

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНЖЕНЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе

_____ Василенко В.Н.
(подпись) (Ф.И.О.)

«25» мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ

ТОВАРНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

_____ (наименование в соответствии с РУП)

Направление подготовки (специальность)

38.03.02 Менеджмент

_____ (шифр и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль)

Логистика и управление бизнесом в сфере товарного обращения

_____ (наименование профиля/специализации)

Квалификация выпускника

бакалавр

Воронеж

1. Цели и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины «Товарный менеджмент» являются подготовка выпускника к решению следующих задач:

участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);

участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации.

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины в соответствии с предусмотренными компетенциями обучающийся должен:

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:		
			знать	уметь	владеть
1	ОПК-2	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	основные методы реализации организационно-управленческих решений	оценить эффективность организационно-управленческих решений	навыками оценки эффективности организационно-управленческих решений
2	ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	основные подходы к разработке стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	анализировать стратегию организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	навыками стратегического анализа и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
3	ПК-6	способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	основные технологические и продуктовые инноваций	участвовать в управлении программой организационных изменений	навыками управления проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций
4	ПК-8	владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	основные технологические, продуктовые инновации или организационные изменения	оформлять решения в управлении операционной (производственной) деятельности организаций	навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

3.1. Дисциплина (модуль) «Товарный менеджмент» относится к блоку Б1 "Дисциплины" и ее вариативной части (Б1.В.04.01) и базируется на знаниях, умениях и компетенциях, сформированных при изучении дисциплин:

- Менеджмент;
- Маркетинг;
- Продукты питания из растительного сырья;
- Продукты питания животного происхождения;
- Основы химических технологий.

Дисциплина «Товарный менеджмент» является предшествующей для освоения дисциплин:

- Страхование;
- Управление продуктом;
- Управление качеством на основе международных стандартов.

«Входными» знаниями, умениями и компетенциями бакалавра, необходимыми для изучения дисциплины, служат базовые знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплин предметной области в ВУЗе.

4. Объем дисциплины и виды учебных занятий

Общая трудоемкость дисциплины составляет **10** зачетных единицы.

Виды учебной работы	Всего	Семестр 6	Семестр 7	Семестр 8
	акад. часов	акад. часов	акад. часов	акад. часов
Общая трудоемкость дисциплины	360	144	144	72
Контактная работа в т.ч. аудиторные занятия:	160,2	55	61,7	43,5
Лекции	62	18	30	14
Практические занятия (ПЗ)	94	36	30	28
в том числе в форме практической подготовки	94	36	30	28
Консультации текущие	3,9	0,9	1,6	1,4
Виды аттестации (зачет)	0,3	0,1	0,1	0,1
Самостоятельная работа:	199,8	89,0	82,3	28,5
Проработка материалов по конспекту лекций	55,6	26	22,3	7,3
Проработка материалов по учебнику	42	18	18	6
Подготовка к практическим занятиям	62,2	27	26	9,2
Подготовка реферата	40	18	16	6

5. Содержание дисциплины, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1 Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Трудоемкость раздела, акад. часы
1.	Основные понятия, объекты и методы товарного менеджмента. Прогнозирование потребностей и спроса.	Объекты и методы товарного менеджмента. Потребности, прогнозирование потребностей. Спрос, прогнозирование спроса	63,6
2.	Ассортимент товаров – как объект товарного менеджмента. Качественные и количественные характеристики товара как объекты товарного менеджмента. Формирование и сохранение основополагающих характери-	Характеристика ассортимента товаров. Управление ассортиментом торгового предприятия. Качество товара как объект товарного менеджмента. Количественная характеристика товаров. Факторы формирующие и сохраняющие качество и количество товаров. Товарные потери. Обеспечение и сохра-	61,5

	стик товара на протяжении жизненного цикла продукции (товара).	нения качества и количества в процессе реализации товаров. Потребление и эксплуатация товаров.	
3.	Управление товарными запасами. Управление закупками товара. Экспертиза товаров в области товарного менеджмента	Характеристика и методы оценки товарных запасов. Повышение эффективности использования складских помещений Классификация предприятий-поставщиков и их основная характеристика. Организация закупок товаров в розничном торговом предприятии. Значение и роль экспертизы товаров в области товарного менеджмента. Объекты, субъекты, средства и методы экспертизы товаров.	43,3

5.2 Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции, акад.час	ПЗ, акад.час	СРО, акад.час
1.	Основные понятия, объекты и методы товарного менеджмента. Прогнозирование потребностей и спроса.	18	36	89
2.	Ассортимент товаров – как объект товарного менеджмента. Качественные и количественные характеристики товара как объекты товарного менеджмента. Формирование и сохранение основополагающих характеристик товара на протяжении жизненного цикла продукции (товара).	30	30	82,3
3.	Управление товарными запасами. Управление закупками товара. Экспертиза товаров в области товарного менеджмента	14	28	28,5

5.2.1 Лекции

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тематика лекционных занятий	Трудоемкость, акад.час
6 семестр			
1.	Основные понятия, объекты и методы товарного менеджмента. Прогнозирование потребностей и спроса.	Основные понятия, цели и задачи товарного менеджмента. Товар и его основополагающие характеристики.	2
		Ассортиментная, качественная и количественная характеристика товара. Взаимосвязь между ними и стоимостью товара. Функции товара: потребительская, маркетинговая, коммерческая, правовая, финансовая	4
		Методы товарного менеджмента: эмпирические или экспериментальные методы, аналитические методы управления научным познанием, методы систематизации; классификация и кодирование товаров	4
		Спрос. Определение величины и структуры спроса. Факторы стабильности спроса (эластичность, сезонность, взаимодополняющие и взаимозаменяющие товарные группы). Прогнозирование спроса.	4
		Понятие и классификация потребностей, факторы, влияющие на формирование потребностей, средства и способы формирования новых потребностей. Потребительская стоимость, ценность, полезность. Характеристика потребителей. Целевые сегменты. Прогнозирование потребностей.	4
7 семестр			
2.	Ассортимент товаров – как объект товарного менеджмента. Качественные и количественные характеристики товара	Виды ассортимента. Влияние значений показателей ассортимента на результаты коммерческой деятельности предприятия	4
		Ассортиментная политика торгового предприятия. Формирование ассортимента: понятие, основные направления. Факторы, влияющие на его формирование. Виды нормативных и технических документов, определяющих ассор-	4

