

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Ассортиментная политика предприятия

Код модуля
1164285(1)

Модуль
Ассортиментная политика предприятия

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

| № п/п | Фамилия, имя, отчество | Ученая степень, ученое звание | Должность | Подразделение |
|--------------|-------------------------------|---|------------------|---|
| 1 | Никитина Наталья Юрьевна | кандидат экономических наук, без ученого звания | Доцент | региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности |
| 2 | Царева Светлана Владимировна | кандидат наук, доцент | Доцент | региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности |

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- **Никитина Наталья Юрьевна, Доцент, региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности**
- **Царева Светлана Владимировна, Доцент, региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности**

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ **Ассортиментная политика предприятия**

| | | | |
|----|--------------------------------------|--|---|
| 1. | Объем дисциплины в зачетных единицах | 3 | |
| 2. | Виды аудиторных занятий | Лекции Практические/семинарские занятия | |
| 3. | Промежуточная аттестация | Зачет | |
| 4. | Текущая аттестация | Контрольная работа | 1 |
| | | Домашняя работа | 1 |

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ **Ассортиментная политика предприятия**

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

| Код и наименование компетенции | Планируемые результаты обучения (индикаторы) | Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине |
|---|--|--|
| 1 | 2 | 3 |
| ПК-1 -Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических профессиональных задач | З-1 - Методы сбора, обработки и анализа данных П-1 - Владеть основными методами сбора и анализа данных П-2 - Способен решать оперативные и тактические профессиональные задачи У-1 - Применять методы сбора, обработки и анализа данных | Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия |
| ПК-2 -Способен управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, | З-1 - Знать классификацию ассортимента, видов дефектов и специфику формирования товарного ассортимента | Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции |

| | | |
|---|--|---|
| <p>диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству</p> | <p>П-1 - Владеть методами и инструментами контроля и управления качеством товаров и услуг, подходами к организации работы в области качества на предприятии У-1 - Уметь работать с нормативными документами, регламентирующими ассортимент и показатели товара и услуг по качеству и количеству</p> | <p>Практические/семинарские занятия</p> |
| <p>ПК-13 -Способен изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p> | <p>З-1 - Знать виды спроса З-2 - Знать факторы, оказывающие влияние на изменение конъюнктуры рынка П-2 - Владеть методами изучения конъюнктуры товарного рынка П-3 - Владеть навыками изучения и прогнозирования спроса и поведения потребителей У-1 - Уметь изучать и прогнозировать спрос потребителей</p> | <p>Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия</p> |

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

| | | |
|---|--|-------------------------------------|
| <p>1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5</p> | | |
| <p>Текущая аттестация на лекциях</p> | <p>Сроки – семестр, учебная неделя</p> | <p>Максимальная оценка в баллах</p> |
| <p><i>контрольная работа</i></p> | <p>4,7</p> | <p>100</p> |
| <p>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5</p> | | |
| <p>Промежуточная аттестация по лекциям – зачет</p> | | |
| <p>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5</p> | | |
| <p>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5</p> | | |

| | | |
|---|---------------------------------|------------------------------|
| Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| <i>домашняя работа</i> | 4,15 | 100 |
| Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 1 | | |
| Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям– нет | | |
| Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– не предусмотрено | | |
| 3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено | | |
| Текущая аттестация на лабораторных занятиях | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| | | |
| Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям - не предусмотрено | | |
| Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет | | |
| Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено | | |
| 4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено | | |
| Текущая аттестация на онлайн-занятиях | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| | | |
| Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям - не предусмотрено | | |
| Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям – нет | | |
| Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено | | |

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

| | | |
|---|---------------------------------|------------------------------|
| Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| | | |
| Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено | | |
| Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено | | |

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

| Результаты обучения | Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам |
|----------------------------|--|
| Знания | Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью. |
| Умения | Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью. |
| Опыт /владение | Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов. |
| Другие результаты | Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения. |

