

**МИНОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Юго-Западный государственный университет»
(ЮЗГУ)

Кафедра «Товароведение, технология и экспертиза товаров»



АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

Методические указания по выполнению практических
работ для студентов направления подготовки 38.04.07

УДК 620.2

Составитель: М.Б. Пикалова

Рецензент

Кандидат технических наук, доцент Э.А. Пикалова

Ассортиментная политика : методические указания по выполнению практических работ /Юго-Зап. гос. ун-т; сост. М.Б. Пикалова. Курск, 2017. 27 с. Библиогр. 25 с.

Приводится перечень тем, вопросов и заданий практических занятий, список литературы.
Методические указания предназначены для студентов очной и заочной формы обучения направления подготовки 38.04.07 Товароведение.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать 6.10.17. Формат 60x89/16.

Усл. печ. л. 1,57. Уч. - изд. л. 1,42. Тираж 50 экз. Заказ 1438

Бесплатно.

Юго-Западный государственный университет
305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94

Курск 2017

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна

Должность: проректор по учебной работе

Дата подписания: 28.01.2021 16:16:04

Уникальный программный ключ:

0b817ca911e6668abb13ad426d39511c11eabf7e943df4a4801fd17dd0

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
Введение	4
Раздел 1. Общая характеристика природы товара в товароведении Практическое занятие №1 Термины и определения в области ассортимента товаров. Сущностьассортиментнойполитикиорганизации.....	6
Практическое занятие №2 Требования к разработке ассортиментной политики предприятия в сфере торгового производства. Основныестратегическиерешения в	7
Практическое занятие № 3 Требования к разработке ассортиментной политики в сфере розничной торговли. Политикаобновленияпродукта – основаконкурентоспособностиорганизации	10
Раздел 2. Деятельность по формированию ассортиментной политики в сфере производства и обращения. Практическое занятие №4 Стратегия в управления ассортиментом товаров.	12
Практическое занятие №5 Методы управления ассортиментом товаров. Инструментарий.....	14
Практическое занятие № 6 Управление марочными активами основа формирования марочной товарной политики.....	16
Практическое занятие №7 Составление портрета целевой аудитории предприятия розничной торговли.....	18
Раздел 3. Этапы разработки ассортиментной политики предприятий Практическое занятие № 8 Роль и значение товарной информации в формировании товарной политики.....	20
Практическое занятие №9 Разработка ассортиментной политики в сфере товарного производства.....	21
Литература.....	25

ВВЕДЕНИЕ

Цель практических занятий по дисциплине «Ассортиментная политика предприятий» состоит в том, чтобы закрепить у студентов теоретический материал, привить навыки практического анализа факторов, влияющих на формирование ассортиментной политики предприятий, по определению количественных показателей ассортимента, повышения эффективности товарного оборота и доходности всех участников товародвижения, ассортиментной концепции с учетом потребностей участников каналов товародвижения, предусматривающих баланс интересов в рамках определенных товарных категорий, при решении вопросов, возникающих в профессиональной деятельности.

В настоящем практикуме дана основная литература, стандарты. При работе преподаватели предоставляют студентам необходимые материалы, оборудование для выполнения работ.

На изучение каждой темы студентам отводится ограниченное время, поэтому успешное выполнение каждого отдельного задания зависит от степени их подготовленности. Перед занятием студент обязан ознакомиться с содержанием очередного задания и проработать соответствующий теоретический материал.

Перед началом работ преподаватель проверяет степень подготовленности студентов к выполнению задания. К занятиям допускаются только подготовленные студенты.

Каждое занятие студент выполняет индивидуально, иногда по указанию преподавателя группами по 2—3 человека. В процессе выполнения практических занятий студент составляет отчет, который по окончании работы представляется преподавателю. Отчет выполняется в отдельной тетради, которую студенты сохраняют и представляют при сдаче экзамена. В отчете указывается дата, номер лабораторной работы, цель, основное содержание и результат. Запись проводится в соответствии с указанным заданием.

При выполнении заданий студенты обязаны бережно относиться к демонстрационным образцам, учебным и наглядным пособиям.

Раздел 1. Общая характеристика природы товара в товароведении

Практическое занятие №1 Термины и определения в области ассортимента товаров.

Сущность ассортиментной политики организации

Цель занятия: ознакомиться с основными понятиями в области ассортимента товаров.

Форма практического (интерактивного) занятия: устный опрос, выполнение исследовательских заданий

Самостоятельная подготовка к занятиям: используя рекомендованную литературу, изучите вопросы к теме и подготовьте на них ответы.

