего звена
38.02.08 Торговое дело

Форма обучения: очная

Владивосток 2026

Рабочая программа МДК.02.04 Управление ассортиментом товаров профессионального модуля ПМ.02 Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Минпросвещения России от 19.07.2023г. N 548, примерной образовательной программой.

Разработана:

И.В.Мокшина, преподаватель высшей категории КСД ВВГУ, методист
А.В. Павелко, преподаватель КСД ВВГУ;

Рассмотрено на заседании ЦМК специальности Торговое дело
Протокол № 9 от «05» мая 2026г.

Председатель ЦМК _____  _____ Э.А. Береговенко

СОДЕРЖАНИЕ

- 1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
- 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
- 3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
- 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
- 5 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1. Общая характеристика рабочей программы учебной дисциплины

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Рабочая программа МДК.02.04 Управление ассортиментом товаров является частью профессионального цикла основной образовательной программы (далее ООП) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело

1.2 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

По итогам освоения дисциплины, обучающиеся должны продемонстрировать результаты обучения, соотнесённые с результатами освоения ООП СПО, приведенные в таблице:

Код ОК, ПК	Код результата обучения	Наименование результата обучения
ПК 2.5	У9	Анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологий.
	У10	Формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах.
	У1	Применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров;
	У11	Устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров.
	У12	Реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров.
	314	Ассортимент товаров, показатели ассортимента и факторы, влияющие на его формирование.
	315	Приоритетные направления совершенствования ассортимента товаров.
	316	Основные положения категорийного менеджмента.
	317	Специфику процесса управления в категорийном менеджменте.
	318	Алгоритм разработки ассортиментной матрицы товарной категории.
	319	Порядок формирования категорий в ассортименте.
	320	Структуру SWOT-анализа, ABC- и XYZ-анализа.
	31	Классификации продовольственных и непродовольственных товаров;
	32	Методов и способов кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий;
	33	Обязательных требований к маркировке потребительских товаров;
	313	Сквозных цифровых технологий, применяемых в сфере обеспечения качества и безопасности товаров.

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	67
В том числе	
- теоретическое обучение	18
- практические занятия	38
- курсовая работа	
- самостоятельная работа	11
- консультации	
- промежуточная аттестация (4 семестр - дифференцированный зачет)	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем, ак. ч. / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч.
1	2		3
4			
Раздел 4. Управление ассортиментом товаров			67
МДК 02.04 Управление ассортиментом товаров			67
Тема 4.1. Основные понятия в области управления ассортиментом товаров	Содержание		4
	1	Понятие ассортимента. Классификация, свойства и показатели ассортимента. Понятие управление ассортиментом товаров	2
	2	Жизненный цикл товара: виды, характеристика стадий жизненного цикла	2
	Практические занятия		10
	1	Практическое занятие № 1. Оценка жизненного цикла товара	2
	2	Практическое занятие № 2. Построение графика ЖЦТ	2
	3	Практическое занятие № 3. Анализ показателей спроса и предложения	2
	4	Практическое занятие № 4. Изучение ассортимента различных видов товаров	2
	5	Практическое занятие № 5. Расчет основных показателей ассортимента торговой организации (подгруппа товара по выбору обучающегося)	2
	Тема 4.2. Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия	Содержание	
1		Понятие потребительского рынка, его классификация. Выявление потребностей в товаре: оценка и прогнозирование конъюнктуры потребительского рынка	2
2		Основные направления и анализ ассортиментной политики розничной торговой организации. Пути формирования ассортимента розничной и оптовой торговой организации	2
Практические занятия		6	
1		Практическое занятие № 6. Расчет основных показателей рынка	2
2		Практическое занятие № 7. Разработка мероприятий по совершенствованию ассортиментной политики торговой организации	2
3		Практическое занятие № 8. Анализ ассортиментной политики торговой организации	2

Тема 4.3. Методы управления товарным ассортиментом	Содержание		6
	1	ABC-анализ. Методика стратификации множества элементов	2
	2	XYZ-анализ. Совмещенный ABC- и XYZ-анализ	2
	3	Анализ портфеля товарных марок и методы оптимизации ассортиментного перечня товаров. SWOT-анализ.	2
	Практические занятия		8
	1	Практическое занятие № 9. Анализ структуры и расчет основных показателей ассортимента розничной торговой организации	2
	2	Практическое занятие № 10. ABC-анализ ассортимента розничной торговой организации	2
	3	Практическое занятие № 11. XYZ-анализ, совмещенный ABC- и XYZ-анализ ассортимента розничной торговой организации	2
	4	Практическое занятие № 12. Оценка ассортиментной политики розничного торгового предприятия. Применение SWOT-анализа. Разработка товарной марки и упаковки заданного товара	2
Тема 4.4. Основы категорийного менеджмента	Содержание		2
	1	Введение в категорийный менеджмент и его философия. Концепция управления категориями товаров (CM – Category Management)	2
	Практические занятия		6
	1	Практическое занятие № 13. Изучение особенностей внедрения и процесса категорийного менеджмента, его основные преимущества и недостатки. Основные этапы перехода на категорийный менеджмент	2
	2	Практическое занятие № 14. Рассмотрение специфики процесса управления в категорийном менеджменте	2
	3	Практическое занятие № 15. Изучение организационной концепции категорийного менеджмента	2
Тема 4.5. Методология категорийного ассортимента	Содержание		2
	1	Структурирование и выделение категорий в товарном ассортименте. Формирование категорий в ассортименте	2
	Практические занятия		8
	1	Практическое занятие № 16. Составление карточки-кейса и перевод его на язык «категорийного менеджмента»	2
	2	Практическое занятие № 17. Составление портрета категории, выбор конкурентов и алгоритмов решения задачи по кейсу	2
	3	Практическое занятие № 18. Балансировка ассортимента по широте и глубине	2
	4	Практическое занятие № 19. Ассортиментная матрица и ее построение. Распределение	2

		торговых площадей между категориями	
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК 2.4 1. Проведение учебно-исследовательской деятельности по заданной теме 2. Подготовка реферата (компьютерной презентации), его защита на заданную тему 3. Работа с учебной и специальной литературой (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем) на заданные темы 4. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций, оформление работ, их защита на заданные темы			11
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы 1. Понятие нового товара, его виды. Процесс разработки новых товаров 2. Философия категорийного менеджмента: сущность, концепции			

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Реализация дисциплины предполагает наличие учебных кабинетов «Товароведения, метрологии, стандартизации и сертификации» или «Товароведения и организации экспертизы качества товаров».