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

| Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов) | | | | |
|---|---|---|------------|---|
| № п/п | Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание) | Шкала оценивания | | |
| | | Традиционная характеристика уровня | | Качественная характеристика уровня |
| 1. | Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет | Отлично (80-100 баллов) | Зачтено | Высокий (В) |
| 2. | Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения | Хорошо (60-79 баллов) | | Средний (С) |
| 3. | Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания | Удовлетворительно (40-59 баллов) | | Пороговый (П) |
| 4. | Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, | Неудовлетворительно | Не зачтено | Недостаточный (Н) |

| | | | |
|----|--|--|----------------|
| | имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка | (менее 40 баллов) | |
| 5. | Результат обучения не достигнут, задание не выполнено | Недостаточно свидетельств для оценивания | Нет результата |

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практически/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Тема I. Товар и продукт. Коммерческие характеристики товара 1. Особенности определения понятий «товар» и «продукт» для целей маркетинга 2. Многоуровневая модель товара Ф. Котлера 3. Многоуровневая модель товара В. Благодеева 4. Мультиатрибутивная модель товара Жан-Жака Ламбена 5. Модель 4P+1S (блочная модель) Тема 2. Основы продуктовой и ассортиментной политики фирмы 1. Традиционные и современные подходы к классификации товаров и услуг 2. Синергетика торгового ассортимента – почему 1+1 больше 2? 3. Классификация торгового ассортимента: зачем и как выделяют продуктовые категории? 4. Широта и глубина ассортимента: противоречия и сочетание Тема 3. Управление развитием ассортимента ключевое условие повышения объема продаж 1. Процедуры ситуационного анализа в управлении ассортиментом 2. Анализ потенциала рынка и прогнозирование продаж 3. Использование математических методов и компьютерных технологий в управлении ассортиментом 4. Анализ потенциала рынка коммерческой фирмы (реальный объект по выбору студента) Тема 4. Управление жизненным циклом товара в продуктовой политике фирмы 1. Модель ЖЦТ Теодора Левитта 2. Особенности жизненного цикла услуги как товара особого рода. 3. Управление жизненным циклом товара 4. Использование концепции жизненного цикла продукта в продуктовой стратегии. Адаптация стратегий на различных этапах. 5. Стратегия товарной марки как элемент формирования совокупной ценности продукта. Брендинг Тема 5. Управление ассортиментом и номенклатурой 1. Понятие ассортимента и номенклатуры 2. Классификация ассортимента товаров 3. Показатели ассортимента 4. Управление ассортиментом 5. Факторы формирования ассортимента 6. Принципы формирования ассортимента 7. Методы анализа ассортимента 8. Оптимальный ассортимент с точки зрения анализа ЖЦТ Тема 6. Производственно-торговые компании: стратегическое управление ассортиментом 1. Портфельный анализ. 2. Оценка конкурентоспособности продукции. 3. Анализ прибыльности продукции. Портфельный анализ, анализ прибыльности и оценка конкурентоспособности продукции коммерческой фирмы (реальный объект по выбору студента) Тема 7. Производственно-торговые компании: оперативное управление ассортиментом 1. Инновационная продуктовая политика в

рыночной стратегии предприятия 2. Рационализация ассортимента 3. Инновации и разработка нового продукта. Тема 8. Торгово-закупочные компании: стратегическое управление ассортиментом 1. Разработка ассортиментной стратегии оптового предприятия: выбор поставщиков и клиентов 2. Разработка укрупненного ассортимента розничного предприятия Тема 9. Торгово-закупочные компании: оперативное управление ассортиментом 1. Формирование и обновление развернутого ассортимента 2. Управление существующим развернутым ассортиментом Тема 10. Управление марочным ассортиментом 1. Управление ассортиментом одного бренда 2. Управление несколькими брендами (мультимарочная стратегия) 3. Продуктовая организационная структура и категорийный менеджмент в производственной компании

Примерные задания

Кейс «Жизненный цикл товара»

Предприятие производит товары А,Б,В,Г с удельным весом в ценовом выражении объема продаж соответственно 40%, 25%, 13% и 2%.

Товары А и Б по своему назначению являются взаимозаменяемыми.

Товар Г выступает в качестве дополнения к товару А.