Формируемые компетенции: ОК-1, ОК-4, ОК-7, ПК-1, ПК-2,

ПК-6

Вопросы к теме:

1. В чем сущность и особенности товарной политики?
2. Раскройте алгоритм процесса управления товарными системами.
3. Охарактеризуйте задачи, ресурсы товарной политики организации.
4. Раскройте основные виды товарных систем.

Задания и порядок их выполнения:

- изучить и проанализировать сущность товарной политики и алгоритма процесса управления товарными системами.
- рассмотреть взаимосвязь между условиями рынка, задачами, ресурсами и товарной политикой организации.
- результаты работы оформить в тетради.

Литература: 1,2,3,4.

Практическое занятие №2
Требования к разработке ассортиментной политики предприятия в сфере торгового производства. Основные стратегические решения в товарной политике

Цель занятия – проанализировать основные стратегии формирования привлекательности товарного предложения, процесса разработки и внедрения нового товара на рынок, раскрыть стратегию элиминации товара, сервисного и гарантийного обслуживания.

Форма практического (интерактивного) занятия:

устный опрос, выполнение исследовательских заданий, решение задач

Самостоятельная подготовка к занятиям: используя рекомендованную литературу, изучите вопросы к теме и подготовьте на них ответы.

Вопросы к теме семинара:

Раскройте основные стратегии привлекательности товарного предложения

1. В чем особенности процесса товарного предложения?
2. Раскройте процесс разработки и внедрения нового товара на рынок.
3. В чем сущность и особенности стратегии элиминации?
4. В чем сущность и особенности сервисной политики?
5. Раскройте основные виды гарантийного обслуживания.

Формируемые компетенции: ОК-1, ОК-4, ОК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-

6

Задания и порядок их выполнения

- изучить теоретический материал, ознакомиться с основными понятиями;
- изучить процесс разработки и внедрения нового товара на рынок;

- дать характеристику сервисного и гарантийного обслуживания;
- решить ситуационные задачи;
- результаты оформить в тетради.

Ситуационные задачи:

1. Холдинговая компания «Электрик-Сити», занимающаяся в основном торговлей бытовой электроникой и легковыми автомобилями, создала отдел по связям с общественностью, взяла в аренду колхоз и организовала дополнительные рабочие места, а также обеспечила поставку в розничную торговую сеть более дешевых (чем у других поставщиков) продуктов питания.

Задание: Какой вид товарной политики стремилась реализовать фирма?

1. Предприятие «Керамин» является одним из крупнейших предприятий Европы по производству керамических изделий и строительных материалов.

Предприятие изготавливает:

плитки керамические для полов 64-х разновидностей;

- плитки для полов «Керама-мараца» четырех разновидностей;
- плитки фризовые 50 разновидностей;

- санитарные керамические изделия 147-ми разновидностей;
- кирпичкерамическийшестьиразновидностей;
- наборы образцов для каминов 28-ми разновидностей;
- декоративныеизделиявосьмиразновидностей.

Задание: Определите широту товарного ассортимента, показатели глубины, насыщенности, а также оцените, насколько гармоничным является товарный ассортимент предприятия «Керамин» с точки зрения потребителей или с учетом других факторов

Литература: 1,2,3,4.

Практическое занятие № 3

Требования к разработке ассортиментной политики в сфере розничной торговли.

Политика обновления продукта – основа конкурентоспособности организации

Цель занятия – проанализировать основные проблемы и факторы обновления продукции, восприимчивость организации к обновлению продукции.

Форма практического (интерактивного) занятия: семинар в диалоговом режиме.

Самостоятельная подготовка к занятиям:

используя рекомендованную литературу, изучите вопросы, предназначенные для семинара, и подготовьте на них ответы.

Формируемые компетенции: ОК-1, ОК-4, ОК-7, ПК-1, ПК-2,
ПК-6

Вопросы к теме семинара:

1. Раскройте основные проблемы и факторы обновления продукции.
2. Проанализируйте содержание основных инновационных стратегий.
3. Назовите важнейшие характеристики жизненного цикла изобретений.
4. Раскройте основные мероприятия по планированию и разработке новых товаров.
5. Каковы особенности процесса планирования и разработки новых товаров?
6. Содержание основных инновационных стратегий, важнейшие характеристики жизненного цикла изобретений.
7. Охарактеризовать мероприятия по планированию и разработке новых товаров.