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест кабинетов «Товароведения, метрологии, стандартизации и сертификации» или «Товароведения и организации экспертизы качества товаров»:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект бланков по товароведной документации и товарной экспертизе;
- комплект образцов оформленных товароведных документов, актов, сертификатов, договоров
- комплект законодательных и нормативных документов;
- комплект учебно-методических материалов.

Технические средства обучения: компьютер, мультимедийный проектор, принтер, интерактивная доска, лицензированное программное обеспечение общего и профессионального назначения, программное обеспечение: СПС Гарант, СПС Консультант Плюс.

Оборудование мастерской и рабочих мест мастерской: лабораторное оборудование и измерительные приборы, комплект бланков по товароведной документации и товарной экспертизе, комплект образцов оформленных актов, сертификатов, договоров, образцы и макеты товаров, упаковки, компьютер с лицензионным программным обеспечением и с выходом в сеть Интернет, мультимедийный проектор, принтер, интерактивная доска, комплект законодательных и нормативных документов, программное обеспечение: СПС Гарант, СПС Консультант Плюс, комплект учебно-методической документации

Реализация дисциплины предполагает обязательную производственную практику.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1 Основные печатные издания

- 1 Бузукова, Е. А. Управление ассортиментом и основы категорийного менеджмента: учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Бузукова. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 181 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-15602-7. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/520552> (дата обращения: 14.04.2025). – Режим доступа: по подписке, при регистрации.
- 2 Григорян, Е. С. Товароведение: учебное пособие / Е.С. Григорян. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 265 с. – (Среднее профессиональное образование). – ISBN 978-5-16-014008-7. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1234692> (дата обращения: 04.04.2025). – Режим доступа: по подписке, при регистрации.
- 3 Левкин, Г. Г. Коммерческая деятельность: учебное пособие для среднего профессионального образования / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 247 с. – (Профессиональное образование). –

- ISBN 978-5-534-15369-9. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: [https:// urait.ru/viewer/kommercheskaya-deyatelnost-532973#page/1](https://urait.ru/viewer/kommercheskaya-deyatelnost-532973#page/1) (дата обращения: 04.04.2025). – Режим доступа: при регистрации.
- 4 Левкин, Г. Г. Основы коммерческой деятельности: учебное пособие для СПО / Г. Г. Левкин, А. Н. Ларин. – Саратов: Профобразование, 2017. – 140 с. – ISBN 978-5-4488-0171-6. – Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование: [сайт]. – URL: <https://profspo.ru/books/73757> (дата обращения: 04.04.2025). – Режим доступа: для авторизованных пользователей.
 - 5 Лифиц, И. М. Товарный менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 405 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-15276-0. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: [https:// urait.ru/viewer/tovarnyy-meneditment-513608#page/1](https://urait.ru/viewer/tovarnyy-meneditment-513608#page/1) (дата обращения: 04.04.2025). – Режим доступа: при регистрации.

3.2.2.Основные электронные издания

1. Образовательные ресурсы Интернета – Официальный сайт Российский деловой медиапортал Альянс Медиа <http://allmedia.ru/> – Режим доступа: свободный
2. Образовательные ресурсы Интернета – Официальный сайт Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Научно-образовательный портал IQ <http://www.opec.ru/> – Режим доступа: свободный
3. Образовательные ресурсы Интернета – Официальный сайт Сетевое издание «РОСКАЧЕСТВО. Портал для умного покупателя» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rskrf.ru/>, свободный
4. Образовательные ресурсы Интернета – Официальный сайт СПС КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный
5. Образовательные ресурсы Интернета – Официальный сайт СПС Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/>, свободный
6. Образовательные ресурсы Интернета – Официальный сайт Юридическая фирма Интернет и Право [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://internet-law.ru/>, свободный

3.2.3 Дополнительные источники

1. Янушевская, М. Н. Аудит систем качества и сертификация: учебное пособие для СПО / М. Н. Янушевская. – Саратов: Профобразование, 2021. – 102 с. – ISBN 978-5-4488-0926-2. – Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование: [сайт]. – URL: <https://profspo.ru/books/99923> (дата обращения: 07.04.2025). – Режим доступа: для авторизованных пользователей

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
У9 Анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологий.	- правильность выполнения практических работ; - правильность, полнота самостоятельной подготовки к выполнению заданий по практическим работам	оценка выполнения и защиты практических работ
У10 Формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах.	- правильность выполнения практических работ; - правильность, полнота самостоятельной подготовки к выполнению заданий по практическим работам	оценка выполнения и защиты практических работ
У1 Применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров;	- правильность выполнения практических работ; - правильность, полнота самостоятельной подготовки к выполнению заданий по практическим работам	оценка выполнения и защиты практических работ
У11 Устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров.	- правильность выполнения практических работ; - правильность, полнота самостоятельной подготовки к выполнению заданий по практическим работам	оценка выполнения и защиты практических работ
У12 Реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров.	- правильность выполнения практических работ; - правильность, полнота самостоятельной подготовки к выполнению заданий по практическим работам	оценка выполнения и защиты практических работ
З14 Ассортимент товаров, показатели ассортимента и факторы, влияющие на его формирование	- правильность выполнения практических работ; - правильность, полнота самостоятельной подготовки к выполнению заданий по практическим работам	оценка выполнения и защиты практических работ

315 Приоритетные направления совершенствования ассортимента товаров.	четкость изложения материала при устном опросе; правильность выполнения теста, правильность, полнота самостоятельной подготовки к устному опросу и зачету	- устный опрос; - тестовые задания
316 Основные положения категорийного менеджмента.	четкость изложения материала при устном опросе; правильность выполнения теста; правильность, полнота самостоятельной подготовки к устному опросу и зачету	- устный опрос; - тестовые задания
317 Специфику процесса управления в категорийном менеджменте.	четкость изложения материала при устном опросе; правильность выполнения теста - правильность, полнота самостоятельной подготовки к устному опросу и зачету	- устный опрос; - тестовые задания
318 Алгоритм разработки ассортиментной матрицы товарной категории.	четкость изложения материала при устном опросе; правильность выполнения теста правильность, полнота самостоятельной подготовки к устному опросу и зачету	- устный опрос; - тестовые задания
319 Порядок формирования категорий в ассортименте.	четкость изложения материала при устном опросе; правильность выполнения теста правильность, полнота самостоятельной подготовки к устному опросу и зачету	- устный опрос; - тестовые задания
320 Структуру SWOT-анализа, ABC- и XYZ-анализа.	четкость изложения материала при устном опросе; правильность выполнения теста правильность, полнота самостоятельной подготовки к устному опросу и зачету	устный опрос; тестовые задания
31 Классификации продовольственных и непродовольственных товаров;	четкость изложения материала при устном опросе; правильность выполнения теста правильность, полнота самостоятельной подготовки к устному опросу и зачету	устный опрос; тестовые задания