Товар В выступает в качестве сборочного компонента для товара А и Б, но имеет и самостоятельный спрос.

Товары А,Б,В,Г находятся соответственно на следующих стадиях своего жизненного цикла: «зрелость», начало «спада», «рост», «внедрение».

Кроме указанных товаров предприятие производит также товар Д с удельным весом в объеме продаж 20% и реализует его на основе долгосрочного контракта с транснациональной корпорацией.

Длительность жизненного цикла товаров А и Б составляет в среднем 5 лет, В и Г – 3 года.

Контракт с корпорацией о поставках товара Д только что продлен на следующие 5 лет.

Товары приносят следующие доли прибыли в общей массе прибыли: А – 60%, Б – 10%, В – 10%, Г – 0%, Д – 20 %.

Задание 1 Структурируйте данные в таблицу.

2 Предложите вариант наименования товаров по одной из следующих версий (выбора в наиболее подходящую к условиям задачи): хлебозавод, радиоэлектронные изделия, фабрика-прачечная, другое. Обоснуйте свой выбор.

3 Каково состояние и перспективы развития ассортиментной политики предприятия в выбранной вами сфере деятельности, при условии, что действие факторов окружающей среды предприятия останется неизменным в течение 3 лет. Используйте прием положения кривых жизненного цикла всех товаров фирмы.

4 Каковы ваши предложения по совершенствованию ассортиментной политики предприятия?

Задача

ОАО «ЭМИ» запланировал переход на выпуск электротехнического изделия. Исходные данные представлены в таблице

Таблица – Исходные данные

| Показатели | Годы | | | | | | | |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8-10 |
| Объем сбыта в натуральном выражении, шт. | 200 | 400 | 1200 | 1800 | 200 | 2800 | 3300 | 4000 |
| Общие издержки за год на весь объем сбыта продукции, тыс.руб. | 1260 | 2160 | 5760 | 7920 | 8400 | 1036 | 1156 | 1320 |

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. 1. Ассортиментная политика предприятия 2. Средства стимулирования продвижения 3. Инструменты управления маркетингом 4. Особенности управления марочным ассортиментом 5. Структура, содержание и этапы разработки ассортиментной политики предприятия 6. Управление существующим развернутым ассортиментом 7. Оценка качества и ассортимента продукции 8. Процесс ценообразования по ассортиментным группам товаров

Примерные задания

Пример контрольного задания

Разработайте ассортиментную политику для вашего предприятия.

Для этого выберите конкурентную стратегию магазина из следующих вариантов:

1. Самые низкие цены (лидерство по издержкам)
2. Уникальный товар и уникальный сервис
3. Средний уровень цен для товаров повышенного качества или особой ценности (оптимальные издержки)

Сформулируйте стратегию позиционирования.

Примерный перечень вопросов для опроса

1. Особенности определения понятий «товар» и «продукт» для целей маркетинга
2. Многоуровневая модель товара Ф. Котлера

3. Многоуровневая модель товара В. Благоева
 4. Мультиатрибутивная модель товара Жан-Жака Ламбена
 5. Модель 4P+1S (блочная модель)
 6. Традиционные и современные подходы к классификации товаров и услуг
 7. Классификация торгового ассортимента
 8. Широта и глубина ассортимента: противоречия и сочетание
 9. Процедуры ситуационного анализа в управлении ассортиментом
 10. Анализ потенциала рынка и прогнозирование продаж
 11. Использование математических методов и компьютерных технологий в управлении ассортиментом
 12. Модель ЖЦТ Теодора Левитта
 13. Особенности жизненного цикла услуги как товара особого рода.
 14. Управление жизненным циклом товара
 15. Использование концепции жизненного цикла продукта в продуктовой стратегии.
- Адаптация стратегий на различных этапах.
16. Стратегия товарной марки как элемент формирования совокупной ценности продукта. Брендинг
 17. Понятие ассортимента и номенклатуры
 18. Классификация ассортимента товаров
 19. Показатели ассортимента
 20. Управление ассортиментом
 21. Факторы формирования ассортимента
 22. Принципы формирования ассортимента
 23. Методы анализа ассортимента
 24. Оптимальный ассортимент с точки зрения анализа ЖЦТ
 25. Портфельный анализ.
 26. Оценка конкурентоспособности продукции.
 27. Анализ прибыльности продукции.
 28. Инновационная продуктовая политика в рыночной стратегии предприятия
 29. Рационализация ассортимента
 30. Инновации и разработка нового продукта.
 31. Разработка ассортиментной стратегии оптового предприятия: выбор поставщиков и клиентов
 32. Разработка укрупненного ассортимента розничного предприятия
 33. Формирование и обновление развернутого ассортимента
 34. Управление существующим развернутым ассортиментом
 35. Управление ассортиментом одного бренда
 36. Управление несколькими брендами (мультимарочная стратегия)
 37. Продуктовая организационная структура и категорийный менеджмент в производственной компании

