

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

Б1.В.16 Товарная политика

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)

38.03.06.02 Маркетинг в торговой деятельности

Форма обучения

заочная

Год набора

2018

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

ст. преподаватель, О. С. Веремеенко

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель преподавания дисциплины: формирование теоретических и методических основ формирования товарной политики предприятия, как эффективного инструмента достижения целей предприятия; - обучения студентов прикладным аспектам читаемого курса, а именно: разработке стратегии товарной политики предприятия, методам оценки оптимальности товарного ассортимента и т.д.

1.2 Задачи изучения дисциплины

1. Ознакомить студентов с методическими аспектами формирования и реализации товарной политики предприятия;

2. Обучить процессу формирования и управления товарным ассортиментом предприятия

3. Обучить методам оценки качества и конкурентоспособности товаров.

4. Сформировать навык разработки стратегии товарной политики 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
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	
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	- основы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг - формировать ассортимент и качество товаров и услуг, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг - навыками принятия решений по формированию и управлению ассортиментом
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	

ДПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с	<ul style="list-style-type: none"> - категорийный аппарат в области анализа товарной политики - источники первичной и вторичной информации о товарной политике
помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	<ul style="list-style-type: none"> - собирать и анализировать информацию, необходимую для корректировки товарной политики предприятия - анализировать структуру ассортимента на основе исследования спроса целевой аудитории - методиками исследования товарной политики на разных отраслевых рынках
ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	
ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	<ul style="list-style-type: none"> - сущность и последовательность разработки стратегии товарной политики предприятия; виды товарных стратегий и методы их оценки - виды товарных стратегий и методы их оценки - разрабатывать и оценивать товарную стратегию предприятия - анализировать ассортиментную и товарную политику предприятий с использованием методов портфельного анализа - методиками выбора оптимальной товарной стратегии организации и оценки ее реализации - навыками разработки товарной стратегии организации и оценки ее реализации

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)	Семестр					
		1	2	3	4	5	6

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п		Модули, темы (разделы) дисциплины		Контактная работа, ак. час.							
				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		
1.											
		1. Методические аспекты формирования и реализации товарной политики предприятия	2								
		2. Методические аспекты формирования и реализации товарной политики предприятия									
		3. Методические аспекты формирования и реализации товарной политики предприятия							18		
		4. Ассортиментная номенклатура предприятия	2								
		5. Ассортиментная номенклатура предприятия					2				
		6. Ассортиментная номенклатура предприятия							18		
		7. Качество и конкурентоспособность продукции в системе товарной политики предприятия									
		8. Качество и конкурентоспособность продукции в системе товарной политики предприятия					2				

9. Качество и конкурентоспособность продукции в системе товарной политики предприятия							18	
10. Товарная атрибутика в системе товарной политики предприятия								
11. Товарная атрибутика в системе товарной политики предприятия					2			
12. Товарная атрибутика в системе товарной политики предприятия							18	
13. Товарные стратегии предприятия	2							
14. Товарные стратегии предприятия					2			
15. Товарные стратегии предприятия							18	
16.								
Всего	6				8		90	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Нуралиев С. У., Нуралиева Д. С. Маркетинг: учебник для вузов по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент", "Торговое дело" (квалификация "бакалавр")(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").
2. Николаева М. А. Товарная политика: Учебник для бакалавриата(Москва: ООО "Юридическое издательство Норма").
3. Калужский М. Л. Практический маркетинг: учебное пособие(Москва: Вузовский учебник).
4. 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).
5. Шай О., Шилова Н. В., Левин М. И. Организация отраслевых рынков: теория и ее применение(Москва: Высшая школа экономики).

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) Лицензиат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
- 2.
3. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицензиат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
- 4.
5. Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов Лицензиат 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
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 – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
30. www.businesspress.ru - Деловая пресса. Электронные газеты
31. <http://www.ko.ru/> - журнал «Компания»
32. www.consultant.ru - «Консультант Плюс»
33. www.devbusiness.ru – Развитие бизнеса.Ру
34. www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики
35. www.rbc.ru – РосБизнесКонсалтинг
36. <http://www.retail.ru/> - Все о розничной торговле
37. www.russianmarket.ru – Маркетинговые исследования и аналитические материалы
38. www.sostav.ru – Реклама, маркетинг, PR
- 39.

40. 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).