32 Методов и способов кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий;	четкость изложения материала при устном опросе; правильность выполнения теста правильность, полнота самостоятельной подготовки к устному опросу и зачету	устный опрос; тестовые задания
33 Обязательных требований к маркировке потребительских товаров;	четкость изложения материала при устном опросе; правильность выполнения теста правильность, полнота самостоятельной подготовки к устному опросу и зачету	устный опрос; тестовые задания
313 Сквозных цифровых технологий, применяемых в сфере обеспечения качества и безопасности товаров.	четкость изложения материала при устном опросе; правильность выполнения теста правильность, полнота самостоятельной подготовки к устному опросу и зачету	устный опрос; тестовые задания

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по
учебной дисциплине

МДК.02.04 Управление ассортиментом товаров
программы подготовки специалистов среднего звена
38.02.08 Торговое дело

Форма обучения: очная

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по МДК.02.04 Управление ассортиментом товаров разработан в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Минпросвещения России от 09.07.2023, № 548, образовательной программой, рабочей программой профессионального модуля.

Разработчик(и): Павелко А.В., преподаватель ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Рассмотрено на заседании ЦМК специальности Торговое дело
Протокол № 9 от «05» мая 2026г.

Председатель ЦМК  Э.А. Береговенко

1 Общие положения

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины

МДК.02.04 Управление ассортиментом товаров.

ФОС включают в себя контрольные материалы для проведения текущего контроля успеваемости в виде устного собеседования или теста и промежуточной аттестации по дисциплине, которая проводится в форме дифференцированного зачета (с использованием оценочного средства - опрос в форме ответов на тест).

2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие результаты освоения образовательной программы

Код ОК, ПК	Код результата обучения	Наименование результата обучения
ПК 2.5	У9	Анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологий.
	У10	Формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах.
	У1	Применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров;
	У11	Устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров.
	У12	Реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров.
	314	Ассортимент товаров, показатели ассортимента и факторы, влияющие на его формирование.
	315	Приоритетные направления совершенствования ассортимента товаров.
	316	Основные положения категорийного менеджмента.
	317	Специфику процесса управления в категорийном менеджменте.
	318	Алгоритм разработки ассортиментной матрицы товарной категории.
	319	Порядок формирования категорий в ассортименте.
	320	Структуру SWOT-анализа, ABC- и XYZ-анализа.
	31	Классификации продовольственных и непродовольственных товаров;
	32	Методов и способов кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий;
	33	Обязательных требований к маркировке потребительских товаров;
	313	Сквозных цифровых технологий, применяемых в сфере обеспечения качества и безопасности товаров.

3.Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

3.1 Средства, применяемые для оценки уровня теоретической подготовки

Краткое наименование раздела (МДК), темы, параграфа дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Тема 4.1. Основные понятия в области управления ассортиментом товаров	31	Способность использовать классификацию продовольственных и непродовольственных товаров;	<i>Устный опрос (п. 5.1, вопросы 1-12)</i>	<i>Индивидуальные карточки по вариантам, тест</i>
	33	Способность использования обязательных требований к маркировке потребительских товаров;		
	314	Способность использования ассортимента товаров, показателей ассортимента и факторов, влияющих на его формирование.		
	У1	Способность применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров;		
Тема 4.2. Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия	313	Способность использовать сквозные цифровые технологии, применяемые в сфере обеспечения качества и безопасности товаров	<i>Устный опрос (п. 5.1, вопросы 13-19)</i>	<i>Индивидуальные карточки по вариантам, тест</i>
	У9	Способность анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологий.		

Тема 4.3. Методы управления товарным ассортиментом	32	Способность использования методов и способов кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий;	<i>Устный опрос (п. 5.1, вопросы 20-33)</i>	<i>Индивидуальные карточки по вариантам, тест</i>
	315	Способность использовать приоритетные направления совершенствования ассортимента товаров.		
	У11	Способность устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров.		
Тема 4.4. Основы категорийного менеджмента	316	Способность использовать основные положения категорийного менеджмента.	<i>Устный опрос (п. 5.1, вопросы 34-42)</i> <i>Реферат</i>	<i>Индивидуальные карточки по вариантам, тест</i>
	318	Способность использовать алгоритм разработки ассортиментной матрицы товарной категории.		
	320	Способность использовать структуру SWOT-анализа, ABC- и XYZ-анализа.		
	У12	Способность реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров.		
Тема 4.5. Методология категорийного ассортимента	317	Способность использовать специфику процесса управления в категорийном менеджменте.		
	319	Способность использовать порядок формирования категорий в ассортименте.		

	У9	Способность анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологий.	<i>Устный опрос (п. 5.1, вопросы 43-50)</i>	<i>Индивидуальные карточки по вариантам, тест</i>
	У10	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах.		

3.2 Средства, применяемые для оценки уровня практической подготовки

Краткое наименование раздела (МДК), темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	
Тема 4.1. Основные понятия в области управления ассортиментом товаров <i>Практическая работа 4.1.1</i> Оценка жизненного цикла товара <i>Практическая работа 4.2.2</i> Построение графика ЖЦТ <i>Практическая работа 4.2.3</i> Анализ показателей спроса и предложения	31	Способность использовать классификацию продовольственных и непродовольственных товаров;	<i>Защита практической работы 4.2.1;</i>	<i>Контрольные вопросы на зачет 1-12 (п. 5.1)</i>
	33	Способность использования обязательных требований к маркировке потребительских товаров;	<i>Защита практической работы 4.2.2;</i> <i>Защита практической</i>	

<i>Практическая работа 4.2.4</i> Изучение ассортимента различных видов товаров <i>Практическая работа 4.2.5</i> Расчет основных показателей ассортимента торговой организации (подгруппа товара по выбору обучающегося)	314	Способность использования ассортимента товаров, показателей ассортимента и факторов, влияющих на его формирование.	<i>работы 4.2.3;</i> <i>Защита практической работы 4.2.4;</i> <i>Защита практической работы 4.2.5;</i>	
	У1	Способность применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров;		
Тема 4.2. Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия <i>Практическая работа 4.2.1</i> Расчет основных показателей рынка <i>Практическая работа 4.2.2</i> Разработка мероприятий по совершенствованию ассортиментной политики торговой организации <i>Практическая работа 4.2.3</i> Анализ ассортиментной политики торговой организации	313	Способность использовать сквозные цифровые технологии, применяемые в сфере обеспечения качества и безопасности товаров	<i>Защита практической работы 4.2.1;</i> <i>Защита практической работы 4.2.2;</i>	<i>Контрольные вопросы на зачет 13-19 (п. 5.1)</i>
	У9	Способность анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологий.		
Тема 4.3. Методы управления товарным ассортиментом <i>Практическая работа 4.3.1</i> Анализ структуры и расчет основных показателей ассортимента розничной торговой организации <i>Практическая работа 4.3.2</i> ABC-анализ ассортимента розничной торговой организации <i>Практическая работа 4.3.3</i> XYZ-анализ, совмещенный ABC- и XYZ-анализ ассортимента розничной торговой организации	32	Способность использования методов и способов кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий;	<i>Защита практической работы 4.3.1;</i>	<i>Контрольные вопросы на зачет 20-33 (п. 5.1)</i>
	315	Способность использовать приоритетные направления совершенствования ассортимента товаров.	<i>Защита практической работы 4.3.2;</i> <i>Защита практической</i>	

Практическая работа 4.3.4 Оценка ассортиментной политики розничного торгового предприятия. Применение SWOT-анализа. Разработка товарной марки и упаковки заданного товара	У11	Способность устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров.	работы 4.3.3; Защита практической работы 4.3.4;	
Тема 4.4. Основы категорийного менеджмента Практическая работа 4.4.1 Изучение особенностей внедрения и процесса категорийного менеджмента, его основные преимущества и недостатки. Основные этапы перехода на категорийный менеджмент Практическая работа 4.4.2 Рассмотрение специфики процесса управления в категорийном менеджменте Практическая работа 4.4.3 Изучение организационной концепции категорийного менеджмента	316	Способность использовать основные положения категорийного менеджмента.	Защита практической работы 4.4.1;	Контрольные вопросы на зачет 34-42 (п. 5.1)
	318	Способность использовать алгоритм разработки ассортиментной матрицы товарной категории.	Защита практической работы 4.4.2;	
	320	Способность использовать структуру SWOT-анализа, ABC- и XYZ-анализа.	Защита практической работы 4.4.3;	
	У12	Способность реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров.		
Тема 4.5. Методология категорийного ассортимента Практическая работа 4.5.1 Составление карточки-кейса и перевод его на язык «категорийного менеджмента»	317	Способность использовать специфику процесса управления в категорийном менеджменте.	Защита практической работы 4.5.1; Защита практической	Контрольные вопросы на зачет 43-50 (п. 5.1)

<i>Практическая работа 4.5.2</i> Составление портрета категории, выбор конкурентов и алгоритмов решения задачи по кейсу <i>Практическая работа 4.5.3</i> Балансировка ассортимента по широте и глубине <i>Практическая работа 4.5.4</i> Ассортиментная матрица и ее построение. Распределение торговых площадей между категориями	З19	Способность использовать порядок формирования категорий в ассортименте.	<i>работы 4.5.2;</i> <i>Защита практической работы 4.5.3;</i> <i>Защита практической работы 4.5.4;</i>	
	У9	Способность анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологий.		
	У10	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах.		

4. Описание процедуры оценивания

Результаты обучения по учебной дисциплине, уровень сформированности компетенций оцениваются по четырём бальной шкале оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Текущая аттестация по профессиональному модулю проводится с целью систематической проверки достижений обучающихся. Объектами оценивания являются: степень усвоения теоретических знаний, уровень овладения практическими умениями и навыками при проведении практических работ, качество выполнения самостоятельной работы, учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой профессиональному модулю).

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по учебной дисциплине результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом. Оценка на зачете выставляется с учетом оценок, полученных при прохождении текущей аттестации.

Критерии оценивания устного ответа

Оценочные средства: собеседование, устное сообщение, семинар.

3.баллов - ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

4 балла - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

3 балла – ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

2 балла – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Критерии оценивания письменной работы

Оценочные средства: реферат, конспект, контрольная работа, письменный отчет по лабораторной работе, доклад (сообщение), в том числе выполненный в форме презентации.

5 баллов - студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Проблема раскрыта полностью, выводы обоснованы. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового

характера. Студент владеет навыком самостоятельной работы по заданной теме; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

4 балла - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Проблема раскрыта. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

3 балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

4 балла - работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Проблема не раскрыта. Выводы отсутствуют. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценивания тестового задания

Оценка	<i>Отлично</i>	<i>Хорошо</i>	<i>Удовлетворительно</i>	<i>Неудовлетворительно</i>
Количество правильных ответов	91 % и $\geq$	от 81% до 90,9 %	не менее 60%	менее 60%

Критерии выставления оценки студенту на зачете

Оценочные средства: устный опрос в форме ответов на контрольные вопросы, устный опрос в форме собеседования, выполнение реферата.

Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенций
«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на продвинутом уровне: обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на пороговом уровне: имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже порогового: выявляется полное или практически полное отсутствие знаний значительной части программного материала, студент допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, умения и навыки не сформированы.

5. Примеры оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестаций

5.1 Вопросы для текущего контроля (устного опроса):

Тема 4.1. Основные понятия в области управления ассортиментом товаров

1. Что такое ассортимент товаров и чем он отличается от товарной номенклатуры?
2. Дайте определение промышленного и торгового ассортимента. В чем их главные различия?
3. Что понимается под рациональным ассортиментом? Какими критериями он определяется?
4. Как классифицируется ассортимент товаров по степени удовлетворения потребностей (реальный, прогнозируемый, учебный)?
5. В чем разница между простым и сложным ассортиментом товаров? Приведите примеры для каждой группы.
6. Каким образом результаты оценочной деятельности влияют на формирование цены товара и его конкурентоспособность?
7. Назовите основные свойства ассортимента товаров.
8. Что такое ширина ассортимента и как рассчитывается коэффициент ширины?
9. Чем полнота ассортимента отличается от его глубины? Приведите примеры.
10. Что характеризует показатель устойчивости (стабильности) ассортимента и в каких случаях важна его высокая оценка?
11. Что такое новизна (обновляемость) ассортимента и с помощью какого показателя она измеряется?
12. Дайте определение гармоничности ассортимента товаров.

Тема 4.2. Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия

13. Какие этапы включает в себя процесс формирования ассортимента товаров в розничном торговом предприятии?
14. Какова роль маркетинговых исследований рынка в процессе управления ассортиментом?
15. Что представляет собой ассортиментная политика розничного торгового предприятия?
16. Каковы основные цели и задачи формирования ассортиментной политики в рознице?
17. Как соотносятся общая корпоративная стратегия магазина и его товарная (ассортиментная) стратегия?
18. Что понимается под товарным ассортиментом и какими базовыми свойствами он обладает?
19. В чем заключаются особенности формирования ассортимента именно в розничной торговле по сравнению с оптовой или производственной сферой?

Тема 4.3. Методы управления товарным ассортиментом

20. В чем заключается суть ABC-анализа ассортимента и какие критерии чаще всего лежат в его основе?
21. Для чего применяется XYZ-анализ при управлении товарными запасами и ассортиментом?
22. Каким образом матрица БКГ (Бостонской консалтинговой группы) помогает в управлении товарным портфелем?
23. Что такое оптимизация ассортимента и в каких случаях принимается решение о сокращении (исключении) товарных позиций?
24. Назовите основные этапы формирования ассортимента розничного магазина.
25. Какое влияние оказывает анализ целевой аудитории и конкурентной среды на создание ассортиментной матрицы?
26. Что такое «эффект избыточного выбора» и как он влияет на продажи и поведение покупателей?
27. В чем заключается стратегия рационализации и сокращения (урезания) ассортимента (например, SKU-rationalization)?
28. Каким образом категории товаров (базовые, приоритетные, кросс-доходные, импульсные) распределяются на полке?
29. Назовите метод анализа, который позволяет разделить элементы ассортимента по степени их влияния на конечный результат (например, на выручку или прибыль) по правилу Парето.
30. Какую группу товаров (согласно XYZ-анализу) характеризует стабильный спрос и высокая точность прогнозирования?
31. Объясните термин «каннибализация бренда» (или товарного ассортимента). В каких случаях она возникает?
32. Опишите разницу между стратегиями наращивания ассортимента (протягивания) и насыщения ассортимента.
33. Какой показатель используется для оценки степени обновления товарного ассортимента за определенный период?

Тема 4.4. Основы категорийного менеджмента

34. Что такое категорийный менеджмент и чем он принципиально отличается от традиционного функционального управления закупками?
35. Дайте определение понятию «товарная категория». По каким признакам товары объединяются в одну категорию?
36. Каковы главные цели и задачи внедрения категорийного менеджмента в розничной торговле?
37. В чем заключается концепция рассмотрения товарной категории как отдельной бизнес-единицы?
38. Перечислите ключевые отличия роли обычного менеджера по закупкам от роли категорийного менеджера.

39. Назовите и охарактеризуйте последовательность из 8 классических шагов (этапов) процесса категорийного менеджмента.
40. Что определяет первый шаг — «Определение категории» и каково его значение для формирования структуры ассортимента?
41. Каким образом классифицируются роли категорий в зависимости от их значения для покупателя и ритейлера (например, целевая, повседневная, сезонная, удобная)?
42. На основе каких показателей проводится оценка текущей эффективности (оценка) категории?

Тема 4.5. Методология категорийного ассортимента

43. Категорийный менеджмент. Дайте определение понятию и назовите его ключевое отличие от традиционного управления ассортиментом.
44. Товарная категория. Что принято считать товарной категорией с точки зрения покупателя?
45. Супер-категории. Какова иерархия классификации ассортимента (от уникального артикула до макроструктуры)?
46. Бизнес-единица. Почему в современной методологии товарная категория рассматривается как самостоятельная бизнес-единица?
47. Категорийный менеджмент. Дайте определение понятию и назовите его ключевое отличие от традиционного управления ассортиментом.
48. Товарная категория. Что принято считать товарной категорией с точки зрения покупателя?
49. Супер-категории. Какова иерархия классификации ассортимента (от уникального артикула до макроструктуры)?
50. Бизнес-единица. Почему в современной методологии товарная категория рассматривается как самостоятельная бизнес-единица?

5.2 Тест для оценки освоения МДК.02.04 Управление ассортиментом товаров (дифференцированный зачет)

Тест: (выполняется индивидуально, на компьютере с использованием программы одновременно для всех студентов)

1. Знак, символ, слова или их сочетание, помогающие потребителям отличить товары или услуги одной компании от другой – это...:

- а) товарная марка (trademark);
- б) бренд (brand);
- в) логотип (logo).

2. Процесс разработки нового товара начинается с...:

- а) составления сметы затрат;
- б) разработки нового товара;
- в) генерация идей.

3. Показатель ёмкости товарного рынка измеряется:

- а) в натуральных и стоимостных единицах;
- б) в натуральных единицах;
- в) в стоимостных единицах.

4. Ситуация на рынке, когда предложение превышает спрос (образуется излишек), то это рынок...:

- а) спроса и предложения;
- б) рынок продавца, цены повышаются;
- в) рынок покупателя, находится в более благоприятном положении.

5. Ситуация на рынке, при которой спрос на товар превышает предложение, то это рынок...:

- а) спроса и предложения;
- б) рынок продавца, цены повышаются;
- в) рынок покупателя, находится в благоприятном положении.

6. Розничная торговля, посылочная торговля и торговля через принадлежащие производителю магазины относятся к способу...

- а) прямой продажи;
- б) способу косвенного канала продажи;
- в) посреднического канала.

7. Соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей является...

- а) договором;
- б) претензией;
- в) актом приемки.

8. Система мероприятий, представляющих собой комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до предприятий розничной торговли – это....:

- а) грузовые операции;
- б) товароснабжение;
- в) потребление.

9. Количественные и качественные изменения состояния набора товаров для повышения его рациональности – это процесс....:

- а) обновления и гармонизации ассортимента;
- б) формирования ассортимента;
- в) совершенствования ассортимента.

10. Чему равен показатель коэффициента глубины ассортимента соков фруктовых и фруктово-овощных восстановленных (ГОСТ 32103-2013 Консервы. Продукция соковая. Соки фруктовые и фруктово-овощные восстановленные. Общие технические условия)? Базовый показатель ассортимента в зависимости от технологии изготовления по стандарту равен 3, дополнительный ассортимент по ТУ – 3 наименования. В магазине № 1 в продаже имелось 2, а в магазине № 2 – 3 наименования:

- а) 0,207 и 0,505;
- б) 0,333 и 0,500;
- в) 0,217 и 0,525.

11. Чему равен показатель коэффициента устойчивости ассортимента? В универсаме в продаже имеются 10 наименований консервов в томатном соусе, из которых устойчивым спросом пользуются 4 наименования:

- а) 0,6;
- б) 0,5;
- в) 0,4.

12. Чему равен показатель коэффициента новизны ассортимента? В универсаме имеется 10 наименований консервов в томатном соусе, из них 3 наименования – новые виды:

- а) 0,7;
- б) 0,3;
- в) 0,4.

13. Деятельность по составлению набора товаров, позволяющего удовлетворить реальные или прогнозируемые потребности, а также достигнуть целей, определенных руководством организации это процесс....:

- а) обновления и гармонизации ассортимента;
- б) формирования ассортимента;
- в) совершенствования ассортимента.

14. Вид ассортимента по степени удовлетворения потребностей населения – это....:

- а) промышленный;
- б) развернутый;
- в) оптимальный.

15. Подгруппа ассортимента по широте охвата товаров – это....:

- а) промышленный;
- б) развернутый;
- в) оптимальный.

16. Ассортимент, наиболее полно соответствующий потребностям населения, называют ...

- а) широким;
- б) рациональным;
- в) глубоким.

17. Способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары – это....:

- а) новизна ассортимента;
- б) устойчивость ассортимента;
- в) широта ассортимента.

18. ... ассортимента характеризуется удельной долей каждого вида и/или наименования товара в общем наборе:

- а) состав;
- б) структура;
- в) распределение.

19. Система побудительных мер и приемов, носящих, как правило, кратковременный характер и направленных на поощрение покупки или продажи товара, называется:

- а) возврат наличных денег (cashback);
- б) стимулирование сбыта;
- в) сезонные скидки.

20. Что из перечисленного относят к прямым методам изучения рынка?

- а) контакты с поставщиками;
- б) технические справочники;
- в) опрос экспертов.

21. Какие методы коммуникации наиболее часто применяются в оптовой торговле?

- а) деловая реклама, личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью (PR);
- б) деловая реклама и связи с общественностью (PR);
- в) стимулирование сбыта путем наружной рекламы.

22. При нерегулярном спросе на свою продукцию предприятие проводит стратегию:

- а) демаркетинга;
- б) ремаркетинга;
- в) синхромаркетинга.

23. Что необходимо иметь производителю для маркировки товара знаком соответствия ЕАС?

- а) товары, которые производят и продают на территории России, Казахстана, Беларуси, Армении и Киргизии, надо маркировать знаком ЕАС, ее наносит производитель либо импортер непосредственно на продукт или упаковку, но перед тем как нанести знак ЕАС на товар, надо получить сертификат или декларацию соответствия;
- б) свидетельство безопасности продукции для покупателей ЕАС, наносит производитель либо импортер;
- в) сертификат или декларацию соответствия регламенту Таможенного союза о безопасности продукции.

24. Перечень предлагаемых к продаже товаров, который формируется на основании реальных потребностей одной или нескольких целевых категорий покупателей – это....:

- а) категория и товарный тип продукции;

- б) ассортиментная матрица розничного магазина;
- в) классификационные группы и подгруппы товаров.

25. К областям применения категорийного менеджмента относятся:

- а) это организационная структура компании и система управления ассортиментом;
- б) достижение рациональности ассортимента и уменьшение товарных потерь;
- в) оптимизация договорных отношений с поставщиками и расширение сегмента рынка.

26. Специалист, сочетающий в себе функции закупщика, продавца и логиста, обладающий также знаниями по маркетингу и мерчандайзингу – это...:

- а) специалист торгового дела;
- б) категорийный менеджер;
- в) товаровед.

27. Сектор рынка характеризуется:

- а) экономической динамикой;
- б) видом товара;
- в) субъективностью ассортиментной политики.

28. Стратегия ценообразования, которая состоит в установлении цен в интервале между уровнем распродаж, устраиваемых конкурентами, и средним уровнем цен на рынке, – это...:

- а) стратегия стабильных низких цен;
- б) стратегия «ценового прорыва на рынок»;
- в) стратегия «снятия сливок».

29. Стратегия экстенсивного продвижения наиболее эффективна в тех случаях, когда речь идет о...:

- а) политике средних или повышенных цен при создании добавленного удобства
- б) унификации продукта;
- в) товарах массового повседневного спроса.

30. Торговая фирма, поглощая розничные торговые предприятия, реализующие те же группы товаров, использует стратегию:

- а) интенсивного (концентрированного) продвижения;
- б) горизонтальной интеграции;
- в) «мнимых цен».

31. Категории, которые включают товары, являющиеся вспомогательными, или сопутствующими, присутствуют в ассортименте для комфорта осуществления покупок, чтобы покупатель мог купить в одном месте все необходимое, сопровождающее основные товары – это...:

- а) уникальные категории товаров;
- б) удобные категории товаров;
- в) базовые категории товаров.

32. Какие показатели относятся к внутренним ограничениям на рациональный ассортимент торговой организации:

- а) положительная экономическая динамика, наличие финансовых ресурсов торговой организации;
- б) актуальность ассортимента на рынке поставщиков необходимой продукции;
- в) финансово-экономическое состояние конкурентов.

33. Показатели коэффициента рациональности ассортимента должны находиться в пределах:

- а) от 1 до 10;
- б) от 1 до 5;
- в) от 0 до 1.

34. Признание категории товаров как стратегической единицы бизнеса (СЕБ), с целью планирования и достижения продаж с высоким уровнем доходности – это...:

- а) философия категорийного менеджмента;

- б) управление ассортиментом;
- в) цель реализации бизнес-плана создания новой розничной торговой организации.

35. Категории, которые создают имидж магазина, обеспечивают его запоминаемость у посетителей, работают на привлечение новых покупателей и удерживают старых – это...:

- а) уникальные категории товаров;
- б) удобные категории товаров;
- в) базовые категории товаров.

5.3 Типовые задания для промежуточной аттестации и оценки освоения МДК.02.04 Управление ассортиментом товаров

Задание № 1.

Решение обучающимися задач (индивидуальные карточки по вариантам).

Вариант № 1

Задача № 1. Торговое предприятие предлагает на рынке ассортимент из трех товаров: А, В и С по ценам, рассчитанным на основе затрат: 11,50 руб.; 8,35 руб. и 10,60 руб. за штуку соответственно. Цены для продуктов А и С не были приняты рынком. Предложите новые цены для продуктов А и С на основе психологической цены. Запланированный сбыт 120 тыс. шт., 540 тыс. шт. и 230 тыс. шт. Рассчитайте новую цену для продукта В, позволяющую сохранить первоначальный объем и покрывающую потери от продуктов А и С.

Вариант № 2

Задача № 1. Предприятие оптовой торговли «Сдобри» снабжает розничную торговлю майонезом. Её клиенты – продуктовые магазины, супермаркеты, ларьки, палатки, отделы в крупных универсальных магазинах, кафе, рестораны. Фирма делает ставку на недифференцированный массовый маркетинг, но значение отдельных сегментов для «Сдобри» различно, что отражают данные таблицы 1. Определить интенсивность потребления майонеза, а также удельную интенсивность на основе АВС-анализа потребителей.

Таблица 1

Сегмент	Потребление майонеза, %	Емкость сегмента, %
1	17	3
2	19	2
3	24	1
4	8	20
5	9	10
6	11	7
7	2	29
8	4	17
9	6	11

Вариант № 3

Задача № 1. На основании данных таблицы 1 определить:

- а) емкость рынка в натуральном и денежном выражении;
- б) долю рынка каждого предприятия в денежном выражении

Таблица 1

№ п/п	Показатели	Ед. изм.	Производители		
			№ 1	№ 2	№ 3

1	Объем продаж	шт.	4500	3800	4000
2	Цена за штуку	руб.	60	62	61

Вариант № 4

Задача № 1. Определить запас продукции в натуральном, стоимостном выражениях, если годовой отпуск 180 тыс. тонн, продолжительность отчетного периода по отпуску 300 дней. Коэффициент неравномерности отпуска 1,2. Коэффициент оборачиваемости материалов за год 30 раз. Стоимость 1 тонны – 1 тыс. руб.

Вариант № 5

Задача № 1. Торговое предприятие предлагает на рынке ассортимент из трех товаров: А, В и С по ценам, рассчитанным на основе затрат: 21,50 руб./шт.; 17,25 руб./шт. и 15,70 руб./шт. соответственно. Запланированный сбыт 110 тыс. шт., 320 тыс. шт. и 170 тыс. шт. Поскольку цены товаров А и С не были приняты рынком, необходимо скорректировать их на основе психологической цены. Поставьте другие цены и рассчитайте новую цену товара В, позволяющую сохранить первоначальный объем и покрывающую потери от внесённых ценовых корректив.

Вариант № 6

Задача № 1. По данным учета затрат известно, что стоимость подачи одного заказа составляет 500 руб., годовая потребность в комплектующем изделии – 2 тыс. шт., цена единицы комплектующего изделия – 800 руб., стоимость содержания комплектующего изделия на складе равна 30% его цены. Определить оптимальный размер заказа на комплектующее изделие.

Вариант № 7

Задача № 1. По данным таблицы 1 проанализировать товарный ассортимент. Заполнить таблицу недостающими данными. Сделать выводы о перспективности каждой ассортиментной группы.

Таблица 1

№ п/п	Группа ассортимента	Объем продаж (шт.)	С/с ед. продукции (руб.)	Прибыль на 1 ед. продукции (руб.)	Цена 1 ед. товара (руб.)	Выручка (руб.)	Доля группы ассортимента, %	Стадия ЖЦТ
1	А	400	120	20				Рост
2	Б	500	105	15				Зрелость
3	В	100	130	5				Спад
Итого:	-	1000	-	-				

Вариант № 8

Задача № 1. Проанализируйте ассортимент фирмы и сделайте вывод. Определите перспективные группы товаров. Какие товары уступают в конкурентоспособности?

Вид товара	Объем производства (т)	Цена 1 т. (руб.)	Объем производства (руб.)	Рентабельность (%)	Прибыль (руб.)	Доля ассортиментной группы (%)	Этап ЖЦТ	Цена в руб. 1 ед. товара конкурента
------------	------------------------	------------------	---------------------------	--------------------	----------------	--------------------------------	----------	-------------------------------------

А	400	1600		12			Рост	1700
Б	200	1500		5			Внедрение	1300
В	500	2000		3			Спад	-
Г	300	2100		14			Зрелость	2100
Итого		-		-		100%	-	-

Дайте рекомендации по каждой ассортиментной группе.

Вариант № 9

Задача № 1. Проанализировать сбытовую политику предприятия методом ABC-анализа и сделать выводы о целесообразности реализации отдельных продуктов в программе предприятия. В качестве критериев ранжирования использовать: удельный вес реализуемой продукции в денежном выражении, долю в объеме затрат, долю в прибыли.

Продукт	Ассортимент	Сбыт		Затраты		Прибыль	
		тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
1	2	450		394		56	
2	1	280		230		50	
3	4	130		120		10	
4	5	2100		2000		100	
5	14	5600		4900		700	
6	4	240		205		35	
7	3	5000		4959		41	
8	2	1240		1235		5	
9	1	134		132		2	
10	4	218		215		3	
		?	100	?	100	?	100

Вариант № 10

Задача № 1. Сумма издержек товародвижения оптовой базы составляет 445,4 тыс. руб. На планируемый год намечено увеличить товарооборот, в связи с чем возрастут издержки на 9%. Рассчитайте издержки в целом на планируемый год и по статьям, если затраты распределяются следующим образом:

- а) на транспортировку – 45%;
- б) постоянные складские расходы – 15%;
- в) переменные складские расходы – 35%;
- г) невыполненные в срок заказы – остальное.

Приведите мероприятия, которые позволяют сократить издержки.

Вариант № 11

Задача № 1. Магазин имеет 7 видов продуктов. Затраты и годовой спрос на них указаны в таблице 1. Провести ABC-анализ с целью определения степени важности контроля запасов продуктов. Критерий – объем продаж.

Таблица 1

Цена и годовой спрос на продукцию

Продукт	1	2	3	4	5	6	7
Цена ед. продукции, руб.	2000	6000	4000	8000	20000	12000	1000
Годовой спрос, ед.	250	450	1000	550	500	400	700

Вариант № 12

Задача № 1. Фирма «Торгсервис» несет издержки по товародвижению в отчетном году в размере 50 тыс руб. На планируемый год намечено сократить издержки на 10% после

проведенных организационно-технических мероприятий. Рассчитать издержки товародвижения на планируемый год в целом и по статьям если они распределяются следующим образом:

- а) доля транспортных составит – 40%;
- б) доля постоянных складских расходов – 15%;
- в) доля переменных складских расходов – 10%;
- г) остальные не выполненные в срок заказы.

Вариант № 13

Задача № 1. На основе данных таблицы рассчитайте следующие показатели:

- а) объем продаж каждого предприятия в стоимостном выражении;
- б) емкость рынка в натуральном и стоимостном выражении.

Таблица 1

№ п/п	Показатели	Ед. изм.	Производители		
			№ 1	№ 2	№ 3
1	Объем продаж	шт.	20000	30000	15000
2	Цена за 1 ед. товара	руб.	70	65	67

Определите долю каждого производителя (в %) в общей емкости рынка. Расчет проведите по натуральным показателям. Приведите маркетинговые мероприятия, позволяющие увеличить долю на рынке.

Вариант № 14

Задача № 1. Фирма производит 3000 холодильников в год (цифры условные). Себестоимость одной единицы товара складывается из следующих затрат:

- а) стоимость сырья и материалов – 1200 руб.
- б) стоимость комплектующих узлов – 3600 руб.
- в) зарплата персонала – 970 руб.
- г) общезаводские расходы – 1100 руб.
- д) расходы на маркетинг – 60 руб.