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Анализ показателей и структуры ассортимента, зерномучных товаров и особенности организация коммерческой деятельности по закупке и товароснабжению.
2. Анализ показателей и структуры ассортимента и сравнительная товароведная характеристика плодоовощных товаров от разных товаропроизводителей (на материалах действующего торгового предприятия).
3. Анализ показателей и структуры и пути формирования ассортимента кофе и чая в розничном торговом предприятии.
4. Анализ показателей ассортимента и потребительских свойств пищевых жиров и яиц от разных товаропроизводителей, реализуемых в торговой сети г.Краснодара. (на материалах действующего торгового предприятия)
- 5 Анализ показателей ассортимента и потребительских свойств пищевых жиров и яиц от разных товаропроизводителей, реализуемых в торговой сети г.Краснодара. (на материалах действующего торгового предприятия.
6. Особенности формирования ассортимента и организации коммерческой деятельности по продаже кондитерских товаров в розничном торговом предприятии.
7. Особенности формирования ассортимента и организации коммерческой деятельности по продаже мяса домашней птицы в розничном торговом предприятии.
8. Особенности формирования ассортимента и организации коммерческой деятельности по продаже яичных товаров в розничном торговом предприятии.
9. Особенности формирования ассортимента и организации коммерческой деятельности по продаже пищевых жиров в розничном торговом предприятии.
10. Особенности формирования ассортимента и организации коммерческой деятельности по продаже слабоалкогольных и безалкогольных напитков в розничном торговом предприятии.
11. Особенности формирования ассортимента и организации коммерческой деятельности по продаже хлебных товаров в розничном торговом предприятии.
12. Сравнительная товароведная характеристика сахаристых и мучных кондитерских товаров реализуемых в розничной торговой сети г. Краснодара.
13. Сравнительная товароведная характеристика алкогольных напитков реализуемых в розничной торговой сети г. Краснодара.
14. Сравнительная товароведная характеристика видов сыров, выявление потребности и пути формирования ассортимента в розничном торговом предприятии.
15. Сравнительная товароведная характеристика видов рыбных гастрономических товаров, выявление потребности и пути формирования ассортимента в розничном торговом предприятии.
16. Анализ факторов, формирующих и сохраняющих качество крупяных товаров и макаронных изделий, в розничном торговом предприятии.
17. Анализ факторов, формирующих и сохраняющих качество переработанных плодов, овощей и грибов, в розничном торговом предприятии.
18. Анализ факторов, формирующих и сохраняющих качество пирожных и тортов, в розничном торговом предприятии.
19. Анализ факторов, формирующих и сохраняющих качество продуктов детского питания, в розничном торговом предприятии.
20. Современные тенденции развития и формирования ассортимента женской кожаной обуви в розничном торговом предприятии.
21. Формирование ассортимента косметических товаров в розничном торговом предприятии.
22. Формирование ассортимента швейных товаров в розничном торговом предприятии.
23. Анализ ассортимента посуды из стекла и хрусталя в розничном торговом предприятии.
24. Анализ ассортимента синтетических моющих средств в розничном торговом предприятии.
25. Анализ ассортимента мебельных товаров в розничном торговом предприятии.
26. Сравнительный товароведный анализ ассортимента керамической посуды в розничном торговом предприятии.
27. Совершенствование коммерческой деятельности по формированию ассортимента металлической посуды в розничном торговом предприятии.
28. Сравнительный анализ