	как объекты товарного менеджмента. Формирование и сохранение основополагающих характеристик товара на протяжении жизненного цикла продукции (товара).	тимент товаров	
		Категорийный менеджмент: принципы, организация, методы управления. Стратегические цели и задачи управления ассортиментом в рамках категорийного менеджмента	4
		Правовые основы обеспечения качества в РФ, техническое регулирование. Оценка качества: понятие и этапы оценки качества, контроль качества, оценка уровня качества.	4
		Контроль качества товаров: понятие. Виды контроля качества.	4
		Единичные экземпляры товаров, товарные партии. Общие количественные и специфические характеристики. Общие физические свойства и специфические физические свойства единичных товаров и товарных партий.	4
		Обеспечение основополагающих товароведных характеристик товара на протяжении всего жизненного цикла продукции (товара).	4
		Жизненный цикл товара: понятие, стадии, этапы.	4
		Факторы, формирующие качество и количество продукции (товаров): конъюнктура рынка товаров, регламентация характеристик товара, качество исходного сырья и материалов, качество проектирования, качество изготовления. Роль нормативной и технической документации в формировании качества.	4
8 семестр			
3.	Управление товарными запасами. Управление закупками товара. Экспертиза товаров в области товарного менеджмента	Понятие товарных запасов и их оборачиваемость. Норма оборачиваемости. Факторы, влияющие на оборачиваемость товарных запасов. Методы оценки товарных запасов. Размещение товаров в системе складов.	4
		Классификация предприятий-поставщиков и их основная характеристика. Типовые требования, предъявляемые к поставщикам. Стратегия деловых взаимоотношений с поставщиками. Стратегия закупок товаров. Принципы работы и специфика централизованной и децентрализованной системы заказов.	4
		Экспертиза как информационно-аналитическая деятельность. Значение экспертизы в системе товарного менеджмента. Классификация товарной экспертизы. Объекты экспертизы: основные и дополнительные. Средства экспертизы товаров. Методы экспертизы товаров.	6
	Итого:		62
	Консультации текущие		3,9
	Виды аттестации (зачет, зачет)		0,3
	Всего:		66,2

5.2.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Наименование практических работ	Трудоемкость, акад. час
6 семестр			
1	Основные понятия, объекты и методы товарного менеджмента. Прогнозирование потребностей и спроса.	Основные понятия, объекты и методы товарного менеджмента. Потребности и прогнозирование спроса	4
		Объекты товарного менеджмента. Товар и его основополагающие характеристики, составляющие его потребительную стоимость как объект товарного менеджмента.	4
		Ассортиментная, качественная и количественная характеристика товара	4
		Взаимосвязь между ними и стоимостью товара. Функции товара: потребительская, маркетинговая, коммерческая, правовая, финансовая.	4
		Методы товарного менеджмента: эмпирические или	4

		экспериментальные методы	
		Методы товарного менеджмента: аналитические методы управления научным познанием, методы систематизации.	4
		Классификация и кодирование товаров	4
		Потребительная стоимость, ценность, полезность. Характеристика потребителей. Целевые сегменты. Прогнозирование потребностей	4
		Факторы стабильности спроса (эластичность, сезонность, взаимодополняющие и взаимозаменяющие товарные группы).	4
7 семестр			
2	Ассортимент товаров – как объект товарного менеджмента. Качественные и количественные характеристики товара как объекты товарного менеджмента. Формирование и сохранение основополагающих характеристик товара на протяжении жизненного цикла продукции (товара).	Влияние значений показателей ассортимента на результаты коммерческой деятельности предприятия. Определение структуры товарной категории.	4
		Управление ассортиментом торгового предприятия. Ассортиментная политика торгового предприятия.	4
		Методы анализа и оптимизации и оптимизации структуры ассортимента. Применение методов оптимизации на основе ABC - и XYZ - анализа	4
		Оценка качества: понятие и этапы оценки качества, контроль качества, оценка уровня качества. Правила отбора проб.	4
		Права потребителей и ответственность продавца при реализации дефектной продукции.	4
		Жизненный цикл товара: понятие, стадии, этапы. Роль нормативной и технической документации в формировании качества.	4
		Роль нормативных и технических документов в сохранении качества и количества товаров	4
		Товарные потери: понятие и виды потерь. Причины возникновения. Порядок списания количественных и качественных потерь.	6
8 семестр			
3.	Управление товарными запасами. Управление закупками товара. Экспертиза товаров в области товарного менеджмента	Классификация предприятий-поставщиков и их основная характеристика. Типовые требования, предъявляемые к поставщикам.	4
		Работа с поставщиками с целью повышения эффективности закупочной деятельности; методы выбора и оценки поставщиков.	4
		Принципы работы и специфика централизованной и децентрализованной системы заказов.	4
		Мерчендайзинговый аудит	4
		Значение экспертизы в системе товарного менеджмента. Понятие, цели, задачи, принципы товарной экспертизы	4
		Объекты экспертизы: основные и дополнительные. Товары, как основные объекты экспертизы. Субъекты экспертизы товаров.	4
		Организация и проведение оценки качества товаров (продукции) экспертным методом.	4
	Всего		94

5.2.3 Лабораторный практикум – не предусмотрен

5.2.4 Самостоятельная работа обучающихся

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид СРО	Трудоемкость, акад. час
-------	---------------------------------	---------	-------------------------

6 семестр			
1.	Основные понятия, объекты и методы товарного менеджмента. Прогнозирование потребностей и спроса.	Проработка материалов по конспекту лекций	39,8
		Проработка материалов по учебнику	21,7
		Подготовка к практическому занятию	27,5
7 семестр			
2.	Ассортимент товаров – как объект товарного менеджмента. Качественные и количественные характеристики товара как объекты товарного менеджмента. Формирование и сохранение основополагающих характеристик товара на протяжении жизненного цикла продукции (товара).	Проработка материалов по конспекту лекций	10
		Проработка материалов по учебнику	12,3
		Подготовка к практическому занятию	20
		Подготовка реферата	40
8 семестр			
3.	Управление товарными запасами. Управление закупками товара. Экспертиза товаров в области товарного менеджмента	Проработка материалов по конспекту лекций	8
		Проработка материалов по учебнику	10
		Подготовка к практическому занятию	10,5
Итого			94

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература

1. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 405 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/508122>
2. Товарный менеджмент. Методические указания : методические указания / составители Н. А. Грузинцева, С. С. Гусева. — Иваново : ИВГПУ, 2019. — 29 с. — URL: <https://e.lanbook.com/book/170913>

6.2 Дополнительная литература

1. Товарный менеджмент и экспертиза жировых товаров : учебное пособие / О. Б. Рудаков, Э. П. Лесникова, И. Н. Семенова, К. К. Полянский. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 304 с. — URL: <https://e.lanbook.com/book/212369>
2. Калачев, С. Л. Товароведение и товарный менеджмент товаров для творчества, развития, спорта, активного отдыха и мебели : учебник / С. Л. Калачев, Н. А. Ибрагимова. — Москва : Дашков и К, 2022. — 221 с. — URL: <https://e.lanbook.com/book/315983>

6.3 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

1. Черемушкина, И. В. Товарный менеджмент [Текст] : методические указания к практическим работам для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02, очной, очно-заочной и заочной форм обучения / И.В. Черемушкина; ВГУИТ, Кафедра торгового дела и товароведения. - Воронеж, 2021. - 28 с. - Электрон. ресурс.

6.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
«Российское образование» - федеральный портал	http://www.edu.ru/index.php
Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru/defaulttx.asp?
Федеральная университетская компьютерная сеть России	http://www.runnet.ru/
Информационная система «Единое окно доступа к об-	http://www.window.edu.ru/

разовательным ресурсам»	
Электронная библиотека ВГУИТ	http://biblos.vsuet.ru/megapro/web
Сайт Министерства науки и высшего образования РФ	http://minobrnauki.gov.ru
Портал открытого on-line образования	http://npoed.ru
Информационно-коммуникационные технологии в образовании. Система федеральных образовательных порталов	http://www.ict.edu.ru/
Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «ВГУИТ»	http://education.vsuet.ru
Официальный сайт Росстата	http://rosstat.gov.ru

6.5 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При изучении дисциплины используется программное обеспечение и информационные справочные системы:

информационная среда для дистанционного обучения СЭО «ЗКЛ».

При освоении дисциплины используется лицензионное и открытое программное обеспечение – ОС Windows.

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения лекционных и практических занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения (мультимедийными проекторами, настенными экранами, интерактивными досками, ноутбуками, досками, рабочими местами по количеству обучающихся, рабочим местом преподавателя) – ауд. 407, 426 или иные в соответствии с расписанием.

Допускается использование других аудиторий в соответствии с расписанием учебных занятий и оснащенных соответствующим материально-техническим обеспечением, в соответствии с требованиями, предъявляемыми образовательным стандартом.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к базам данных и электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО «ВГУИТ» – ауд. 427а, ресурсный центр ВГУИТ.

8 Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценочные материалы (ОМ) для дисциплины (модуля) включают в себя:

- перечень компетенций с указанием индикаторов достижения компетенций, этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.

ОМ представляются отдельным комплектом и входят в состав рабочей программы дисциплины (модуля) в виде Приложения.

Оценочные материалы формируются в соответствии с П ВГУИТ «Положение об оценочных материалах».

**Приложение
к рабочей программе
по дисциплине «Товарный менеджмент»**

1. Организационно-методические данные дисциплины для заочной формы обучения

1.1 Объемы различных форм учебной работы и виды контроля в соответствии с учебным планом

Виды учебной работы	Всего	Семестр 7	Семестр 8	Семестр 9
	акад. часов	акад. часов	акад. часов	акад. часов
Общая трудоемкость дисциплины	360	144	144	72
Контактная работа в т.ч. аудиторные занятия:	38,8	11,5	11,5	15,8
Лекции	14	4	4	6
Практические занятия (ПЗ)	20	6	6	8
в том числе в форме практической подготовки	20	6	6	8
Рецензирование контрольных работ	2,4	0,8	0,8	0,8
Консультации текущие	2,1	0,6	0,6	0,9
Виды аттестации (зачет)	0,3	0,1	0,1	0,1
Самостоятельная работа:	309,5	128,6	128,6	52,3
Проработка материалов по конспекту лекций	181,5	75,6	77,6	28,3
Проработка материалов по учебнику	128	53	51	24
Подготовка контрольной работы	11,7	3,9	3,9	3,9

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ТОВАРНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:		
			знать	уметь	владеть
1	ОПК-2	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	основные методы реализации организационно-управленческих решений	оценить эффективность организационно-управленческих решений	навыками оценки эффективности организационно-управленческих решений
2	ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	основные подходы к разработке стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	анализировать стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	навыками стратегического анализа и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
3	ПК-6	способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	основные технологические и продуктовые инноваций	участвовать в управлении программой организационных изменений	навыками управления проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций
4	ПК-8	владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	основные технологические, продуктовые инновации или организационные изменения	оформлять решения в управлении операционной (производственной) деятельности организаций	навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

2 Паспорт оценочных материалов по дисциплине

№ п/п	Разделы дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или ее части)	Оценочные материалы		Технология/процедура оценивания (способ контроля)
			наименование	№№ заданий	
1	Основные понятия, объекты и методы товарного менеджмента. Прогнозирование по-	ОПК-2 ПК-3	Банк тестовых заданий	1-4 5-10	Компьютерное тестирование (процентная шкала) Проверка преподавателем (уровневая шкала)
			Собеседование (вопросы для зачета)	55-62 63-71	

	требностей и спроса		Собеседование (задачи)	26-30	Проверка преподавателем (оценка в системе «зачтено-не зачтено»)
			кейсы	51-55	Проверка преподавателем (уровневая шкала)
2	Ассортимент товаров – как объект товарного менеджмента. Качественные и количественные характеристики товара как объекты товарного менеджмента. Формирование и сохранение основополагающих характеристик товара на протяжении жизненного цикла продукции (товара).	ПК-6	Банк тестовых заданий	11-25	Компьютерное тестирование (процентная шкала)
			Собеседование (задачи)	26-30	Проверка преподавателем (уровневая шкала)
			Собеседование (вопросы к зачету)	72-88	Проверка преподавателем (оценка в системе «зачтено-не зачтено»)
			кейсы	51-55	Проверка преподавателем (уровневая шкала)
3	Управление товарными запасами. Управление закупками товара. Экспертиза товаров в области товарного менеджмента	ПК-8	Банк тестовых заданий	31-50	Компьютерное тестирование (процентная шкала)
			Собеседование (вопросы к зачету)	89-109	Проверка преподавателем (уровневая шкала)
			Собеседование (задачи)	26-30	Проверка преподавателем (оценка в системе «зачтено-не зачтено»)
			кейсы	51-55	Проверка преподавателем (уровневая шкала)

3 Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Аттестация обучающегося по дисциплине проводится в форме тестирования и предусматривает возможность последующего собеседования (зачета, экзамена).

3.1 Банк тестовых заданий

ОПК-2. способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений

№ задания	Тестовое задание
	Выбрать один правильный вариант ответа
1.	Деятельность, направленная на формирование максимально эффективного товарного предложения, как на уровне производителя, так и на уровне оптовой и розничной торговли, составляющая менеджмента и маркетинга, называется а) торговый маркетинг б) товарный маркетинг в) товарный менеджмент г) торговый менеджмент
2.	Осуществление проектов, не противоречащих миссии предприятия в долгосрочном периоде - это принцип а) интегрированности методов б) комплексности характера в) высокого динамизма управления

	г) ориентированности на стратегические цели
3.	Любой объект потребления, способный удовлетворить определенные потребности человека, называется а) благо б) потребность в) желание г) необходимость
4.	Такая стоимость характеризует товар с точки зрения его обмена на другие вещи в определенных пропорциях: а) меновая б) потребительная в) общая г) стоимостная

ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

№ задания	Тестовое задание
	Выбрать один правильный вариант ответа
5.	Этот термин относится к товарам, которые в процессе использования расходуют свой ресурс: а) обмен б) эксплуатация в) потребление г) расход
6.	Этот термин относится к товарам, которые в процессе использования расходуются сами а) обмен б) эксплуатация в) потребление г) расход
7.	На этой стадии ЖЦТ осуществляется выявление запросов потребителей а) предтоварная б) товарная в) послереализационная г) утилизации и уничтожения
8.	На этой стадии ЖЦТ осуществляется материально-техническое снабжение а) предтоварная б) товарная в) послереализационная г) утилизации и уничтожения
9.	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 а) предтоварная стадия б) товарная стадия в) послереализационная стадия г) стадия утилизации и уничтожения
10.	Этап, включающий операции по замене или исправлению отдельных деталей, называется а) переработка б) переделка в) ремонт г) доделка

ПК-6 способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

№ задания	Тестовое задание
	Выбрать один правильный вариант ответа
11.	Предметом товарного менеджмента является: а) потребительские стоимости товаров б) особенности и классификации товаров в) количество и технологии производства товаров

12.	Первый этап в развитии товарного менеджмента называется: а) товароведно-технологический б) товарно-описательный в) товарно-формирующий																																								
13.	«Вечные» проблемы товарного менеджмента: а) выявление и исследование общих закономерностей формирования и проявления потребительской стоимости товаров на современном этапе развития общества б) изучение новых товаров и новых потребительских свойств уже известных товаров с учетом последних достижений товароведной и смежных наук в) определение номенклатуры потребительских свойств и показателей качества товаров.																																								
14.	Объектом товарного менеджмента является: а) персонал б) услуги в) жизненный цикл товаров г) товар																																								
15.	Товар обладает свойствами: а) потребительской стоимостью и стоимостью б) антропометрическими свойствами в) экономическими свойствами																																								
Выбрать несколько правильных ответов																																									
16.	Товар — это: а) продукт материальной деятельности, созданной для продажи б) все то, что подлежит обязательной сертификации в) средство, с помощью которого можно удовлетворить определенную потребность																																								
17.	Индивидуальная потребительная стоимость продуктов труда формируется: а) естественными свойствами продуктов труда б) потребительскими свойствами товаров в) показателями качества																																								
18.	Потребительная стоимость - это: а) основа цен товаров б) способность вещи удовлетворять какую-либо человеческую потребность в) вещественное свойство, труд, воплощенный в товаре																																								
19.	Источником наполнения рынка товарами являются: а) отечественное промышленное и сельскохозяйственное производство б) экспорт товаров в) обновление ассортимента товаров г) импорт товаров																																								
Сопоставить																																									
20.	Сопоставьте характеристику и состояние товарной единицы: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 5%;">1</td> <td style="width: 35%;">Товар по замыслу</td> <td style="width: 5%;">А</td> <td style="width: 55%;">Послепродажное обслуживание</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Товар в реальном исполнении</td> <td>Б</td> <td>Поставки и кредитование</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Товар с подкреплением</td> <td>В</td> <td>Марочное название</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Г</td> <td>Свойства</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Д</td> <td>Качество</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Е</td> <td>Упаковка</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Ж</td> <td>Внешнее оформление</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>З</td> <td>Основная выгода</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>И</td> <td>Монтаж</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>К</td> <td>Гарантия</td> </tr> </table> <p>Ответ: 1 – з, 2 – Б, В, Г, Д, Е, Ж, И, 3 – А, К</p>	1	Товар по замыслу	А	Послепродажное обслуживание	2	Товар в реальном исполнении	Б	Поставки и кредитование	3	Товар с подкреплением	В	Марочное название			Г	Свойства			Д	Качество			Е	Упаковка			Ж	Внешнее оформление			З	Основная выгода			И	Монтаж			К	Гарантия
1	Товар по замыслу	А	Послепродажное обслуживание																																						
2	Товар в реальном исполнении	Б	Поставки и кредитование																																						
3	Товар с подкреплением	В	Марочное название																																						
		Г	Свойства																																						
		Д	Качество																																						
		Е	Упаковка																																						
		Ж	Внешнее оформление																																						
		З	Основная выгода																																						
		И	Монтаж																																						
		К	Гарантия																																						

21.	Сопоставьте термин и определение:		
1	Новый продукт	А	означает рынок, на котором компания уже функционирует определенное время, имеет определенный опыт работы и репутацию. Существующий рынок — это существующие потребители — текущая целевая аудитория компании; группа людей, которая покупает товар компании на сегодняшний момент и к кому адресованы все рекламные сообщения.
2	Существующий рынок	Б	означает рынок, на котором компания уже функционирует определенное время, имеет определенный опыт работы и репутацию. Существующий рынок — это существующие потребители — текущая целевая аудитория компании; группа людей, которая покупает товар компании на сегодняшний момент и к кому адресованы все рекламные сообщения.
3	Существующий продукт	В	товар, которого еще не существует в ассортиментном портфеле компании, товар, которые планируется выпустить для привлечения новых потребителей или взамен существующего товара. Новый товар не имеет истории продаж
4	Новый рынок	Г	товар, которого еще не существует в ассортиментном портфеле компании, товар, которые планируется выпустить для привлечения новых потребителей или взамен существующего товара. Новый товар не имеет истории продаж
Ответ: 1 – В, 2 – А, 3 –Г, 4 – Б.			
Вставить пропущенное слово или число			
22.	_____ - это определенная совокупность продукции, объединенная в группы по какому-либо признаку. Ответ введите с заглавной буквы. Ответ: Ассортимент		
23.	Глубина, ширина, полнота – это все _____ ассортимента. Ответ введите с маленькой буквы, во множественном числе. Ответ: характеристики		
24.	Этапы жизненного цикла товара можно объединить в стадии: проектирования, изготовления (переработки), товарного обращения, потребления или эксплуатации, _____. Ответ введите с маленькой буквы. Ответ: утилизации		
25.	Продукт производства на стадии _____ приобретает все характеристики товара, обладающего определенной потребительской стоимостью. Ответ введите с маленькой буквы в родительном падеже. Ответ: обращения		
Решить задачи			
26.	Собрать информацию об ассортименте и ценах на продовольственные товары однородной группы отечественного и импортного производства не менее чем в трех торговых предприятиях. Решение: 1. Поиск информации в интернете в открытых источниках (официальные сайты предприятий) 2. Систематизация полученной информации (составление таблиц, графиков).		
27.	Произвести расчет показателя широты ассортимента и коэффициента широты ассортимента молока в магазине «Пятерочка». Сделать вывод. Решение: В магазине в ассортименте молока имеется 15 наименований - Значит Шд=15 В качестве базового показателя, для сравнения, были взяты данные наименований молока в магазине-конкуренте «Аппетит». Ассортимент молока в этом магазине представлен 20 наименованиями - следовательно, Шб=20. Исходя из имеющихся данных, можно рассчитать коэффициент широты ассортимента молока по формуле: $Kш = Шд / Шб * 100 \% = 15 / 20 * 100 \% = 75\%$ На основании произведённых данных можно сделать вывод: широта ассортимента молока выше в магазине «Аппетит», чем в магазине «Пятерочка». Увеличивать коэффициент широты нецелесообразно. Сверхвысокая широта ассортимента может затруднить потребителя в выборе нужного товара.		
28.	Рассчитать показатель полноты ассортимента и коэффициент полноты ассортимента молока и		

	<p>хлебобулочных изделий в магазине «Магнит». Сделать вывод.</p> <p>Решение:</p> <p>В ассортименте данного магазина представлены к продаже:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 10 наименований молока с жирностью 1,5%; • 15 наименований сдобных изделий. <p>Исходя из полученных данных, рассчитываем показатель коэффициента полноты ассортимента:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1) Молока - $K_p = \text{Пд/Пб} \times 100\% = 10/15 \times 100\% = 66,6\%$ • 2) Хлебобулочных изделий - $K_p = \text{Пд/Пб} \times 100\% = 15/23 \times 100\% = 65,2\%$ <p>Вывод: коэффициент полноты ассортимента молока и хлебобулочных изделий в магазине «Магнит» достаточно рационален и может удовлетворить потребительский спрос на данный товар.</p>
29.	<p>Рассчитать показатель и коэффициент устойчивости ассортимента мясной и рыбной продукции в магазине «Пятью пять». Сделать вывод.</p> <p>Решение:</p> <p>В ассортименте данного магазина представлены к продаже:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 9 наименований мясной продукции из 15; • 15 наименований рыбной продукции из 23. <p>Следовательно, за показатель устойчивости можно взять эти данные и рассчитать по формуле коэффициент устойчивости:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Мясной продукции $K_u = 9/15 \times 100\% = 60\%$; • Рыбной продукции $K_u = 15/23 \times 100\% = 65,2\%$; <p>Произведенные расчеты позволяют сделать вывод: коэффициент устойчивости ассортимента мясной и рыбной продукции в магазине «Пятью пять» достаточно рационален и не требует расширения.</p>
30.	<p>Рассчитать коэффициент новизны ассортимента творога (в общем перечне ассортимента 15 наименований) и сметаны (в общем перечне ассортимента 23 наименования) в магазине «Дикси». Сделать вывод.</p> <p>Решение:</p> <p>В общем перечне ассортимента количество нового товара:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Творога - 3; • сметаны - 6; <p>Это и есть показатель новизны.</p> <p>Рассчитываем коэффициент новизны:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1) Творога $K_n = \text{Н/Шд} \times 100\% = 3/15 \times 100 = 20\%$ • 2) Сметаны $K_n = \text{Н/Шд} \times 100\% = 6/23 \times 100 = 26\%$ <p>Вывод: коэффициент новизны для ассортимента молока и хлебобулочных изделий желательно увеличить за счет обновления товара в общем перечне ассортимента для более полного удовлетворения потребительского спроса на новый товар.</p>

ПК-8 владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

№ задания	Тестовое задание
	Выбрать один правильный вариант ответа
31.	<p>С учетом конъюнктуры, сложившейся на российском потребительском рынке, важное значение приобретают.</p> <p>а) управление клиентскими предпочтениями</p> <p>б) определение номенклатуры потребительских свойств и показателей качества товаров</p> <p>в) обязательная сертификация товаров</p> <p>г) рациональное управление ассортимента, товарными потоками, обеспечение качества товаров и количество на разных этапах товародвижения</p>
32.	<p>Потребительная стоимость в зависимости от характера потребления может быть.</p> <p>а) обобщенной и комплексной</p> <p>б) единичной и комплексной</p> <p>в) индивидуальной и общественной</p> <p>г) единичной и общественной</p>
33.	<p>Меновая стоимость характеризует:</p> <p>а) товар с точки зрения его обмена как вещи на другие вещи в соответствующих определенных пропорциях</p> <p>б) полезность товара, его способность удовлетворять определенные человеческие потребности</p> <p>в) стоимость сырья, средства производства</p>

34.	Совокупно-общественная потребительная стоимость удовлетворяет: а) потребности конкретного контингента людей или всего общества б) потребности определенной группы потребителей в) потребности конкретного человека
35.	Товары имеют четыре основополагающие характеристики: а) ассортиментную, качественную, количественную, стоимостную б) ассортиментную, качественную, количественную, экономическую в) ассортиментную, количественную, конкурентоспособную, экономическую
36.	Способность поставщика удовлетворять в течение определенного промежутка времени требования потребителя к качеству продукции, срокам и объемам поставок называется а) гибкость поставки б) качество поставок в) надежность поставщика г) уровень заказа
	Выбрать несколько правильных ответов
37.	Товароведение базируется на данных: а) физики б) философии в) химии г) математики д) биологии
38.	К современным проблемам товароведения относятся: а) сертификация б) идентификация в) фальсификация г) стандартизация
39.	Товароведными называют характеристики: а) ассортиментную б) качественную в) стоимостную г) количественную
40.	Товары имеют четыре основополагающие характеристики: а) ассортиментную б) экономическую в) конкурентоспособную г) качественную д) количественную е) стратегическую ж) стоимостную
41.	Общественная потребительная стоимость может быть: а) единичной б) единой в) комплексной г) множественной д) совокупно-общественной
	Сопоставить

42.	Сопоставьте товарную стратегию с ее сущностью.		
1	Удлинение товарной линии (стратегия вытягивания товарной линии вверх или вниз, стратегия наполнения товарной линии)	А	Стратегия позволяет предложить множество моделей товара, так что каждый потребитель может найти товар по своему вкусу, однако она не позволяет охватить широкий круг потребителей.
2	Расширение ассортимента (стратегия широкого ассортимента)	Б	Предприятия, нацеленные на расширение доли рынка и увеличение объема продаж применяют данную стратегию. Длина товарной линии может быть увеличена посредством выпуска новых товаров в том же ценовом диапазоне
3	Углубление товарного ассортимента (стратегия глубокого ассортимента)	В	Стратегия основывается на решении о гармоничности существующих товарных линий.
4	Увеличение степени согласованности товарных линий	Г	Стратегия может удовлетворить потребности широкого круга потребителей, но она требует больших финансовых затрат и не всегда отвечает запросам наиболее взыскательных покупателей.
Ответ: 1 – Б, 2 – Г, 3 – А, 4 – В.			
43.	Сопоставьте наименование показателя расчета с формулой расчета:		
1	материалоотдача	А	МЗ / ТП
2	темпы роста товарооборота	Б	МЗ/Сб
3	материалоемкость	В	ТП / МЗ
4	доля материальных затрат в себестоимости	Г	Пт / Пб
Ответ: 1 – В, 2 – Г, 3 – А, 4 – Б.			
44.	Соответствие взаимосвязи факторов и суммы прибыли от продаж:		
1	Объем реализации продукции	А	Повышение приводит к росту прибыли
2	Структура	Б	Снижение приводит к росту прибыли
3	Себестоимость	В	Увеличение доли рентабельных видов продукции увеличивает сумму прибыли
4	Цена реализации	Г	Рост продаж высокорентабельной продукции приведет к росту прибыли
Ответ: 1 – А, 2 - В , 3 – Б, 4 - Г			
Вставить пропущенное слово или число			
45.	Под составной частью хозяйственной и маркетинговой политики предприятия понимают _____. Ответ состоит из двух слов, введите оба с маленькой буквы.		
Ответ: товарная политика			
46.	_____ - это общее число составляющих ассортимент конкретных товаров. Ответ введите с заглавной буквы.		
Ответ: Насыщенность			
47.	Степень близости товаров различных ассортиментных групп относительно их конечного использования, требований к организации производства, каналов распределения и других показателей это - _____. Ответ введите с маленькой буквы.		
Ответ: гармоничность			
48.	Основное назначение _____ менеджмента состоит в том, чтобы предложение всех категорий в совокупности привлекало целевых покупателей. Ответ введите с маленькой буквы в родительном падеже.		
Ответ: категорийного			
49.	Под _____ стоимостью товара понимают максимальную пользу, которую товар приносит потребителю, причем эта польза может носить материальный и нематериальный характер. Ответ введите с маленькой буквы.		
Ответ: потребительной			

50.	<p>Предметом товарного менеджмента являются _____ потребительная стоимость, удовлетворяющая потребности отдельного человека и (или) семьи и характеризуемая в товароведении категорией «качества», и совокупно-общественная потребительная стоимость, призванная удовлетворять потребности социальных групп и характеризуемая обычно в товароведении категорией «ассортимента». Ответ введите с маленькой буквы.</p> <p>Ответ: единичная</p>
Выполнить ситуационное задание	
51.	<p>Изучить предпочтения потребителей в отношении выбранной группы продовольственных товаров (провести анкетирование не менее 50 чел.).</p> <p>Решение:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Провести анкетирование членов семьи, друзей, студентов других групп, преподавателей, покупателей продовольственного магазина. 2. Систематизировать полученную информацию (составить график по результатам выявленных предпочтений) 3. Сделать вывод.
52.	<p>Используя нормативно-правовую систему consultant.ru ознакомьтесь с ФЗ от 31.06.2006 г. № 44 «О потребительской корзине в целом по Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 14, ст. 1457); Федеральным законом от 8 декабря 2010 года N 332-ФЗ «О потребительской корзине в целом по Российской Федерации в 2011 - 2012 годах» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2010, N 50, ст. 6590) и Федеральным законом от 03.12.2012 N 227-ФЗ «О потребительской корзине в целом по Российской Федерации». На основании полученной информации проведите сравнительный анализ «потребительской корзины» российского потребителя за последние 10 лет. Сделайте выводы.</p> <p>Решение:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Состав продуктовой потребительской корзины не менялся с 2013 года, несмотря на то, что она должна пересматриваться раз в 5 лет, срок действия текущей корзины продлили до конца 2020 года. 2. Согласно закону и методическим указаниям из него, среднестатистический гражданин России в наибольшем количестве должны потреблять молочные продукты, хлебобулочные изделия, макаронные изделия, овощи, фрукты и мясопродукты. 3. Номинальный объем потребления в 2019 году оценивается в 116,8 млн.тонн продуктов питания, в 2012 году было 114,3 млн.тонн. 4. Молоко и молочные продукты - основная категория в структуре номинального спроса (37% в 2019 году), хлебобулочные и макаронные изделия - 14%, овощи - 14%, картофель - 12%. 5. Категория «Дети» имеет наибольшую норму потребления, потом - трудоспособное население, замыкают - пенсионеры. 6. В 2019 г. средняя стоимость минимального набора продуктов питания по РФ составляла 4,2 тыс.руб (+64% к 2012 году). 7. Даже согласно официальной статистике потребительские цены на продукты питания растут непрерывно и быстро. 8. В стоимости продуктовой корзины есть сезонность: наибольший рост наблюдается в июне, затем происходит падение и дальнейший рост начиная с октября. 9. Наибольшая за последние годы продуктовая инфляция зафиксирована в 2015 году - 17,9%. За весь 2016 год продуктовая инфляция, по официальным данным, составила менее 1%. 10. После нестабильных кризисных годов, наблюдаешь общая тенденция к снижению продуктовой инфляции, однако в 2019 году опять существенный рост. 11. Наиболее дорогой минимальный набор продуктов питания в Чукотском авт.округе (10,6 тыс. руб.), а самый дешевый - в Белгородской области (3,5 тыс. руб.). Разница более чем в 3 раза и разрыв растет. Большая страна. По федеральным округам: с большим отрывом лидирует Дальневосточный ФО, а в наиболее выгодном положении - жители Приволжского ФО. 12. Наибольший уровень продуктовой инфляции за 2012-2019 гг. отмечен в Калужской области (84%). По федеральным округам: наибольший рост - в Северо-Западном ФО (71%). 13. За 8 лет есть структурные сдвиги в структуре реального продуктового потребления, доля наиболее популярных и дорогих продуктов, таких как мясопродукты и алкоголь, начала падать в пользу более дешевых продуктов, таких как плодоовощная, молочная и кондитерская продукция. 14. Наибольшие продуктовые расходы население несет на мясопродукты (28%), алкоголь (14%) и плодоовощную продукцию (12%). Меньше всего тратится на мороженое (0,71%), муку (0,71%) и категорию "варенье, джем, повидло, мед" (0,49%). 15. За 8 лет наибольший годовой прирост доли в структуре реального продуктового потребления отмечен для мороженого (+126%) и сыра (+88%), а минимальный прирост - у "Варенье, джем, повидло, мед" (+23%) и сахара (+4%).
53.	<p>При выведении на рынок нового продукта крайне важно знать не только современную конъюнктуру рынка, но и ближайшие и долгосрочные перспективы развития рынка. Сделайте прогноз раз-</p>

вития рынка биоразлагаемой упаковки и рынка источников питания (устройства, предназначенные для обеспечения электрическим питанием других устройств) на ближайшие 20 лет. Решение задания оформите в виде эссе, включающего характеристику объекта и поэтапное изменение рынка.

Пример решения:

В отличие от обычного пластика биоразлагаемые полимеры способны полностью распадаться на углекислый газ, воду, метан, биомассу и неорганические соединения в течение нескольких месяцев под действием микроорганизмов и физических факторов в окружающей среде. Сырьем для биоразлагаемой посуды могут служить компостируемые пластики из природного сырья (крахмала, целлюлозы, лигнина) или из нефтепродуктов.

Одним из наиболее перспективных современных биопластиков является полилактид (PLA), для синтеза которого используются возобновляемые натуральные ресурсы, в основном сахарный тростник и кукуруза. По своим химическим свойствам полилактид близок к ПЭТ и полистиролу, но разлагается в течение двух месяцев при влажности воздуха 80% и температуре 55–70 °С.

Объем российского рынка биоразлагаемой посуды в 2019 году вырос относительно показателей 2018 г. на 15%. Более половины этого прироста обеспечил увеличившийся импорт, доля которого в общем объеме пока не превышает 30%. Внутреннее производство также росло, но менее значительно и в процентном, и в абсолютном значении. Экспорт биоразлагаемой посуды из России незначителен и не вносит сколько-нибудь существенного вклада в объем рынка.

Основные тенденции на рынке биоразлагаемой посуды

Дальнейший рост рынка в значительной степени будет связан с двумя основными факторами:

- пандемия коронавируса. После провала в марте — апреле 2020 г. спрос на одноразовую посуду и упаковку постепенно восстанавливается. Это связано с положительной динамикой в отрасли общественного питания и значительным ростом рынка онлайн-продаж. На начало года около 60% крупнейших кафе и ресторанов продавали еду с доставкой, в настоящее время это делают более 75% — собственными силами или через агрегаторов. Крупнейшие службы доставки кратно увеличили свою выручку: Яндекс.Еда в 2,3 раза, Delivery Club в 3 раза только за период локдауна. Соответственно, растет спрос и на упаковку, в том числе и на биоразлагаемую, на которую постепенно переходят крупные игроки рынка;
- экологические проблемы. Необходимость защиты окружающей среды от неконтролируемого роста объемов бытовых отходов постепенно осознается большинством населения. Задача раздельного сбора мусора и утилизации ТБО становится приоритетной не только для государства, но и для рядовых потребителей, которые во многих случаях включают тип упаковки продукта в число основных параметров выбора. Производители в ответ на сформировавшийся запрос стремятся показать свою социальную ответственность и стараются использовать упаковку из перерабатываемых материалов в максимально возможном объеме. По мнению игроков рынка, пока тон здесь задают лидеры: чем крупнее и известнее заведение, тем больше вероятность, что оно выберет экологичную посуду и упаковку.

Анализ и структура потребления

Около 10% всей биоразлагаемой упаковки и посуды реализуется через торговые сети, весь остальной объем потребляется предприятиями HoReCa — кафе, ресторанами, отелями, службами доставки и кейтеринга. Структура потребления формируется в зависимости от сезона: игроки рынка отмечают, что летом традиционно наблюдается рост спроса на упаковку для кейтеринга, а зимой — на формы для выпечки. При этом сезонным колебаниям подвержены не все группы продукции, например, биоразлагаемая посуда для приготовления замороженных продуктов в микроволновой печи пользуется популярностью у владельцев заведений общественного питания круглогодично.

По данным Verified Market Research, мировой рынок биоразлагаемой посуды в 2018 году оценивался в 2 754,9 млн долл. Ожидается, что к 2025 году он вырастет до 4 355,1 млн долл., т. е. более чем в 1,5 раза. Этому способствуют жесткие меры по отказу наиболее развитых стран от одноразовых пластиковых предметов.

В России пока таких темпов ожидать сложно, но аналитики также прогнозируют положительную динамику, которая будет обусловлена восстановлением отрасли общественного питания, дальнейшим усилением влияния экологических инициатив и новыми мерами государства по защите окружающей среды.

Пандемия коронавируса внесла определенные коррективы в отношении общества к одноразовой посуде и упаковке. Если раньше экологические инициативы были в основном направлены на запрет изделий из пластика, то сейчас пришло понимание, что одноразовый пластик — это наиболее удобный и безопасный вид упаковки. Следовательно, его нужно не запрещать, а правильно перерабатывать и утилизировать.

С 2015 года каждый производитель обязан за собственный счет утилизировать определенный процент упаковки, в которой выпускаются его товары. На 2021 год в части тары и упаковки из полимерных и комбинированных материалов норматив составляет 20%. Существует проект распо-

	<p>ряжения правительства, в котором предполагается его постепенное увеличение до 50% в ближайшие несколько лет. Несмотря на то, что для утилизации биоразлагаемых материалов нужны специальные условия (как уже упоминалось выше, полилактид разлагается в течение двух месяцев при влажности воздуха 80% и температуре 55–70 °С; при более низких показателях температуры и влажности компостирование может занимать до 10 лет), если планы по строительству мусороперерабатывающих заводов в России будут реализованы, рынок биоразлагаемой посуды получит дополнительные стимулы для развития.</p>
54.	<p>Изучить нормативную документацию о продаже продовольственных товаров ненадлежащего качества. Составить отчет о проделанной работе (название документа, статья, название статьи, содержание).</p> <p>Решение: КоАП РФ. Статья 14.4. Продажа товаров, выполнение работ либо оказание населению услуг ненадлежащего качества или с нарушением установленных законодательством Российской Федерации требований</p> <p>1. Продажа товаров, не соответствующих образцам по качеству, - влечёт наложение административного штрафа на граждан в размере от одной тысячи до двух тысяч рублей; на должностных лиц - от трех тысяч до десяти тысяч рублей; на лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до тридцати тысяч рублей.</p> <p>2. Повторное в течение года совершение административного правонарушения, предусмотренного частью 1 настоящей статьи, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до пяти тысяч рублей; на должностных лиц - от семи тысяч до пятнадцати тысяч рублей либо дисквалификацию на срок до одного года; на лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, - от пятнадцати тысяч до тридцати тысяч рублей с конфискацией предметов административного правонарушения либо без таковой; на юридических лиц - от тридцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей с конфискацией предметов административного правонарушения либо без таковой.</p> <p>КоАП РФ. Статья 14.43. Нарушение изготовителем, исполнителем (лицом, выполняющим функции иностранного изготовителя), продавцом требований технических регламентов</p> <p>1. Нарушение изготовителем, исполнителем (лицом, выполняющим функции иностранного изготовителя), продавцом требований технических регламентов или подлежащих применению до дня вступления в силу соответствующих технических регламентов обязательных требований к продукции либо к продукции и связанным с требованиями к продукции процессам проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации либо выпуск в обращение продукции, не соответствующей таким требованиям, за исключением случаев, предусмотренных статьями 9.4, 10.3, 10.6, 10.8, частью 2 статьи 11.21, статьями 14.37, 14.44, 14.46, 20.4 настоящего Кодекса, - влечёт наложение административного штрафа на граждан в размере от одной тысячи до двух тысяч рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, - от двадцати тысяч до тридцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до трехсот тысяч рублей</p> <p>и т.д.</p>

3.2 Собеседование (вопросы для зачета)

3.2.1 Вопросы для зачета

ОПК-2. способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений

№ задания	Формулировка вопроса
55.	Раскройте понятие «товарный менеджмент»
56.	Охарактеризуйте объекты товарного менеджмента
57.	Методы товарного менеджмента (охарактеризуйте)
58.	Понятие и классификация потребностей, факторы, влияющие на формирование потребностей, средства и способы формирования новых потребностей
59.	Раскройте понятия: потребительная стоимость, ценность, полезность

60.	Дайте характеристику разных групп потребителей
61.	Какие целевые сегменты рынка можно выделить?
62.	Как происходит прогнозирование потребностей и спроса

ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

№ задания	Формулировка вопроса
63.	Охарактеризуйте ассортимент товаров как систему и объект управления
64.	Какие виды ассортимента вы можете выделить?
65.	Какое влияние оказывают значения показателей ассортимента на результаты коммерческой деятельности предприятия?
66.	Управление ассортиментом: понятие, основные этапы, структурирование
67.	Ассортиментная политика торгового предприятия
68.	Формирование ассортимента: понятие, основные направления
69.	Охарактеризуйте факторы, влияющие на формирование ассортимента
70.	Раскройте виды нормативных и технических документов, определяющих ассортимент товаров
71.	Какие методы анализа результатов управления ассортиментом вы знаете

ПК-6 способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

№ задания	Формулировка вопроса
72.	Основные категории товарного менеджмента
73.	Этапы жизненного цикла продукции в соответствии со стандартом Международной организации по стандартизации (ISO)
74.	Экономические характеристики этапов жизненного цикла продукции
75.	Охарактеризовать номенклатуру и ассортимент товаров
76.	Принципы формирования ассортимента
77.	Показатели ассортимента
78.	Элементы ассортиментной политики предприятия
79.	Ассортиментные стратегии предприятия
80.	Потребности и их особенности
81.	Потребности на основе пирамиды Абрахама Маслоу
82.	Предпосылки для разработки и внедрения на потребительский рынок новых товаров
83.	Проанализировать факторы, влияющие на изменение величины спроса
84.	Ценовая эластичность спроса, факторы, влияющие на нее
85.	типы эластичности по цене
86.	Формирование и анализ типов потребителей
87.	Основные стратегии захвата рынка
88.	Товарная номенклатура

