

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета технологии
и товароведения

Высоцкая Е.А.



« 22 » июня 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

**Б1.В.01 Товарный менеджмент пищевых продуктов функционального
и специализированного назначения**

Направление подготовки 19.04.05 Высокотехнологичные производства пищевых
продуктов
функционального и специализированного назначения

Направленность (профиль) «Менеджмент качества и безопасности пищевых
продуктов функционального и специализированного назначения»

Квалификация выпускника магистр

Факультет технологии и товароведения

Кафедра товароведения и экспертизы товаров

Разработчик рабочей программы:
доцент кафедры товароведения и экспертизы товаров, кандидат технических наук
Василенко Ольга Александровна

Воронеж – 2021 г.

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 19.04.05 Высокотехнологичные производства пищевых продуктов функционального и специализированного назначения (уровень магистратуры), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2020 г. № 946 и зарегистрированным в Минюсте России 27 августа 2020 г., № 59504.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры товароведения и экспертизы товаров (протокол № 11 от 15 июня 2021 г.).

Заведующий кафедрой  _____ Дерканосова Н.М.

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической комиссией факультета технологии и товароведения (протокол № 10 от 22 июня 2021 г.).

Председатель методической комиссии  _____ А.А. Колобаева

Рецензент – заместитель директора по научной и инновационной деятельности ООО «Фиш Поинт», доктор технических наук, профессор **Дворянинова О. П.**

1. Общая характеристика дисциплины

1.1. Цель дисциплины

Формирование знаний, умений и навыков в области товарного менеджмента как основного инструмента достижения коммерческого успеха предприятия путем эффективной деятельности, организации и управления с учетом постоянно меняющихся условий конкурентной среды при производстве и проектировании продукции функционального и специализированного назначения.

1.2. Задачи дисциплины

Формирование знаний в области проблематики товарного менеджмента; освоение законов и категорий дисциплины; формирование умений и навыков по исследованию проблем функционирования товарного менеджмента на предприятии при производстве и проектировании продукции функционального и специализированного назначения.

1.3. Предмет дисциплины

Управление основополагающими характеристиками товаров функционального и специализированного назначения на всех этапах товародвижения средствами и методами менеджмента как условие достижения удовлетворенности потребителей.

1.4. Место дисциплины в образовательной программе

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательного процесса.

1.5. Взаимосвязь с другими дисциплинами

Дисциплина имеет связи со следующими дисциплинами обязательной части: Научные и технологические основы конструирования пищевых продуктов различного целевого назначения, Системы менеджмента качества и безопасности; с дисциплинами в части, формируемой участниками образовательных отношений: Экспертиза качества пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, Ветеринарно-санитарная экспертиза сырья и пищевых продуктов, Маркетинговые исследования.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция		Индикатор достижения компетенции	
код	название	код	содержание
ПК-1	Способен проводить научно-исследовательские работы и маркетинговые исследования в области прогрессивных технологий производства перспективных ПФСН в целях разработки новых технологических технологий, новых продуктов, обеспечения конкурентоспособности производства с использованием систем менеджмента качества и безопасности	32	Технологии менеджмента в области производства ПФСН; факторы, формирующие и сохраняющие основополагающие характеристики товаров; основные стратегии деятельности организации в области товарного менеджмента
		У2	Оценивать факторы внутренней и внешней среды компании; пользоваться методами товарного менеджмента для работы и принятия решений в области производства пищевой продукции функционального и специализированного назначения; интерпретировать результаты товарных и гигиенических экспертиз, характеризующих потребительские свойства товаров; проводить приемку партии товаров по качеству
		Н2	Исследования товароведной характеристики ПФСН, показателей ассортимента

			торгового предприятия и потребительских предпочтений
--	--	--	--

3. Объём дисциплины и виды работ

3.1. Очная форма обучения

Показатели	Семестр	Всего
	2	
Общая трудоёмкость, з.е./ч	6 / 216	6 / 216
Общая контактная работа, ч	150,75	150,75
Общая самостоятельная работа, ч	65,25	65,25
Контактная работа при проведении учебных занятий, в т.ч. (ч)	150,00	150,00
лекции	66	66,00
практические-всего	84	84,00
в т.ч. практическая подготовка	4	4,00
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий, ч	47,50	47,50
Контактная работа при проведении промежуточной аттестации обучающихся, в т.ч. (ч)	0,75	0,75
групповые консультации	0,50	0,50
экзамен	0,25	0,25
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч. (ч)	17,75	17,75
подготовка к экзамену	17,75	17,75
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

3.2. Заочная форма обучения

Показатели	Курс	Всего
	1	
Общая трудоёмкость, з.е./ч	6 / 216	6 / 216
Общая контактная работа, ч	20,75	20,75
Общая самостоятельная работа, ч	195,25	195,25
Контактная работа при проведении учебных занятий, в т.ч. (ч)	20,00	20,00
лекции	8	8,00
практические-всего	12	12,00
в т.ч. практическая подготовка	4	4,00
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий, ч	177,50	177,50
Контактная работа при проведении промежуточной аттестации обучающихся, в т.ч. (ч)	0,75	0,75
групповые консультации	0,50	0,50
экзамен	0,25	0,25
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч. (ч)	17,75	17,75

подготовка к экзамену	17,75	17,75
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

4.1. Содержание дисциплины в разрезе разделов и подразделов

Раздел 1 Теоретические основы товарного менеджмента

Подраздел 1.1 Основные понятия, объекты и методы товарного менеджмента.

Основные понятия в области товарного менеджмента. Товарный менеджмент, политика и цели в области товарного менеджмента, система товарного менеджмента, элементы товарного менеджмента, средства товарного менеджмента, планирование, управление, обеспечение и улучшение в области товарного менеджмента, продукция (товар), процесс, ресурсы.

Объекты товарного менеджмента. основополагающие характеристики товара, составляющие его потребительную стоимость: ассортиментная, качественная и количественная. Взаимосвязь между ними и стоимостью товара. Функции товара: потребительская, маркетинговая, коммерческая, правовая, финансовая.

Обеспечение основополагающих товароведных характеристик товара на протяжении всего жизненного цикла продукции (товара). Жизненный цикл товара (ЖЦТ): понятие, стадии, этапы.

Методы товарного менеджмента.

Подраздел 1.2 Потребности и прогнозирование спроса.

Понятие и классификация потребностей, факторы, влияющие на формирование потребностей, средства и способы формирования новых потребностей. Потребительная стоимость, ценность, полезность. Характеристика потребителей. Целевые сегменты. Прогнозирование потребностей и спроса.

Подраздел 1.3 Управление ассортиментом торгового предприятия.

Ассортимент товаров как сложная система и объект управления. Виды ассортимента. Влияние значений показателей ассортимента на результаты коммерческой деятельности предприятия. Определение структуры товарной категории.

Управление ассортиментом: понятие, основные этапы, структурирование. Ассортиментная политика торгового предприятия. Формирование ассортимента: понятие, основные направления. Факторы, влияющие на его формирование. Регулирование этих факторов. Виды нормативных и технических документов, определяющих ассортимент товаров. Методы анализа результатов управления ассортиментом.

Раздел 2. Товарный менеджмент продуктов функционального и специального назначения

Подраздел 2.1 Качественные и количественные характеристики товара как объекты товарного менеджмента.

Правовые основы обеспечения качества в РФ, техническое регулирование.

Оценка качества: понятие и этапы оценки качества, контроль качества, оценка уровня качества.

Методы определения показателей качества. Контроль качества товаров: понятие. Виды контроля качества. Правила отбора проб. Статистические методы контроля качества. Государственный контроль за соблюдением обязательных требований к продукции. Пересортица: причины возникновения, методы обнаружения, способы предупреждения и устранения. Несоответствия и дефекты товаров: понятия, классификация. Взаимосвязь дефектов различной значимости с градациями качества. Диагностика дефектов: причины возникновения, методы обнаружения, способы предупреждения и устранения.

Права потребителей и ответственность продавца при реализации дефектной продукции.

Идентификация: понятие, сферы применения, виды, показатели, средства и методы, результаты. Фальсификация товаров: понятия, виды.

Подраздел 2.2 Обеспечение (формирование и сохранение) основополагающих товароведных характеристик товара на протяжении жизненного цикла продукции (товара).

Факторы, формирующие качество и количество продукции (товаров): конъюнктура рынка товаров, регламентация товароведных характеристик товара, качество исходного сырья и материалов, качество проектирования, качество изготовления. Технология изготовления. Роль нормативной и технической документации в формировании качества.

Факторы, сохраняющие качество и количество товаров. Упаковка: классификация, функции, требования, виды упаковки. Хранение. Классификация товаров по срокам и условиям хранения. Основополагающие принципы хранения. Экономическая эффективность хранения. Методы хранения. Транспортирование товаров: виды, сроки, условия.

Товарная обработка: назначение, виды, основные операции предреализационной товарной обработки, степень их значимости для обеспечения качества товаров. Реализация товаров: назначение, основные операции при реализации. Послепродажное обслуживание: объекты, назначение, основные операции, их значимость для обеспечения качества.

Потребление: виды, способы повышения эффективности использования или эксплуатации потребительских товаров, установление степени удовлетворения потребителей.

Роль нормативных и технических документов в сохранении качества и количества товаров.

Товарные потери: понятие и виды потерь. Причины возникновения. Порядок списания количественных и качественных потерь. Меры по предупреждению и снижению потерь. Факторы, влияющие на потери.

Подраздел 2.3 Экспертиза товаров в области товарного менеджмента.

Экспертиза как информационно-аналитическая деятельность. Значение экспертизы в системе товарного менеджмента. Понятие, цели, задачи, принципы товарной экспертизы. Классификация товарной экспертизы.

Объекты экспертизы: основные и дополнительные. Товары, как основные объекты экспертизы. Субъекты экспертизы товаров.

Средства экспертизы товаров. Источники информации о товарах: документы, маркировка, специальная литература.

Методы экспертизы товаров. Организация и проведение оценки качества товаров (продукции) экспертным методом. Математико-статистические методы обработки результатов экспертной оценки.

Правила производства экспертизы товаров в экспертной организации. Правила оформления, порядок подачи и регистрации заявки на проведение экспертизы. Особенности организации и проведения дополнительной, повторной и контрольной экспертиз. Экспертиза товаров по качеству и количеству.

Санитарно-эпидемиологическая экспертиза, фитосанитарная экспертиза, ветеринарная экспертиза: основные понятия, объекты и субъекты, нормативно-правовая база, информационное обеспечение, государственный контроль и надзор. Товароведная и идентификационная экспертиза. Экологическая экспертиза

Подраздел 2.4 Управление товарными запасами.

Понятие товарных запасов и их оборачиваемость. Норма оборачиваемости. Факторы, влияющие на оборачиваемость товарных запасов. Средний товарный запас. Уровень запасов продукции. Контроль уровня запаса товара. Определение минимально допустимого уровня запаса, определение динамики изменения уровня и прогноз момента достижения минимального уровня запаса в будущем. Определение уровня страхового запаса.

Методы оценки товарных запасов. Дефицит и излишки товара: причины и последствия. Способы реализации излишков и неликвидного товара.

Размещение товаров в системе складов. Повышение эффективности использования складских помещений. Контроль сроков годности и реализации отдельных товарных единиц и партий скоропортящихся товаров. Контроль параметров внешней среды на складах, предназначенных для продукции с особыми условиями хранения.

Подраздел 2.5 Управление закупками товара.

Стратегия деловых взаимоотношений с поставщиками. Управление поставщиками с целью повышения эффективности закупочной деятельности; методы выбора и оценки поставщиков. Выделение списка ключевых поставщиков. Определение базовых условий работы торгового предприятия с предприятиями-поставщиками. Типовые требования, предъявляемые к поставщикам. Классификация предприятий-поставщиков и их основная характеристика. Стратегия закупки товара. Принципы работы и специфика централизованной и децентрализованной системы заказов. Осуществление закупок в режиме «точно в срок». Возврат товаров поставщикам. Организация службы закупок в розничном торговом предприятии. Бюджет закупок. Составление бюджета при различных системах заказов. Контроль выполнения бюджета и методы корректировки бюджета и плана закупок. Взаиморасчеты с поставщиками, закупочные цены.

Практическая подготовка по дисциплине включает в себя проведение практических занятий на профильных предприятиях (организациях) с использованием их материально-технической базы: АО «Молвест», ГК Агроэко, ЭкоНива-АПК-холдинг, ПАО «Магнит», ФГБУ «Центр оценки качества зерна», БУВО «Воронежская облветлаборатория» в объеме, указанном в таблицах 3.1. и 3.2. Практические занятия предусмотрены по подразделам 1.3, 2.1, 2.2.

4.2. Распределение контактной и самостоятельной работы при подготовке к занятиям по подразделам

4.2.1. Очная форма обучения

Разделы, подразделы дисциплины	Контактная работа			СР
	лекции	ЛЗ	ПЗ	
Раздел 1. Теоретические основы товарного менеджмента	34		40	20
Подраздел 1.1 Основные понятия, объекты и методы товарного менеджмента	12		12	6
Подраздел 1.2 Потребности и прогнозирование спроса	12		12	6
Подраздел 1.3 Управление ассортиментом торгового предприятия	10		16	8
Раздел 2. Товарный менеджмент и экспертиза качества	32		44	27,5
Подраздел 2.1 Качественные и количественные характеристики товара как объекты товарного менеджмента	12		12	5
Подраздел 2.2 Обеспечение (формирование и сохранение) основополагающих товароведных характеристик товара на протяжении жизненного цикла продукции (товара).	6		8	5
Подраздел 2.3 Экспертиза товаров в области товарного менеджмента.	6		8	6
Подраздел 2.4 Управление товарными запасами	6		8	6
Подраздел 2.5 Управление закупками.	2		8	5,5
Всего	66		84	47,5

4.2.2. Заочная форма обучения

Разделы, подразделы дисциплины	Контактная работа			СР
	лекции	ЛЗ	ПЗ	
Раздел 1. Теоретические основы товарного менеджмента	3		6	88
Подраздел 1.1 Основные понятия, объекты и методы товарного менеджмента	1		2	30
Подраздел 1.2 Потребности и прогнозирование спроса	1		2	32
Подраздел 1.3 Управление ассортиментом предприятия	1		2	26
Раздел 2. Товарный менеджмент и экспертиза качества	3		6	89,5
Подраздел 2.1 Качественные и количественные характеристики товара как объекты товарного менеджмента	-		2	20
Подраздел 2.2 Обеспечение (формирование и сохранение) основополагающих товароведных характеристик товара на протяжении жизненного цикла продукции (товара).	1		2	20
Подраздел 2.3 Экспертиза товаров в области товарного менеджмента.	1		2	20
Подраздел 2.4 Управление товарными запасами	1		-	20
Подраздел 2.5 Управление закупками.	-		-	9,5
Всего	6		12	177,5

4.3. Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

Организация самостоятельной работы по дисциплине осуществляется в соответствии с методическими указаниями Товарный менеджмент и экспертиза пищевых продуктов функционального и специализированного назначения/ Н. М. Дерканосова, О. А. Василенко, С.А. Шеламова. – Воронеж. – ВГАУ, 2020. – 13 с.