ассортимента бытовых стиральных машин в розничном торговом предприятии. 29.Формирование ассортимента парфюмерных товаров в розничном торговом предприятии. 30.Анализ ассортимента бытовых холодильников и морозильников в розничном торговом предприятии. 31. Сравнительная товароведная характеристика видов трикотажных изделий, пути формирования показателей ассортимента в розничном торговом предприятии. 32. Совершенствование коммерческой деятельности по формированию ассортимента хозяйственных изделий из пластмасс в торговом предприятии. 33. Формирование ассортимента школьно-письменных и канцелярских товаров в розничном торговом предприятии. 34.Анализ ассортимента игрушек, реализуемых в розничном торговом предприятии. 35.Сравнительная товароведная характеристика свойств и анализ ассортимента фотоаппаратов в розничном торговом предприятии. 36.Управление ассортиментом телевизоров в розничном торговом предприятии. 37. Анализ ассортимента ювелирных товаров в розничном торговом предприятии. 38. Сравнительный товароведный анализ ассортимента часов в розничном торговом предприятии. 39. Анализ ассортимента сотовых телефонов в торговом предприятии. 40.Сравнительный товароведный анализ ассортимента женской меховой одежды и потребительских предпочтений на примере розничного торгового предприятия.

Примерные задания

Студенты выполняют домашние работы по предложенным темам в виде докладов и презентаций. Длительность доклада не более 7 минут. В презентации не более 8 слайдов. Доклад оформляется в виде реферата. Баллы в БРС выставляются по общим результатам доклада, реферата и презентации.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Особенности определения понятий «товар» и «продукт» для целей маркетинга
2. Многоуровневая модель товара Ф. Котлера
3. Многоуровневая модель товара В. Благоева
4. Мультиатрибутивная модель товара Жан-Жака Ламбена
5. Модель 4P+1S (блочная модель)
6. Традиционные и современные подходы к классификации товаров и услуг
7. Классификация торгового ассортимента
8. Широта и глубина ассортимента: противоречия и сочетание
9. Процедуры ситуационного анализа в управлении ассортиментом
10. Анализ потенциала рынка и прогнозирование продаж
11. Использование математических методов и компьютерных технологий в управлении ассортиментом
12. Модель ЖЦТ Теодора Левитта
13. Особенности жизненного цикла услуги как товара особого рода.
14. Управление жизненным циклом товара
15. Использование концепции жизненного цикла продукта в продуктовой стратегии.
16. Адаптация стратегий на различных этапах.
17. Стратегия товарной марки как элемент формирования совокупной ценности продукта. Брендинг
18. Понятие ассортимента и номенклатуры
19. Классификация ассортимента товаров
20. Показатели ассортимента
21. Управление ассортиментом
22. Факторы формирования ассортимента
23. Принципы формирования ассортимента
24. Методы анализа ассортимента
25. Оптимальный ассортимент с точки зрения анализа ЖЦТ
26. Портфельный анализ.
27. Оценка

конкурентоспособности продукции. 27. Анализ прибыльности продукции. 28. Инновационная продуктовая политика в рыночной стратегии предприятия 29. Рационализация ассортимента 30. Инновации и разработка нового продукта. 31. Разработка ассортиментной стратегии оптового предприятия: выбор поставщиков и клиентов 32. Разработка укрупненного ассортимента розничного предприятия 33. Формирование и обновление развернутого ассортимента 34. Управление существующим развернутым ассортиментом 35. Управление ассортиментом одного бренда 36. Управление несколькими брендами (мультимарочная стратегия) 37. Продуктовая организационная структура и категорийный менеджмент в производственной компании
LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

| Направление воспитательной деятельности | Вид воспитательной деятельности | Технология воспитательной деятельности | Компетенция | Результаты обучения | Контрольно-оценочные мероприятия |
|---|---------------------------------|---|-------------|---------------------|--|
| Профессиональное воспитание | профориентационная деятельность | Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности | ПК-2 | П-1 | Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия |