

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.ДВ.06.02 товарный маркетинг

---

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

---

Направленность (профиль)

38.03.06.01 Коммерция

---

Форма обучения

очная

---

Год набора

2020

---

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Программу составили \_\_\_\_\_

ст. преподаватель, Веремеенко Ольга Сергеевна

\_\_\_\_\_  
должность, инициалы, фамилия

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель дисциплины - формирование теоретических и методических основ реализации товарного маркетинга предприятия, как эффективного инструмента достижения тактических и стратегических целей предприятия торговли.

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

1. Ознакомить студентов с методическими аспектами формирования и реализации товарного маркетинга на предприятии;
2. Обучить процессу формирования и управления товарным ассортиментом предприятия;
3. Ознакомить студентов с аспектами реализации товарного маркетинга на основе концепции ЖЦТ;
4. Обучить методам оценки качества и конкурентоспособности товаров;
5. Сформировать навык работы с товарным портфелем предприятия.

### 1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
<b>ДПК-1: способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, 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</b>	
ДПК-1: способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, 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	Классификацию ассортимента и качественные характеристики товаров и услуг Оценивать качество товаров Навыками управления ассортиментом и качеством товаров и услуг
<b>ДПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</b>	

ДПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей	Виды потребностей покупателей Выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров на основе анализа маркетинговой
товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	информации Методами прогноза спроса потребителей
<b>ПК-10: способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности</b>	
ПК-10: способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	Направления маркетинговых исследований Изучать потребителей и их потребности, а также товарную структуру рынка Навыками исследования в маркетинговой деятельности

#### **1.4 Особенности реализации дисциплины**

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	е
		1
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1,44 (52)</b>	
занятия лекционного типа	0,5 (18)	
лабораторные работы	0,94 (34)	
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>1,56 (56)</b>	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
<b>1.</b>									
	1. Методические аспекты формирования и реализации товарного маркетинга на предприятии	4							
	2. Методические аспекты формирования и реализации товарного маркетинга на предприятии					6			
	3. Методические аспекты формирования и реализации товарного маркетинга на предприятии							10	
<b>2.</b>									
	1. Процесс формирования и управления товарным ассортиментом предприятия	4							
	2. Процесс формирования и управления товарным ассортиментом предприятия					6			
	3. Процесс формирования и управления товарным ассортиментом предприятия							12	
<b>3.</b>									

1. Аспекты реализации товарного маркетинга на основе концепции ЖЦТ	4							
2. Аспекты реализации товарного маркетинга на основе концепции ЖЦТ					8			
3. Аспекты реализации товарного маркетинга на основе концепции ЖЦТ							12	
<b>4.</b>								
1. Методы оценки качества и конкурентоспособности товаров и услуг	4							
2. Методы оценки качества и конкурентоспособности товаров и услуг					8			
3. Методы оценки качества и конкурентоспособности товаров и услуг							12	
<b>5.</b>								
1. Товарный портфель предприятия	2							
2. Товарный портфель предприятия					6			
3. Товарный портфель предприятия							10	
Всего	18				34		56	

## **4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **4.1 Печатные и электронные издания:**

1. Парамонова Т. Н. Маркетинг торгового предприятия(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").
2. Халевинская Е. Д. Торговая политика: Учебное пособие(Москва: Издательство "Магистр").
3. Фирсенко С. С., Щербенко Е. В. Товарная политика предприятия: учеб. пособие для студентов экон. специальностей всех форм обучения (Красноярск: КГТЭИ).
4. Фирсенко С. С., Щербенко Е. В. Товарная политика предприятия: учеб. пособие для вузов по специальностям 080301.65 "Коммерция (торговое дело)", 080111.65 "Маркетинг"(Красноярск: КГТЭИ).
5. Щербенко Е. В., Сулова Ю. Ю., Веремеенко О. С. Товарная политика в маркетинге: учеб.-метод. пособие для самостоят. работы [для студентов напр. 080200.62 «Менеджмент»](Красноярск: СФУ).

### **4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):**

1. Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level(Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
- 2.
3. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
- 4.
5. Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов Лицсертификат 1808-000451-57691D24 от 23.08.2021

### **4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. Студентам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:
2. Российские электронные научные журналы и базы данных
3. ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам:  
<http://window.edu.ru/>
4. Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <http://elibrary.ru>
5. Университетская библиотека онлайн: [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
6. ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <http://grebennikon.ru>
7. Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: <http://dvs.rsl.ru> (доступ к полному тексту), <http://diss.rsl.ru> (доступ к каталогу)

8. Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <http://www.znaniyum.com>
9. Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook.com>
10. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопонт»»: <http://rucont.ru>
11. Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <http://elcat.kgtei.ru:82/>
12. Зарубежные электронные научные журналы и базы данных online
13. Cambridge University Press: <http://www.journals.cambridge.org>
14. Biological & Agricultural Index Plus:  
<http://www.ebscohost.com/academic/biological-agricultural-index-plus>
15. Books24x7: <http://library.books24x7.com/library.asp?>
16. EBSCO Publishing: <http://search.ebscohost.com>
17. Euromonitor International: <http://www.portal.euromonitor.com>
18. Journal Citation Reports (JCR): <http://isiknowledge.com>
19. E Complete: <http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete>
20. Oxford Journals: <http://www.oxfordjournals.org>
21. Science/AAAS: <http://www.sciencemag.org>
22. Scopus: <http://www.scopus.com>
23. Web of Science: <http://isiknowledge.com>
24. Elsevier (журналы открытого доступа): <http://sciencedirect.com>
25. Локальные базы данных
26. Электронный каталог НБ СФУ;
27. Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края;
28. Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН;
29. [www.aup.ru](http://www.aup.ru) – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
30. [www.budgetrf.ru](http://www.budgetrf.ru) – Бюджетная система РФ
31. [www.businesspress.ru](http://www.businesspress.ru) - Деловая пресса. Электронные газеты
32. <http://www.cfin.ru/> - Корпоративный менеджмент
33. <http://www.ko.ru/> - журнал «Компания»
34. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) - «Консультант Плюс»
35. [www.devbusiness.ru](http://www.devbusiness.ru) – Развитие бизнеса.Ру
36. [www.garant.ru](http://www.garant.ru) - Система Гарант
37. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) - Федеральная служба государственной статистики
38. [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru) – РосБизнесКонсалтинг
39. <http://www.retail.ru/> - Все о розничной торговле
40. [www.russianmarket.ru](http://www.russianmarket.ru) – Маркетинговые исследования и аналитические материалы
41. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) – Реклама, маркетинг, PR

42. На сегодняшний день СФУ представлен в Интернет официальным сайтом института, сайтами подразделений, факультетов, кафедр; сайтами электронных изданий; поисковыми и информационными системами; тематическими сайтами по отдельным сферам деятельности.

### **5 Фонд оценочных средств**

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

### **6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).