Выполнение работ (доклады, рефераты, презентации) по темам:

-мультитрибутивная модель товара

-ассортиментная политика торгового предприятия

-ассортиментная политика производственного предприятия Литература: 1,2,3,4.

Раздел 2. Деятельность по формированию ассортиментной политики в сфере производства и обращения.

Практическое занятие №4 **Стратегия в управления ассортиментом товаров**

Цель занятия – проанализировать процесс управления и классификацию ассортимента, основные направления в области формирования ассортимента и нормативную базу формирования ассортимента.

Форма практического (интерактивного) занятия: устный опрос, выполнение исследовательских заданий, решение задач

Самостоятельная подготовка к занятиям: используя рекомендованную литературу, изучите вопросы к теме и подготовьте на них ответы.

Формируемые компетенции: ОК - 1,4,7, ПК-1,2,6

Вопросы к теме:

1. Каковы особенности процесса управления ассортиментом?
2. Раскройте основные направления в области формирования ассортимента.

3. Какова нормативная база формирования ассортимента?

4. Каковы основные этапы формирования ассортимента?

5. Каковы основные этапы управления ассортиментом?

Задания и порядок их выполнения

- изучить теоретический материал;
- дать классификацию ассортимента по различным признакам;
- решить задачи
 - результаты работы оформить в тетради.

Задача 1 Разработчики и производители мобильного телефона предполагали, что им будут пользоваться в основном бизнесмены и состоятельные люди. На самом же деле использование мобильного телефона получило широкое распространение среди самых широких слоев населения и, прежде всего, среди молодежи.

Задание: Объясните, в чем была допущена ошибка при выборе рынка мобильных телефонов и его позиционировании и какую товарную политику Вы можете предложить?

Задача 2. На рынке г. Томска у большинства потребителей негативное отношение к соевым продуктам.

Задание: Какая товарная политика должна быть предложена в данной ситуации и какие мероприятия и инструменты воздействия она должна в себя включать?

Литература: 1,2,3,4.

Практическое занятие №5
Методы управления ассортиментом товаров.
Инструментарий

Цель занятия – проанализировать сущность и процесс создания бренда, основные стратегии бренда и управление им.

Форма практического (интерактивного) занятия: устный опрос, выполнение исследовательских заданий, решение задач

Самостоятельная подготовка к занятиям: используя рекомендованную литературу, изучите вопросы к теме и подготовьте на них ответы.

Формируемые компетенции ОК-1,4,7, ПК- 1,2, 6

Вопросы к теме:

- 1.Брендинг как инструмент маркетинговой политики.
- 2.Раскройте основные направления процессасоздания
- 3.Чем бренд отличается от марки
- 4.Раскройте основные стратегии бренда и процесс управления им
- 5.Каковы основные тенденции развития бренда в России ?
- 6.Как определяется стоимость бренда

Задания и порядок их выполнения:

- рассмотреть основные тенденции бренда;
- дайте развернутую характеристику процесса создания бренда.
- раскройте содержание основных стратегии и тенденции развития бренда.
- дайте определение имиджа марки и раскройте содержание основных марочных стратегий.
- проанализируйте роль марки как инструмента влияния в каналах распределения.
- раскройте основные виды и формы товарной информации, проанализируйте роль и значение информационных знаков в продвижении товаров;
- решите задачу;
- результаты оформите в тетради.

Задача 1. В декабре 1996 г. Республика Беларусь стала сотой страной в мире, на рынке которой работают рестораны под брендом «Макдональдс». Постоянно расширяя свою деятельность, иностранное предприятие «Рестораны «Макдональдс» увеличило свою долю в ресторанном бизнесе республики до 10 %.

Задание: Определите какова миссия предприятия

«Рестораны«Макдональдс»? Каких целей предприятие достигло? Какой вид товарной политики для предприятия вы можете порекомендовать?

Литература: 1,2, 4.

Практическое занятие № 6

Управление марочными активами основа формирования марочной товарной политики

Цель занятия - проанализировать содержание основных марочных стратегий, роль и значение марки как инструмента влияния в каналах распределения.

Форма практического (интерактивного)

занятия:

выполнение заданий, семинар в диалоговом режиме.

Самостоятельная подготовка к занятиям: используя рекомендованную литературу, изучите вопросы, предназначенные для семинара, и подготовьте на них ответы.

Формируемые компетенции: ОК- 1, 4,7 , ПК-1,2, 6

Вопросы к теме семинара:

1. Раскройте содержание основных марочных стратегий

2. Какова роль и значение марки как инструмента влияния в каналах распределения?
3. Раскройте процесс формирования имиджа марки.
4. В чем особенность многомарочной стратегии?
5. Раскройте содержание процесса управления марочными активами.