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объем, ч	
			форма обучения	
			очная	заочная
1	Основополагающие понятия в области товарного менеджмента	Товарный менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / сост. С.В. Левушкина; Ставропольский гос. аграрный ун-т. – Ставрополь, 2014. – 136 с. (С.7-17)	2	20
2	Прогнозирование потребителей, сегментирование рынка	Товарный менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / сост. С.В. Левушкина; Ставропольский гос. аграрный ун-т. – Ставрополь, 2014. – 136 с. (С.17-41)	2	20

3	Виды и свойства ассортимента	Иванова, Тамара Николаевна. Товарный менеджмент [электронный ресурс] : Учебное пособие / Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия ; Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия .— 1 .— Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019 .— 234 с. (С.140-146) Теоретические основы товароведения и экспертизы товаров. В 2 ч. Ч. 1: Модуль I. Теоретические основы товароведения: Учебник / М.А. Николаева. - М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 368 с. (С.85-104)	5	20
4	Ассортиментная политика торгового предприятия	Иванова, Тамара Николаевна. Товарный менеджмент [электронный ресурс] : Учебное пособие / Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия ; Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия .— 1 .— Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019 .— 234 с.	5	20
5	Статистические методы контроля качества товаров. Правила отбора проб. Диагностика дефектов	Иванова, Тамара Николаевна. Товарный менеджмент [электронный ресурс] : Учебное пособие / Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия ; Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия .— 1 .— Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019 .— 234 с.	5	20
6	Правовое регулирование в области защиты прав потребителей	Николаева М. А. Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия: Учебник - Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2015 - 352 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] (С.205-220)	5	20

7	Обеспечение (формирование и сохранение) основополагающих товароведных характеристик товара на протяжении жизненного цикла продукции (товара)	Техническое регулирование : защита прав потребителей : информационно-раздаточный материал/ Н. М. Деркано-сова, О. А. Василенко, О. А. Сергеева ВГАУ. – Воронеж, 2014. – 36 с (С.5-36)	5	20
8	Правила производства экспертизы товаров в экспертной организации	Товарный менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / сост. С.В. Левушкина; Ставропольский гос. аграрный ун-т. – Ставрополь, 2014. – 136 с. (С.67-82) Елисеева, Л. Г. Товароведение однородных групп продовольственных товаров [электронный ресурс] : Учебник / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова .— 4 .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020 .— 949 с. (С.47-51)	5	20
9	Методы оценки товарных запасов. Размещение товаров на складе	Елисеева, Л. Г. Товароведение однородных групп продовольственных товаров [электронный ресурс] : Учебник / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова .— 4 .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020 .— 949 с. (С.40-44) Теоретические основы товароведения и экспертизы товаров. В 2 ч. Ч. 2: Модуль II. Товарная экспертиза: Учебник / М.А. Николаева. - М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 192 с. (С.153-179)	5	10
10	Стратегия закупок товаров	Товарный менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / сост. С.В. Левушкина; Ставропольский гос. аграрный ун-т. – Ставрополь, 2014. – 136 с. (С.120-131) Иванова, Т. Н. Товарный менеджмент [электронный ресурс] : Учебное пособие / Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия ; Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия .— 1 .— Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019 .— 234 с. (С.197-204)	8,5	7,5

Всего	47,5	177,5
--------------	-------------	--------------

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля

5.1. Этапы формирования компетенций

Подраздел дисциплины	Компетенция	Индикатор достижения компетенции
Подраздел 1.1 Основные понятия, объекты и методы товарного менеджмента	ПК-1	З2
		У2
Подраздел 1.2 Потребности и прогнозирование спроса	ПК-1	З2
		У2
		Н2
Подраздел 1.3 Управление ассортиментом торгового предприятия	ПК-1	З2
		У2
Подраздел 2.1 Качественные и количественные характеристики товара как объекты товарного менеджмента	ПК-1	З2
		У2
		Н2
Подраздел 2.2 Обеспечение (формирование и сохранение) основополагающих товароведных характеристик товара на протяжении жизненного цикла продукции (товара).	ПК-1	З2
		У2
Подраздел 2.3 Экспертиза товаров в области товарного менеджмента.	ПК-1	З2
		У2
		Н2
Подраздел 2.4 Управление товарными запасами	ПК-1	З2
		У2
		Н2
Подраздел 2.5 Управление закупками товара.	ПК-1	З2
		У2
		Н2

5.2. Шкалы и критерии оценивания достижения компетенций

5.2.1. Шкалы оценивания достижения компетенций

Вид оценки	Оценки			
Академическая оценка по 4-х балльной шкале	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

5.2.2. Критерии оценивания достижения компетенций

Критерии оценки на экзамене

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Отлично, высокий	Студент показал полные и глубокие знания программного материала, логично и аргументировано ответил на все вопросы экзаменационного билета, а также на дополнительные вопросы, способен самостоятельно решать сложные задачи дисциплины

Хорошо, продвинутый	Студент твердо знает программный материал, грамотно его излагает, не допускает существенных неточностей в ответе, достаточно полно ответил на вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы, способен самостоятельно решать стандартные задачи дисциплины
Удовлетворительно, пороговый	Студент показал знание только основ программного материала, усвоил его поверхностно, но не допускал грубых ошибок или неточностей, требует наводящих вопросов для правильного ответа, не ответил на дополнительные вопросы, способен решать стандартные задачи дисциплины с помощью преподавателя
Неудовлетворительно, компетенция не освоена	Студент не знает основ программного материала, допускает грубые ошибки в ответе, не способен решать стандартные задачи дисциплины даже с помощью преподавателя

Критерии оценки тестов

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Отлично, высокий	Содержание правильных ответов в тесте не менее 90%
Хорошо, продвинутый	Содержание правильных ответов в тесте не менее 75%
Удовлетворительно, пороговый	Содержание правильных ответов в тесте не менее 50%
Неудовлетворительно, компетенция не освоена	Содержание правильных ответов в тесте менее 50%

Критерии оценки устного опроса

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Зачтено, высокий	Студент демонстрирует уверенное знание материала, четко выражает свою точку зрения по рассматриваемому вопросу, приводя соответствующие примеры
Зачтено, продвинутый	Студент демонстрирует уверенное знание материала, но допускает отдельные погрешности в ответе
Зачтено, пороговый	Студент демонстрирует существенные пробелы в знаниях материала, допускает ошибки в ответах
Не зачтено, компетенция не освоена	Студент демонстрирует незнание материала, допускает грубые ошибки в ответах

Критерии оценки решения задач

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Зачтено, высокий	Студент уверенно знает методику и алгоритм решения задачи, не допускает ошибок при ее выполнении.
Зачтено, продвинутый	Студент в целом знает методику и алгоритм решения задачи, не допускает грубых ошибок при ее выполнении.

Зачтено, пороговый	Студент в целом знает методику и алгоритм решения задачи, допускает ошибок при ее выполнении, но способен исправить их при помощи преподавателя.
Не зачтено, компетенция не освоена	Студент не знает методику и алгоритм решения задачи, допускает грубые ошибки при ее выполнении, не способен исправить их при помощи преподавателя.