Уровень рентабельности предприятия 15%.

Определить:

- 1. Базовую цену 1 холодильника.
- 2. Объём реализации в стоимостном выражении.
- 3. Общую сумму прибыли.

Вариант № 15

Задача № 1. На основе таблицы 1 сделать анализ товарного ассортимента фирмы:

- а) заполните таблицу недостающими данными;
- б) выделите перспективные товары;
- в) дайте рекомендации в отношении неперспективных товаров.

Таблица 1

№ п/п	Вид товара	Объем производства (шт.)	Цена 1 ед. товара (руб.)	Объем производства (руб.)	Рентабельность (%)	Прибыль (руб.)	Доля ассортиментной группы (%)	Этап ЖЦТ
1	А	15000	300		15			Рост
2	Б	6000	400		3			Внедрение
3	В	5200	250		1			Спад
4	Г	25000	150		12			Зрелость
	Итого		-		-		100%	-

Вариант № 16

Задача № 1. Предприятие по производству бытовой техники устанавливает цену на новое изделие. Прогнозируемый годовой объем продаж – 10 тыс. штук. Предположительно затраты составят:

а) прямые затраты сырья, материалов на единицу изделия – 1 тыс. руб.

б) прямые затраты труда на единицу изделия – 500 руб.

Фирма планирует сумму постоянных затрат – 1000 тыс. руб. в год и надеется получить прибыль – 3000 тыс. руб. Рассчитать цену на новую продукцию.

Вариант № 17

Задача № 1. Предприятие по производству мебели устанавливает цену на новое изделие. Прогнозируемый годовой объем продаж – 50 тыс. штук. Предположительно затраты составят:

а) прямые затраты сырья, материалов на единицу изделия – 3 тыс. руб.

б) прямые затраты труда на единицу изделия – 1 тыс. руб.

Фирма планирует сумму постоянных затрат – 3000 тыс. руб. в год и надеется получить прибыль – 5000 тыс. руб. Рассчитать цену на новую продукцию.

Вариант № 18

Задача № 1. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 24 млн. шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, а доля фирмы – на 5 %. Во втором сегменте доля фирмы составляет 6%, объем продаж 5 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 14% при сохранении доли фирмы в этом сегменте. В третьем сегменте емкость рынка составляет 45 млн. шт., доля фирмы – 18 %. Изменений не предвидится. Определить объем продаж фирмы в настоящем году при выше указанных условиях.

Вариант № 19

Задача № 1. На основе данных, приведенных в таблице 1, определить размер прибыли, полученной на каждом этапе жизненного цикла товара. Данные занесите в таблицу. Себестоимость 1 шт. товара – 10 руб.

Таблица 1

Стадия ЖЦТ	Цена 1 шт.	Объем продаж		Издержки производства тыс. руб.	Прибыль (убытки) тыс. руб.
		шт.	тыс. руб.		
Внедрение	18	1000			
Рост	16	5000			
Зрелость	14	15000			
Падение	9	3000			
Итого:					

Вариант № 20

Задача № 1. Торговая сеть «Вилена» распространила листовки об изменении цен на свои товары, затраты на рекламу составили 25 тыс. руб. Определить эффект от рекламы, исходя их приведённых в таблице 1 данных об изменении товарооборота.

Таблица 1

Период	Число дней	Товарооборот, тыс. руб.	Среднедневной товарооборот, тыс. руб.
До проведения рекламы (Д1)	10	454,9	45,49
После рекламы (Д2)	20	1320,5	66,025

Вариант № 21

Задача № 1. Какое решение принять по выбору канала распределения по критерию эффективности? Выбор из трёх альтернатив:

- канал нулевого уровня: расходы, связанные с содержанием собственной розничной торговой сети, составляют 150 млн. руб., издержки обращения – 100 млн. руб., прибыль от реализации товара – 500 млн. руб.;
- одноуровневый канал (использование посредника – розничной торговли): издержки обращения – 60 млн. руб., прибыль – 30 млн. руб.;
- двухуровневый канал (производитель продает товар оптовому посреднику): издержки обращения – 40 млн. руб., прибыль – 120 млн. руб.

Вариант № 22

Задача № 1. Определить розничную цену товара, если отпускная цена производителя за 1 ед. товара составляет 2 тыс. руб. Производитель дает скидку 5% при закупке партии товаров более 50 штук. Оптовик закупает 60 ед. товара. Наценка оптовика 7%. Розничный продавец реализует товар с наценкой 10%.

Вариант № 23

Задача № 1. Фирма-производитель реализует свой продукт через оптовых посредников предприятиям розничной торговли. Маржа оптовика составляет 10% от реализации. Фирма-производитель считает целесообразным нанять 20 торговых представителей, чтобы поставлять продукцию предприятиям розничной торговли напрямую. Прогнозируется, что затраты на 20 представителей составят 640 тыс. руб. плюс 2% от объема реализации продукта. При каком объеме продаж наличие своих представителей окажется для фирмы предпочтительнее, чем работа с оптовыми посредниками?

Вариант № 24

Задача № 1. На основе расчетов и других данных таблицы 1 сделайте выводы; дайте стратегические рекомендации по каждой ассортиментной группе. Какие товары уступают в конкурентоспособности.

Таблица 1

Вид товара	Объем производства (т)	Цена 1 т (руб.)	Объем производства (руб.)	Рентабельность (%)	Прибыль (руб.)	Доля ассортиментной группы (%)	Этап ЖЦТ	Цена в руб. 1 ед. товара конкурента
А	200	1500		10			Рост	1600
Б	300	1700		4			Внедрение	1500
В	600	2000		3			Спад	-
Г	400	2100		15			Зрелость	2100
Итого						100%		

Вариант № 25

Задача № 1. На основе данных, представленных в таблице 1 проанализировать ассортимент фирмы, сделать необходимые расчеты и заполнить недостающей информацией. Сделайте вывод, дайте рекомендации по каждой ассортиментной группе. Какие товары уступают в конкурентоспособности?

Таблица 1

Вид товара	Объем производства (т)	Цена 1 т (руб.)	Объем производства (руб.)	Рентабельност ь (%)	Прибыль (руб.)	Доля ассортиментно й группы (%)	Этап ЖЦТ	Цена в руб. 1 ед. товара конкурента
А	200	1500		10			Рост	1600
Б	300	1700		4			Внедрение	1500
В	600	2000		3			Спад	-
Г	400	2100		15			Зрелость	2100
Итого		-		-		100%		