Задания и порядок их выполнения:

- рассмотреть процесс формирования имиджа марки.
 - роль товаров под собственной торговой маркой в формировании ассортимента и конкурентоспособности предприятия розничной торговли;
 - выписать в тетради предприятия розничной торговли (г. Кемерово), которые реализуют товары под собственной торговой маркой (заполнить таблицу), проанализировать данные.
- Практическое задание: Роль товаров под собственной торговой маркой (СТМ) в формировании ассортимента предприятия розничной торговли.

Таблица 1 – Предприятия розничной торговли, реализующие товары под СТМ

№	Предприятие рознич	Ассортимент тов	Лого тип,
1	«Чибис»	Молоко, Сок,	«Выгодный тов
2			
3			

Сделайте анализ таблицы: сколько предприятий розничной торговли потребительского рынка г. Кемерово реализуют товары под СТМ, какие товары реализуются под СТМ?

Какой, на ваш взгляд, логотип и бренд товара СТМ наиболее привлекателен для потребителей?

Литература: 1, 2, 4

Раздел 3. Этапы разработки ассортиментной политики предприятий

Практическое занятие №7

Составление портрета целевой аудитории предприятия розничной торговли

Цель занятия – ознакомиться с правилами и методами маркетинговых исследований по составлению целевой аудитории предприятия розничной торговли

Форма практического (интерактивного) занятия:

устный опрос, выполнение заданий, проблемная дискуссия с выдвижением проектов.

Самостоятельная подготовка к занятиям: используя рекомендованную литературу, изучите вопросы к теме и подготовьте на них ответы.

Формируемые компетенции: ОК- 1, 4,7 , ПК-1,2, 6

Вопросы к теме:

1. Роль потребительского спроса в формировании ассортиментного портфеля предприятия розничной торговли
2. Основные методы проведения маркетинговых исследований при выявлении целевого потребителя.

Задания и порядок их выполнения

-Разработать анкету для выявления целевой аудитории потребителей предприятия розничной торговли. Определить метод проведения исследования, метод обработки результатов. Обработать полученные результаты и составить портрет потенциального потребителя.

Проблемная дискуссия с выдвижением проектов
на тему:

«Разработка анкеты для выявления целевой аудитории потребителей с целью формирования ассортимента предприятия розничной торговли (группа однородной

продукции на выбор)».

Литература: 1,2

Практическое занятие № 8
Роль и значение товарной информации в
формировании товарной политики

Цель занятия – проанализировать основные виды и формы товарной информации, роль и значение информационных знаков в продвижении товаров. Рассмотреть назначение штрихового кодирования.

Форма практического (интерактивного) занятия: устный опрос, выполнение исследовательских заданий

Самостоятельная подготовка к занятиям: используя рекомендованную литературу, изучите вопросы к теме и подготовьте на них ответы.

Формируемые компетенции: ОК- 1, 4,7 , ПК-1,2, 6

Вопросы к теме:

- 1.Какие Вам известны виды и формы товарной информации?
- 2.Какую роль играют информационные знаки в продвижении товаров?
- 3.Каково назначение штрихового кодирования?
- 4.Каким образом осуществляется контроль результатов?
- 5.Раскройте процесс управления товарной информацией.

Задания и порядок их выполнения:

- охарактеризовать основные формы товарной информации и ее роль для потребителей
- охарактеризовать основные виды товарной информации и ее роль для формирования потребительских предпочтений;
- дать характеристику информационных знаков, их роль в продвижении товара;
- виды штрихового кодирования и их роль в продвижении товара.
- результаты работы оформить в тетради.

Литература: 1,2,4

Практическое занятие №9 Разработка ассортиментной политики в сфере товарного производства

Цель занятия – раскрыть понятие качества товаров, основные свойства и показатели качества. Проанализировать особенности методов оценки качества, основные статистические инструменты качества товаров.

Форма практического (интерактивного) занятия: устный опрос, выполнение исследовательских заданий, решение задач

Самостоятельная подготовка к занятиям: используя рекомендованную литературу, изучите вопросы к теме и

подготовьте на них ответы.

Формируемые компетенции: ОК- 1, 4,7 , ПК-1,2, 6

Вопросы к теме:

1. Раскройте понятие качества товаров.
2. Формирование качества товаров как важнейшее направление товарной политики
3. Какие Вам известны свойства и показатели качества товаров?
4. Каковы особенности и сущность экспортной товарной политики?
- 5...Какие существуют виды международного жизненного цикла товаров?
- 6 Назовите основные особенности политики продвижения товаров на зарубежные рынки.
- 7..Дайте характеристику основных этапов МЖЦТ.
- 8.Какие проблемы возникают при выходе с товаром на зарубежные рынки?
- 9.Какие существуют статистические инструменты качества товаров?
10. Раскрыть особенности и сущность экспортной товарной политики предприятия, основные виды международного жизненного цикла товаров. Проанализировать политику продвижения товаров на зарубежные рынки.

Задания и порядок их выполнения:

- охарактеризовать основные свойства и показатели качества товара;
- дать характеристику методам оценки качества и их роли при проведении экспертизы и сертификации товаров;
- дать характеристику основным статистическим методам исследований
- решить задачу
- дать характеристику экспортной политике предприятия;
- охарактеризовать основные этапы международного жизненного цикла товара
- проанализировать политику продвижения товаров на зарубежные рынки.
- результаты оформить в тетради.

Задача 1. Проводимые сотрудниками парфюмерных секций магазинов и бутиков наблюдения за покупателями мужского парфюма установили, что наиболее часто его покупают женщины. Мужчины редко сами выбирают для себя парфюм.

Задание: Как можно объяснить такой факт и как его можно использовать для продвижения товара производителями и продавцами парфюма и какой вид

товарной политики может быть предложен в данной ситуации?

Литература: 1,2,3,4.

Литература

Основная учебная литература

1. Товарный менеджмент [Текст] : учебное пособие / под ред. д-ра техн. наук, проф. Т. Н. Ивановой. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 234 с. - (Высшее образование - Бакалавриат).

2. Экономика и управление на предприятии [Электронный ресурс] : учебник / А.П. Агарков, Р.С. Голов, В.Ю. Теплышев, Е.А. Ерохина ; под ред. А.П. Агаркова. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 400 с. // Режим доступа - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450718>

Дополнительная учебная литература

3. Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами [Текст] : учебник / под ред. А. Н. Неверова, Т. И. Чалых. - 8-е изд., стер. - М. : Академия, 2011. - 464 с.

4. Николаева, М. А. Товарная экспертиза [Текст] : учебное пособие / М. А. Николаева ; Отраслевой центр повышения квалификации работников торговли. - М. : Деловая литература, 2007. - 320 с.

5. Черник, Н. Ю. Товарная политика предприятия [Текст] : учебное пособие / Н. Ю. Черник. - Мн. : БГЭУ, 2004. - 278 с.

6. Николаева, Мария Андреевна . Теоретические основы товароведения [Текст] : учебник / М. А. Николаева. - М. : Норма, 2008. - 448 с.

7. Колеснева, Е. П. Товарная политика предприятия отрасли [Текст] : практикум / Е. П. Колеснева, С. И. Артеменко. - Мн. : ИВЦ Минфина, 2007. - 227 с.

Нормативные документы

ГОСТ 30591-97 Услуги бытовые. Ремонт и техническое обслуживание электробытовых машин и приборов. Общие технические условия

ГОСТ Р 50938-96 Услуги бытовые. Ремонт и техническое обслуживание электробытовых машин и приборов. Общие технические условия

ГОСТ Р 51773-2001 Розничная торговля.

Классификация предприятий

ГОСТ Р 52142-2003 Социальное обслуживание населения. Качество социальных услуг. Общие положения

ГОСТ Р 52497-2005 Социальное обслуживание населения. Система качества учреждений социального обслуживания

ГОСТ Р 51305-99 Розничная торговля. Требования к обслуживающему персоналу

ГОСТ Р 50690-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования

ГОСТ Р 53060-2008 Социальное обслуживание населения. Документация

ГОСТ Р 50938-96 Услуги бытовые. Ремонт и техническое обслуживание электробытовых машин и приборов. Общие технические условия

ГОСТ Р 51773-2001 Розничная торговля. Классификация предприятий

ГОСТ Р 52142-2003 Социальное обслуживание населения. Качество социальных услуг. Общие положения

ГОСТ Р 52497-2005 Социальное обслуживание населения. Система качества учреждений социального обслуживания

ГОСТ Р 51305-99 Розничная торговля. Требования к обслуживающему персоналу

ГОСТ Р 50690-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования

ГОСТ Р 53060-2008 Социальное обслуживание населения. Документация