Критерии оценки рефератов

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Зачтено, высокий	Структура, содержание и оформление реферата полностью соответствуют предъявляемым требованиям, обоснована актуальность темы, даны четкие формулировки, использованы актуальные источники информации, отсутствуют орфографические, синтаксические и стилистические ошибки
Зачтено, продвинутый	Структура, содержание и оформление реферата полностью соответствуют предъявляемым требованиям, обоснована актуальность темы, даны четкие формулировки, использованы актуальные источники информации, имеются отдельные орфографические, синтаксические и стилистические ошибки
Зачтено, пороговый	Структура, содержание и оформление реферата в целом соответствуют предъявляемым требованиям, обоснована актуальность темы, даны четкие формулировки, использованы как актуальные, так и устаревшие источники информации, имеются отдельные орфографические, синтаксические и стилистические ошибки
Не зачтено, компетенция не освоена	Структура, содержание и оформление реферата не соответствуют предъявляемым требованиям, актуальность темы не обоснована, отсутствуют четкие формулировки, использованы преимущественно устаревшие источники информации, имеются в большом количестве орфографические, синтаксические и стилистические ошибки

5.3. Материалы для оценки достижения компетенций

5.3.1. Оценочные материалы промежуточной аттестации

5.3.1.1. Вопросы к экзамену

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Жизненный цикл товара (ЖЦТ): понятие, стадии, этапы.	ПК-1	32
2	Методы товарного менеджмента.	ПК-1	32
3	Классификация и кодирование как методы товарного менеджмента.	ПК-1	32
4	Понятие и классификация потребностей, факторы, влияющие на формирование потребностей, средства и способы формирования новых потребностей.	ПК-1	32
5	Прогнозирование спроса.	ПК-1	32
		ПК-1	32
6	Ассортимент товаров как сложная система и объект управления.	ПК-1	32
7	Управление ассортиментом	ПК-1	32
8	Ассортиментная политика торгового предприятия.	ПК-1	32
9	Качество: определение, свойства и показатели.	ПК-1	32

10	Оценка качества товара: методы определения показателей качества и контроль качества.	ПК-1	32
11	Несоответствия и дефекты товаров: понятия, классификация.	ПК-1	32
12	Требования к отбору проб и выборки. Правила и методы отбора проб.	ПК-1	32
13	Правила приемки партии товаров по количеству	ПК-1	32
14	Товарные запасы: понятие, оборачиваемость, определение уровня страхового запаса.	ПК-1	32
15	Методы оценки товарных запасов. Дефицит и излишки товара.	ПК-1	32
16	Размещение товаров в системе складов. Повышение эффективности использования складских помещений.	ПК-1	32
17	Факторы, формирующие качество и количество продукции (товаров).	ПК-1	32
18	Факторы, сохраняющие качество и количество товаров.	ПК-1	32
19	Товарные потери: понятие, виды, причины возникновения.	ПК-1	32
20	Управление поставщиками с целью повышения эффективности закупочной деятельности; методы выбора и оценки поставщиков.	ПК-1	32
21	Классификация предприятий-поставщиков и их основная характеристика. Стратегия закупки товара.	ПК-1	32
22	Значение экспертизы в системе товарного менеджмента.	ПК-1	32
23	Методы экспертизы товаров.	ПК-1	32
24	Виды экспертизы товара	ПК-1	32

5.3.1.2. Задачи к экзамену

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Разработка торговых марок и знаков согласно ситуации. Ситуация № 1.ОАО выпускает широкий ассортимент молочной продукции в различной упаковке. Для обеспечения узнаваемости своей продукции на рынке руководство приняло решение о разработке товарной марки. Предложите эскиз товарной марки.	ПК-1	Н2, У2
2	Концепция бизнеса сети «Пятерочка» отражена в ее названии. Это пять «базовых выгод», которые магазины сети намерены предоставить покупателям: - поддержание низких цен; - удобное расположение универсамов; - оптимальный ассортимент товаров; - гарантии качества продукции; - качественное и профессиональное обслуживание покупателей. Проанализируйте, насколько стратегический набор «базовых выгод» соответствует восприятию покупателей.	ПК-1	Н2, У2

3	<p>Проведите исследование качества минеральной воды «Свежесть» торговой марки «Зауральские напитки» одним из методов экспертных оценок методом опроса студентов в группе. Опросный лист представлен в таблице 1</p> <p>Таблица 1 - Опросный лист «Исследование качества минеральной воды «Свежесть» торговой марки «Зауральские напитки»»</p> <table border="1" data-bbox="331 412 906 831"> <thead> <tr> <th data-bbox="331 412 675 434">Вопросы</th> <th data-bbox="675 412 906 434">Ответы</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="331 434 675 472">1 Как часто Вы употребляете минеральную воду?</td> <td data-bbox="675 434 906 472"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 472 675 510">2 Какой торговой марки минеральную воду Вы предпочитаете?</td> <td data-bbox="675 472 906 510"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 510 675 577">3 Удовлетворяют ли Вас предлагаемые магазинами объемы бутылок минеральной воды?</td> <td data-bbox="675 510 906 577"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 577 675 600">4 Какой объем бутылки Вы предпочитаете?</td> <td data-bbox="675 577 906 600"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 600 675 638">5 Устраивает ли Вас существующая цена на минеральную воду?</td> <td data-bbox="675 600 906 638"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 638 675 676">6 Какая цена за 1 литр на минеральную воду Вас устраивает?</td> <td data-bbox="675 638 906 676"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 676 675 714">7 Какие качества Вы цените в минеральной воде?</td> <td data-bbox="675 676 906 714"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 714 675 752">8 Что Вас не устраивает в минеральной воде?</td> <td data-bbox="675 714 906 752"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 752 675 790">9 Считаете ли Вы минеральную воду «Свежесть» экологически чистой?</td> <td data-bbox="675 752 906 790"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 790 675 831">10 Какую Вы предпочитаете минеральную воду: газированную или негазированную?</td> <td data-bbox="675 790 906 831"></td> </tr> </tbody> </table>	Вопросы	Ответы	1 Как часто Вы употребляете минеральную воду?		2 Какой торговой марки минеральную воду Вы предпочитаете?		3 Удовлетворяют ли Вас предлагаемые магазинами объемы бутылок минеральной воды?		4 Какой объем бутылки Вы предпочитаете?		5 Устраивает ли Вас существующая цена на минеральную воду?		6 Какая цена за 1 литр на минеральную воду Вас устраивает?		7 Какие качества Вы цените в минеральной воде?		8 Что Вас не устраивает в минеральной воде?		9 Считаете ли Вы минеральную воду «Свежесть» экологически чистой?		10 Какую Вы предпочитаете минеральную воду: газированную или негазированную?		ПК-1	Н2, У2
Вопросы	Ответы																								
1 Как часто Вы употребляете минеральную воду?																									
2 Какой торговой марки минеральную воду Вы предпочитаете?																									
3 Удовлетворяют ли Вас предлагаемые магазинами объемы бутылок минеральной воды?																									
4 Какой объем бутылки Вы предпочитаете?																									
5 Устраивает ли Вас существующая цена на минеральную воду?																									
6 Какая цена за 1 литр на минеральную воду Вас устраивает?																									
7 Какие качества Вы цените в минеральной воде?																									
8 Что Вас не устраивает в минеральной воде?																									
9 Считаете ли Вы минеральную воду «Свежесть» экологически чистой?																									
10 Какую Вы предпочитаете минеральную воду: газированную или негазированную?																									
4	<p>Разработайте варианты упаковок для следующих товаров (определите форму упаковки, материал, из которого она будет выполнена, его фактуру и цвет, функциональные приспособления для удобства пользования товаром, содержание маркировки товара и ее расположение на упаковке):</p> <p>а) туалетная вода для молодых и уверенных в себе женщин;</p> <p>б) ювелирные украшения для мужчин;</p> <p>в) шоколадное драже (монетки) для детей (взрослы);</p> <p>г) детский конструктор;</p> <p>д) набор ниток для вышивания.</p> <p>Какие характеристики упаковки помогают решать поставленные перед ней задачи?</p>	ПК-1	Н2, У2																						
5	<p>Сформировать товарную стратегию для выбранного магазина</p> <p>1 Принять решение о товарной специфике магазина: определить каким именно видом розничного бизнеса будет заниматься магазин. определить общие группы товаров исследовать положение внешней среды и степени ее влияния на деятельность предприятия определить формат магазина и ассортимент</p> <p>2. Структурировать ассортимент, стандарты выкладки, технологию проведения рекламных акций.</p> <p>3. Определить цели ценовой политики и оптимальную стратегию ценообразования.</p>	ПК-1	Н2, У2																						
6	<p>4. Сформировать товарную стратегию для выбранного магазина</p> <p>1 Принять решение о товарной специфике магазина: определить каким именно видом розничного бизнеса будет заниматься магазин. определить общие группы товаров</p>	ПК-1	Н2, У2																						

	исследовать положение внешней среды и степени ее влияния на деятельность предприятия определить формат магазина и ассортимент		
--	--	--	--

5.3.2. Оценочные материалы текущего контроля

5.3.2.1. Вопросы тестов

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	<i>Плохим показателем финансово-хозяйственной деятельности компании, указывающим на избыточность запасов или плохие продажи является</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокая оборачиваемость запасов 2. Средняя оборачиваемость запасов 3. Низкая оборачиваемость запасов 4. Оптимальная оборачиваемость запасов 	ПК-1	32
2	Процесс физического перемещения товаров от производителя в места продажи или потребления - это ... <ol style="list-style-type: none"> а) товародвижение б) товароснабжение в) транспортирование 	ПК-1	32
3	Осуществление проектов, не противоречающих миссии предприятия в долгосрочном периоде - это принцип <ol style="list-style-type: none"> 1интегрированности методов 2комплексности характера 3высокого динамизма управления 4ориентированности на стратегические цели 	ПК-1	32
4	<i>Любой объект потребления, способный удовлетворить определенные потребности человека, называется</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. благо 2. потребность 3. желание 4. необходимость 	ПК-1	32
5	Какая стоимость характеризует товар с точки зрения его обмена на другие вещи в определенных пропорциях <ol style="list-style-type: none"> 1. меновая 2. потребительная 3. общая 4. стоимостная 	ПК-1	32
6	<i>Этот термин относится к товарам, которые в процессе использования расходуют свой ресурс</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. обмен 2. эксплуатация 3. потребление 4. расход 	ПК-1	32
7	<i>Этот термин относится к товарам, которые в процессе использования расходуются сами</i>	ПК-1	32

	<ol style="list-style-type: none"> 1. обмен 2. эксплуатация 3. потребление 4. расход 		
8	<p><i>На этой стадии ЖЦТ осуществляется выявление запросов потребителей</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. предтоварная 2. товарная 3. послереализационная 4. утилизации и уничтожения 	ПК-1	32
9	<p><i>На этой стадии ЖЦТ осуществляется материально-техническое снабжение</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. предтоварная 2. товарная 3. послереализационная 4. утилизации и уничтожения 	ПК-1	32
10	<p><i>Совокупность взаимосвязанных этапов и операций, предназначенных для обеспечения безопасности человека и окружающей среды, рационального использования природных ресурсов, а также установления степени удовлетворенности потребителей товарами, называется</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. предтоварная стадия 2. товарная стадия 3. послереализационная стадия 4. стадия утилизации и уничтожения 	ПК-1	32
11	<p><i>Этап, включающий операции по замене или исправлению отдельных деталей, называется</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. переработка 2. переделка 3. ремонт 4. доделка 	ПК-1	32
12	<p><i>Физиологические потребности относятся к</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. первичным 2. вторичным 3. основным 4. второстепенным 	ПК-1	32
13	<p><i>Потребности в уважении со стороны других относятся к</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. первичным 2. вторичным 3. основным 4. второстепенным 	ПК-1	32
14	<p><i>Потребность в стабильности существования нынешнего порядка вещей относится к потребности</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. биологической 	ПК-1	32

	<ol style="list-style-type: none"> 2. в безопасности и стабильности 3. в любви и принадлежности к группе 4. в уважении и признании 		
15	<p><i>Желание обладать высокой репутацией относится к потребности</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. биологической 2. в безопасности и стабильности 3. в любви и принадлежности к группе 4. в уважении и признании 	ПК-1	32
16	<p><i>Стремление реализовать свою уникальность относится к потребности</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. в уважении и признании 2. в новизне 3. в красоте и гармонии 4. в самореализации 	ПК-1	32
17	<p><i>Платежеспособная потребность покупателей в данном товаре при данной цене называется</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. потребность 2. спрос 3. желание 4. необходимость 	ПК-1	32
18	<p><i>Если цена одного товара растет, то при наличии заменителей он будет замещаться другими товарами и спрос на первый товар упадет, то это - эффект</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. дохода 2. замещения 3. расхода 4. вытеснения 	ПК-1	32
19	<p><i>Ситуации, при которых закон спроса прекращает себя явно проявлять, а линия спроса получает положительный наклон, называется</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. закон спроса 2. кривая спроса 3. парадокс Гиффена 4. инфляция 	ПК-1	32
20	<p><i>Иерархическая теория потребностей известна под названием</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. пирамида Маслоу 2. парадокс Гиффена 3. теория З.Фрейда 4. эффект Ф.Герцберга 	ПК-1	32
21	<p><i>Духовные потребности человека согласно иерархической теории потребностей являются</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. низшими 2. средними 	ПК-1	32

	<ol style="list-style-type: none"> 3. высокими 4. высшими 		
22	<p><i>Разработка и применение мер, направленных на формирование оптимальной структуры ассортимента товаров, наиболее полно соответствующей потребностям населения и потребительскому спрос, называется</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. изучение структуры ассортимента товаров 2. управление ассортиментом 3. анализ рынка 4. формирование ассортимента 	ПК-1	32
23	<p><i>Перечень всех производимых товаров, предлагаемых фирмой-изготовителем для продажи – это</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ассортимент 2. товарная номенклатура 3. товарный ассортимент 4. группа товаров 	ПК-1	32
24	<p><i>Товары, которые приобретаются на ежедневной или еженедельной основе, называются</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. товары частого спроса 2. товары периодического спроса 3. товары редкого спроса 4. сезонные товары 	ПК-1	32
25	<p><i>Товары, спрос на которые возник до посещения магазина, но окончательно формируется во время ознакомления с ассортиментом и выбора товара стимулов – это товары</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. твердо сформулированного спроса 2. импульсивного спроса 3. альтернативного спроса 4. неопределенного спроса 	ПК-1	32
26	<p><i>Одинаковые товары разнообразного назначения, называются</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. класс 2. группа товаров 3. вид товаров 4. разновидность товаров 	ПК-1	32
27	<p>Набор товаров, представленный небольшим количеством групп, видов и наименований, которые удовлетворяют ограниченное количество потребностей, в зависимости от широты охвата товаров, относится к</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. простому ассортименту 2. сложному ассортименту 3. групповому ассортименту 4. видовому ассортименту 	ПК-1	32

28	<p>Набор товаров, которые выполняют вспомогательные функции и не относятся к основным для данной организации, называется</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. марочный 2. развернутый 3. сопутствующий 4. смешанный 	ПК-1	32
29	<p>Набор товаров, который должен будет удовлетворять предполагаемые потребности, называется</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. реальный ассортимент 2. прогнозируемый ассортимент 3. учебный ассортимент 4. нереальный ассортимент 	ПК-1	32
30	<p>Этот принцип подразумевает, что ассортимент должен изменяться не только в соответствии с новыми потребностями покупателей, но и опережая их появление:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. сочетаемость 2. ориентация на покупателей-клиентов 3. развитие 4. профессионализм 	ПК-1	32
31	<p><i>Принцип, заключаемый пригодностью одного товара, процесса или услуги для использования вместо другого товара, процесса или услуги в целях выполнения одних и тех же требований, называется принципом</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. безопасности 2. эффективности 3. совместимости 4. взаимозаменяемости 	ПК-1	32
32	<p>Определенная последовательность стадий существования его на рынке, имеющая определенные рамки называется</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. стадия создания товара 2. стратегия маркетинга 3. жизненный цикл товара 4. фазы товара 	ПК-1	32
33	<p>Потребителями на этом этапе являются люди, признающие новизну</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. внедрения 2. роста 3. зрелости 4. насыщения 	ПК-1	32
34	<p>Фазу жизненного цикла товаров с точки зрения темпов роста объема их продаж на данном рынке и долю объемов продаж этих товаров по отношению к доле конкурента учитывает</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. стабильность ассортимента 2. обновление ассортимента 3. оптимальная структура ассортимента 4. доля ассортимента 	ПК-1	32
35	<p>Продукты, занимающие лидирующее положение в быстро развивающейся отрасли</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. «звезды» 	ПК-1	32

	<ol style="list-style-type: none"> 2. «дойная корова» 3. «собаки» 4. «трудные дети» 		
36	<p>Данная матрица используется при оценке привлекательности отдельных стратегических хозяйственных единиц</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. БКГ 2. Мак-Кинзи 3. Маслоу 4. Мейкуса 	ПК-1	32
37	<p>Конкурентная позиция стратегической бизнес-единицы отражается по оси</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. X 2. Y 3. Z 4. XYZ 	ПК-1	32
38	<p>Высокую степень привлекательности рынка и достаточно большие преимущества организации на нем характеризует положение</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Победитель 1 2. Победитель 2 3. Победитель 3 4. Проигравший 1 	ПК-1	32
39	<p>Процесс управления ассортиментом, при котором каждая товарная категория рассматривается как самостоятельная бизнес-единица - это</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)категорийный менеджмент 2)ассортимент товаров 3)ассортиментный менеджмент 4)категории товаров 	ПК-1	32
40	<p>Максимальное удовлетворение потребностей покупателей и одновременно повышение эффективности взаимодействия между поставщиком и продавцом при категорийном менеджменте - это</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)задачи 2)цель 3)стратегия 4)суть 	ПК-1	32
41	<p>В категорийном менеджменте хлеб -</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)продукт 2)категория 3)товар 4)товарная категория 	ПК-1	32
42	<p>. Наиболее желательное состояние ассортимента для изготовителя и продавца - это</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)стабильность 2)обновление 3)оптимальная структура 4)доля 	ПК-1	32
43	<p>При ABC-анализе очень важные товары, которые всегда должны присутствовать в ассортименте входят в группу</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)A 2)B 	ПК-1	32

	3)С 4)АВС		
44	Количество оборотов, которое делают материалы, товары, готовая продукция в анализируемом периоде называется 1)оборачиваемость 2)покупаемость 3)реальность 4)оборотистость	ПК-1	32
45	Среднее значение запасов за период - это 1)средний товарный запас за период 2)коэффициент оборачиваемости запасов 3)оборачиваемость запасов в днях 4)уровень запасов продукции	ПК-1	32
46	Показатель, определяющий сколько дней нужно для продажи среднего складского запаса, называется 1)средний товарный запас за период 2)коэффициент оборачиваемости запасов 3)оборачиваемость запасов в днях 4)уровень запасов продукции	ПК-1	32
47	Показатель, характеризующий эффективность взаимодействия службы закупок и службы продаж, показывает скорость, с которой товарные запасы производятся и отпускаются со склада, называется 1. Управляемость товарных запасов 2. Оборачиваемость товарных запасов 3. Обеспеченность товарных запасов 4. Контроль товарных запасов	ПК-1	32
48	Термин, используемый для описания уровня дополнительного запаса, который поддерживается для уменьшения риска возникновения из-за неопределенности спроса и предложения, называется 1. излишек запаса 2. дефицит запаса 3. страховой запас 4. оборот запаса	ПК-1	32

5.3.2.2. Вопросы для устного опроса

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Дать определение товарному менеджменту, рассмотреть его цель и задачи	ПК-1	32
2	Рассмотреть принципы товарного менеджмента	ПК-1	32
3	Рассмотреть основные категории товарного менеджмента	ПК-1	32
4	Дать определение жизненного цикла товара и перечислить этапы жизненного цикла продукции в соответствии со стандартом Международной организации по стандартизации (ISO).	ПК-1	32
5	Рассмотреть каждую стадию ЖЦТ отдельно	ПК-1	32
6	Охарактеризовать номенклатуру и ассортимент товаров	ПК-1	32
7	Дать определение потребности и рассмотреть их особенности	ПК-1	32

8	Классифицировать потребности на основе пирамиды Абрахама Маслоу	ПК-1	32
9	Дать определение спросу и выразить суть закона спроса	ПК-1	32
10	Рассмотреть «парадоксы» закона спроса	ПК-1	32
11	Проанализировать факторы, влияющие на изменение величины спроса	ПК-1	32
12	Дать определение ценовой эластичности спроса, определить факторы, влияющие на нее	ПК-1	32
13	Рассмотреть типы эластичности по цене	ПК-1	32
14	Рассмотреть этапы жизненного цикла товара	ПК-1	32
5	Ценообразование на каждом из этапов жизненного цикла	ПК-1	32
16	Жизненный цикл для различных видов товаров	ПК-1	32
17	Факторы, влияющие на формирование товарного ассортимента	ПК-1	32
18	Названия продуктов, в зависимости места, занимаемого в матрице Бостонской консалтинговой группы	ПК-1	32
19	Варианты маркетинговых стратегий предприятия на основе матрицы БКГ	ПК-1	32
20	Достоинства и недостатки матрицы Мак-Кинзи	ПК-1	32
21	Роль и значение категорийного менеджмента для торгового предприятия.	ПК-1	32
22	Содержание деятельности по внедрению категорийного менеджмента на торговом предприятии.	ПК-1	32
23	Дать определение категорийному менеджменту. Рассмотреть его цели и задачи.	ПК-1	32
24	Основные компоненты категорийного менеджмента	ПК-1	32

5.3.2.3. Задачи для проверки умений и навыков

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Разработка торговых марок и знаков согласно ситуации. Ситуация № 1.ОАО выпускает широкий ассортимент молочной продукции в различной упаковке. Для обеспечения узнаваемости своей продукции на рынке руководство приняло решение о разработке товарной марки. Предложите эскиз товарной марки.	ПК-1	Н2, У2
2	Концепция бизнеса сети «Пятерочка» отражена в ее названии. Это пять «базовых выгод», которые магазины сети намерены предоставить покупателям: - поддержание низких цен; - удобное расположение универсамов; - оптимальный ассортимент товаров; - гарантии качества продукции; - качественное и профессиональное обслуживание покупателей. Проанализируйте, насколько стратегический набор «базовых выгод» соответствует восприятию покупателей.	ПК-1	Н2, У2

3	<p>Проведите исследование качества минеральной воды «Свежесть» торговой марки «Зауральские напитки» одним из методов экспертных оценок методом опроса студентов в группе. Опросный лист представлен в таблице 1</p> <p>Таблица 1 - Опросный лист «Исследование качества минеральной воды «Свежесть» торговой марки «Зауральские напитки»»</p> <table border="1" data-bbox="331 412 906 831"> <thead> <tr> <th data-bbox="331 412 675 434">Вопросы</th> <th data-bbox="675 412 906 434">Ответы</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="331 434 675 468">1 Как часто Вы употребляете минеральную воду?</td> <td data-bbox="675 434 906 468"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 468 675 501">2 Какой торговой марки минеральную воду Вы предпочитаете?</td> <td data-bbox="675 468 906 501"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 501 675 557">3 Удовлетворяют ли Вас предлагаемые магазинами объемы бутылок минеральной воды?</td> <td data-bbox="675 501 906 557"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 557 675 591">4 Какой объем бутылки Вы предпочитаете?</td> <td data-bbox="675 557 906 591"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 591 675 647">5 Устраивает ли Вас существующая цена на минеральную воду?</td> <td data-bbox="675 591 906 647"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 647 675 680">6 Какая цена за 1 литр на минеральную воду Вас устраивает?</td> <td data-bbox="675 647 906 680"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 680 675 714">7 Какие качества Вы цените в минеральной воде?</td> <td data-bbox="675 680 906 714"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 714 675 748">8 Что Вас не устраивает в минеральной воде?</td> <td data-bbox="675 714 906 748"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 748 675 781">9 Считаете ли Вы минеральную воду «Свежесть» экологически чистой?</td> <td data-bbox="675 748 906 781"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="331 781 675 831">10 Какую Вы предпочитаете минеральную воду: газированную или негазированную?</td> <td data-bbox="675 781 906 831"></td> </tr> </tbody> </table>	Вопросы	Ответы	1 Как часто Вы употребляете минеральную воду?		2 Какой торговой марки минеральную воду Вы предпочитаете?		3 Удовлетворяют ли Вас предлагаемые магазинами объемы бутылок минеральной воды?		4 Какой объем бутылки Вы предпочитаете?		5 Устраивает ли Вас существующая цена на минеральную воду?		6 Какая цена за 1 литр на минеральную воду Вас устраивает?		7 Какие качества Вы цените в минеральной воде?		8 Что Вас не устраивает в минеральной воде?		9 Считаете ли Вы минеральную воду «Свежесть» экологически чистой?		10 Какую Вы предпочитаете минеральную воду: газированную или негазированную?		ПК-1	Н2, У2
Вопросы	Ответы																								
1 Как часто Вы употребляете минеральную воду?																									
2 Какой торговой марки минеральную воду Вы предпочитаете?																									
3 Удовлетворяют ли Вас предлагаемые магазинами объемы бутылок минеральной воды?																									
4 Какой объем бутылки Вы предпочитаете?																									
5 Устраивает ли Вас существующая цена на минеральную воду?																									
6 Какая цена за 1 литр на минеральную воду Вас устраивает?																									
7 Какие качества Вы цените в минеральной воде?																									
8 Что Вас не устраивает в минеральной воде?																									
9 Считаете ли Вы минеральную воду «Свежесть» экологически чистой?																									
10 Какую Вы предпочитаете минеральную воду: газированную или негазированную?																									
4	<p>Разработайте варианты упаковок для следующих товаров (определите форму упаковки, материал, из которого она будет выполнена, его фактуру и цвет, функциональные приспособления для удобства пользования товаром, содержание маркировки товара и ее расположение на упаковке):</p> <p>а) туалетная вода для молодых и уверенных в себе женщин;</p> <p>б) ювелирные украшения для мужчин;</p> <p>в) шоколадное драже (монетки) для детей (взрослы);</p> <p>г) детский конструктор;</p> <p>д) набор ниток для вышивания.</p> <p>Какие характеристики упаковки помогают решать поставленные перед ней задачи?</p>	ПК-1	Н2, У2																						
5	<p>Сформировать товарную стратегию для выбранного магазина</p> <p>1 Принять решение о товарной специфике магазина: определить каким именно видом розничного бизнеса будет заниматься магазин.</p> <p>определить общие группы товаров</p> <p>исследовать положение внешней среды и степени ее влияния на деятельность предприятия</p> <p>определить формат магазина и ассортимент</p> <p>2. Структурировать ассортимент, стандарты выкладки, технологию проведения рекламных акций.</p> <p>3. Определить цели ценовой политики и оптимальную стратегию ценообразования.</p>	ПК-1	Н2, У2																						
6	<p>4. Сформировать товарную стратегию для выбранного магазина</p> <p>1 Принять решение о товарной специфике магазина: определить каким именно видом розничного бизнеса будет заниматься магазин.</p> <p>определить общие группы товаров</p> <p>исследовать положение внешней среды и степени ее влияния на деятельность предприятия</p>	ПК-1	Н2, У2																						

	определить формат магазина и ассортимент		
--	--	--	--

5.3.2.4. Перечень тем рефератов

№ п/п	Тема реферата
1	Анализ торговых операций предприятий розничной (оптовой) торговой сети.
2	Влияние элементов внешней и внутренней среды на формирование ассортимента
3	Особенности процесса управления в категорийном менеджменте.
4	Стратегическое планирование в управлении ассортиментом.
5	Методы стимулирования продаж в предприятиях розничной (оптовой) торговой
7	Особенности сегментации рынка и выбор целевых сегментов.
8	Сервис в системе товарной политики.
9	Подходы к стратегии развития брэнда.
10	Реклама как источник стимулирования сбыта.
11	Исследование влияния маркетинговой деятельности на управление предприятий
12	Исследование теоретических аспектов товарного ассортимента.

5.3.2.5. Вопросы для контрольной (расчетно-графической) работы

Не предусмотрен

5.4. Система оценивания достижения компетенций

5.4.1. Оценка достижения компетенций в ходе промежуточной аттестации

ПК-1 Способен проводить научно-исследовательские работы и маркетинговые исследования в области прогрессивных технологий производства перспективных ПФСН в целях раз-работки новых технологических технологий, новых продуктов, обеспечения конкурентоспособности производства с использованием систем менеджмента качества и безопасности					
Индикаторы достижения компетенции		Номера вопросов и задач			
Код	Содержание	вопросы к экзамену	задачи к экзамену	вопросы к зачету	вопросы по курсовому проекту (работе)
32	Технологии менеджмента в области производства ПФСН; факторы, формирующие и сохраняющие основополагающие характеристики товаров; основные стратегии деятельности организации в области товарного менеджмента	1–24		Не предусмотрен	Не предусмотрен
у2	Оценивать факторы внутренней и внешней среды компании; пользоваться методами товарного менеджмента для разработки и принятия решений в области производства пищевой продукции функционального и специализированного назначения; интерпретировать результаты товарных и гигиенических экспертиз, характеризующих потреби-		1–6	Не предусмотрен	Не предусмотрен

	тельные свойства товаров; проводить приемку партии товаров по качеству				
Н2	Исследования товароведной характеристики ПФСН, показателей ассортимента торгового предприятия и потребительских предпочтений		1–6	Не предусмотрен	Не предусмотрен

5.4.2. Оценка достижения компетенций в ходе текущего контроля

ПК-1 Способен проводить научно-исследовательские работы и маркетинговые исследования в области прогрессивных технологий производства перспективных ПФСН в целях разработки новых технологических технологий, новых продуктов, обеспечения конкурентоспособности производства с использованием систем менеджмента качества и безопасности				
Индикаторы достижения компетенции		Номера вопросов и задач		
код	содержание	вопросы тестов	вопросы устного опроса	задачи для проверки умений и навыков
32	Технологии менеджмента в области производства ПФСН; факторы, формирующие и сохраняющие основополагающие характеристики товаров; основные стратегии деятельности организации в области товарного менеджмента	1–48	1–10	
У2	Оценивать факторы внутренней и внешней среды компании; пользоваться методами товарного менеджмента для разработки и принятия решений в области производства пищевой продукции функционального и специализированного назначения; интерпретировать результаты товарных и гигиенических экспертиз, характеризующих потребительские свойства товаров; проводить приемку партии товаров по качеству			1–6
Н2	Исследования товароведной характеристики ПФСН, показателей ассортимента торгового предприятия и потребительских предпочтений			1–6

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

№	Библиографическое описание	Тип издания	Вид учебной литературы
1	Товарный менеджмент и экспертиза жировых товаров : учебное пособие / О. Б. Рудаков, Э. П.	Учебное	Основная

	Лесникова, И. Н. Семенова, К. К. Полянский. — Санкт-Петербург : Лань, 2021. — 304 с.		
2	Рязанова, О. А. Товарный менеджмент и экспертиза продуктов детского питания: Учебное пособие/Рязанова О.А., Николаева М.А. - Москва : Юр.Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 224 с.	Учебное	Основная
3	Елисеева, Л. Г. Товароведение и экспертиза продуктов переработки плодов и овощей / Л. Г. Елисеева, Т. Н. Иванова, О. В. Евдокимова. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2018. - 374 с.	Учебное	Дополнительная
4	Николаева, М. А. Теоретические основы товароведения: Учебник/Николаева М. А. - Москва : Юр.Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 448 с.	Учебное	Дополнительная
5	Товарный менеджмент и экспертиза пищевых продуктов функционального и специализированного назначения [Электронный ресурс] : методические указания для самостоятельной работы обучающихся для направления 19.04.05 / Воронежский государственный аграрный университет ; [сост.: Н. М. Дерканосова, О. А. Василенко, С. А. Шеламова] .— Электрон. текстовые дан.	Методическое	
6	Вестник Воронежского государственного аграрного университета: теоретический и научно-практический журнал / Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГАУ, 1998-	Периодическое	
7	Известия высших учебных заведений. Пищевая технология: научно-технический журнал - Краснодар: Б.и., 1994-	Периодическое	
8	Менеджмент в России и за рубежом: журнал: 16+ - Москва: Финпресс, 1998-	Периодическое	
9	Стандарты и качество: международное периодическое издание для профессионалов стандартизации и управления качеством / учредитель : ООО РИА "Стандарты и качество" - Москва: Стандарты и качество, 1968-	Периодическое	
10	Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов: научно-практический журнал / учредитель : Государственный университет - учебно-научно-производственный комплекс - Орел: Государственный университет - учебно-научно-производственный комплекс, 2012-	Периодическое	
11	Товаровед продовольственных товаров: 2006-	Периодическое	

6.2. Ресурсы сети Интернет

6.2.1. Электронные библиотечные системы

№	Название	Размещение
1	Лань	https://e.lanbook.com

2	ZNANIUM.COM	http://znanium.com/
3	ЮРАЙТ	http://www.biblio-online.ru/
4	E-library	https://elibrary.ru/
5	Электронная библиотека ВГАУ	http://library.vsau.ru/

6.2.2. Профессиональные базы данных и информационные системы

№	Название	Адрес доступа
1.	Единая межведомственная информационно-статистическая система	https://fedstat.ru/
2.	Портал открытых данных РФ	https://data.gov.ru/
3.	Портал государственных услуг	https://www.gosuslugi.ru/
4.	Справочная правовая система Гарант	http://www.consultant.ru/
5.	Справочная правовая система Консультант Плюс	http://ivo.garant.ru
6.	Профессиональные справочные системы «Кодекс»	https://техэксперт.сайт/sistema-kodeks
7.	Аграрная российская информационная система.	http://www.aris.ru/
8.	Информационная система по сельскохозяйственным наукам и технологиям	http://agris.fao.org/

6.2.3. Сайты и информационные порталы

№	Название	Размещение
1.	Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции	https://fabricators.ru/
2.	Технология хранения и переработки продукции растениеводства	https://сельхозпортал.рф/
3.	Основные технологии, применяемые в животноводстве	https://goferma.ru/zhivotnovodstvo/

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

7.1. Помещения для ведения образовательного процесса и оборудование

7.1.1. Для контактной работы

№ уч. corp	№ ауд.	Статус аудитории	Перечень оборудования
1	168	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия, интерактивная доска, экран, проектор, радиомикрофоны и акустические колонки, портативный электронный увеличитель, информационная портативная система (магнитная петля ИСТОК А2), специализированные столы для колясочников, имеющие регулировку по высоте и углу наклона, инвалидные коляски

1	209, 222, 251, 268	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, презентационное оборудование
1	166	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, комплекты нормативно-правовой и нормативной документации
1	115, 116, 119, 120	Помещение для групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice
1	165a	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Мебель для хранения и обслуживания учебного оборудования, учебно-наглядные пособия
1	117, 118	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Мебель для хранения и обслуживания учебного оборудования. Специализированное оборудование для ремонта компьютеров

7.1.2. Для самостоятельной работы

№ уч. корп .	№ ауд.	Название аудитории	Перечень оборудования
1	ауд. 232a	Помещение для самостоятельной работы	Комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice

7.2. Программное обеспечение

7.2.1. Программное обеспечение общего назначения


№	Название	Размещение
1	Операционные системы MS Windows /Linux /Ред ОС	ПК в локальной сети ВГАУ
2	Пакеты офисных приложений MS Office / OpenOffice/LibreOffice	ПК в локальной сети ВГАУ

3	Программы для просмотра файлов Adobe Reader / DjVu Reader	ПК в локальной сети ВГАУ
4	Браузеры Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Microsoft Edge	ПК в локальной сети ВГАУ
5	Антивирусная программа DrWeb ES	ПК в локальной сети ВГАУ
6	Программа-архиватор 7-Zip	ПК в локальной сети ВГАУ
7	Мультимедиа проигрыватель MediaPlayer Classic	ПК в локальной сети ВГАУ
8	Платформа онлайн-обучения eLearning server	ПК в локальной сети ВГАУ
9	Система компьютерного тестирования AST Test	ПК в локальной сети ВГАУ

7.2.2. Специализированное программное обеспечение

Не предусмотрено.

8. Междисциплинарные связи

Дисциплина, с которой необходимо согласование	Кафедра, на которой преподается дисциплина	Подпись заведующего кафедрой
Научные и технологические основы конструирования пищевых продуктов различного целевого назначения	Кафедра товароведения и экспертизы товаров	Согласовано 
Системы менеджмента качества и безопасности	Кафедра товароведения и экспертизы товаров	Согласовано 