ПК-8 владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

№ задания	Формулировка вопроса
89.	Процесс управления товарными запасами
90.	Показатели товарного запаса предприятия
91.	Показатели товарного запаса предприятия
92.	Формирование бюджета продаж
93.	Определение потребности в материальных ресурсах
94.	Разработка плана закупок материальных ресурсов
95.	Оценка качества управления ассортиментом

96.	Достоинства и проблемы категорийного менеджмента
97.	Правила внедрения категорийного менеджмента
98.	Оценка рентабельности ассортимента и товарных категорий
99.	Сущность, цели и объекты XYZ анализа
100.	Сущность, цели и объекты ABC анализа
101.	Сущность, цели и объекты морфологического анализа
102.	Сущность, цели и объекты функционально-стоимостного анализа
103.	Причины наполнения товарной линии
104.	Управление товарными категориями
105.	Подбор внешней и внутренней информации для планирования сбыта товаров на отраслевом рынке
106.	Определение внешних и внутренних факторов для планирования сбыта товаров на отраслевом рынке
107.	Анализ и прогноз потребительского спроса на рынках продовольственных товаров
108.	Анализ и прогноз потребительского спроса на рынках непродовольственных товаров
109.	Анализ результатов деятельности предприятия и показателей текущего плана с целью планирования сбыта

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания в ходе изучения дисциплины знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, регламентируются положениями:

П ВГУИТ 2.4.03 Положение о курсовых, экзаменах и зачетах

П ВГУИТ 4.1.02 Положение о рейтинговой оценке текущей успеваемости

Для оценки знаний, умений, навыков обучающихся по дисциплине применяется рейтинговая система. Итоговая оценка по дисциплине определяется на основании определения среднеарифметического значения баллов по каждому заданию.

5. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания для каждого результата обучения по дисциплине

Результаты обучения по этапам формирования компетенций	Предмет оценки (продукт или процесс)	Показатель оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	Шкала оценивания	
				Академическая оценка или баллы	Уровень освоения компетенции
ОПК-2. способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений					
Знает	основные методы реализации организационно-управленческих решений	Результаты тестирования	Обучающимся даны правильные ответы менее чем на 59,99 % всех тестовых вопросов	Неудовлетворительно	Не освоена / недостаточный
			Обучающимся даны правильные ответы на 60-74,99% всех тестовых вопросов	Удовлетворительно	Освоена / базовый
			Обучающимся даны правильные ответы на 75-84,99% всех тестовых вопросов	Хорошо	Освоена / повышенный
			Обучающимся даны правильные ответы на 85-100% всех тестовых вопросов	Отлично	Освоена / повышенный
		Собеседование (зачет, экзамен)	Обучающийся обладает частичными и разрозненными знаниями, только некоторые из которых может связывать между собой	Неудовлетворительно	Не освоена / недостаточный
			Обучающийся обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Удовлетворительно	Освоена / базовый
			Обучающийся обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Хорошо	Освоена / повышенный
			Обучающийся обладает системным взглядом на изучаемый объект	Отлично	Освоена / повышенный
Умеет	оценить эффективность организационно-управленческих решений	Собеседование (вопросы к практическим работам)	Обучающимся даны правильные ответы менее чем на 59,99 % всех тестовых вопросов	Неудовлетворительно	Не освоена / недостаточный
			Обучающимся даны правильные ответы на 60-74,99% всех тестовых вопросов	Удовлетворительно	Освоена / базовый
			Обучающимся даны правильные ответы на 75-84,99% всех тестовых вопросов	Хорошо	Освоена / повышенный
			Обучающимся даны правильные ответы на 85-100% всех тестовых вопросов	Отлично	Освоена / повышенный
Владеет	навыками оценки эффек-	Домашнее	обучающийся не может (не умеет) записать алгоритм выполне-	Неудовлетво-	Не освоена /

	тивность организационно-управленческих решений	задание	ния работы, не может выбрать методику для проведения расчетов, не представляет результаты работы в виде аналитического отчета; не демонстрирует навыки, предусмотренные планируемыми результатами обучения	нительно	недостаточный
			запись алгоритма решения задания у обучающегося вызывает затруднения (алгоритм решения записан с ошибками), представляет результаты работы в виде аналитического отчета, в котором допускает неверное оформление; демонстрирует минимальный набор навыков, предусмотренных планируемыми результатами обучения	Удовлетворительно	Освоена / базовый
			обучающийся решает задания, используя верный алгоритм решения, при решении допускает незначительные ошибки, представляет результаты работы в виде правильно оформленного аналитического отчета; демонстрирует навыки, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Хорошо	Освоена / повышенный
			обучающийся решает задания, используя верный алгоритм решения, при решении не допускает ошибок, представляет результаты работы в виде правильно оформленного аналитического отчета; демонстрирует навыки, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Отлично	Освоена / повышенный
ПК-3. владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности					
Знает	основные подходы к разработке стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Результаты тестирования	Обучающимся даны правильные ответы менее чем на 59,99 % всех тестовых вопросов	Неудовлетворительно	Не освоена / недостаточный
			Обучающимся даны правильные ответы на 60-74,99% всех тестовых вопросов	Удовлетворительно	Освоена / базовый
			Обучающимся даны правильные ответы на 75-84,99% всех тестовых вопросов	Хорошо	Освоена / повышенный
			Обучающимся даны правильные ответы на 85-100% всех тестовых вопросов	Отлично	Освоена / повышенный
		Собеседование (зачет, экзамен)	Обучающийся обладает частичными и разрозненными знаниями, только некоторые из которых может связывать между собой	Неудовлетворительно	Не освоена / недостаточный
			Обучающийся обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Удовлетворительно	Освоена / базовый
			Обучающийся обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Хорошо	Освоена / повышенный
			Обучающийся обладает системным взглядом на изучаемый объект	Отлично	Освоена / повышенный

Умеет	анализировать стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Собеседование (вопросы к практическим работам)	Обучающимся даны правильные ответы менее чем на 59,99 % всех тестовых вопросов	Неудовлетворительно	Не освоена / недостаточный
			Обучающимся даны правильные ответы на 60-74,99% всех тестовых вопросов	Удовлетворительно	Освоена / базовый
			Обучающимся даны правильные ответы на 75-84,99% всех тестовых вопросов	Хорошо	Освоена / повышенный
			Обучающимся даны правильные ответы на 85-100% всех тестовых вопросов	Отлично	Освоена / повышенный
Владеет	навыками стратегического анализа и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Домашнее задание	обучающийся не может (не умеет) записать алгоритм выполнения работы, не может выбрать методику для проведения расчетов, не представляет результаты работы в виде аналитического отчета; не демонстрирует навыки, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Неудовлетворительно	Не освоена / недостаточный
			запись алгоритма решения задания у обучающегося вызывает затруднения (алгоритм решения записан с ошибками), представляет результаты работы в виде аналитического отчета, в котором допускает неверное оформление; демонстрирует минимальный набор навыков, предусмотренных планируемыми результатами обучения	Удовлетворительно	Освоена / базовый
			обучающийся решает задания, используя верный алгоритм решения, при решении допускает незначительные ошибки, представляет результаты работы в виде правильно оформленного аналитического отчета; демонстрирует навыки, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Хорошо	Освоена / повышенный
			обучающийся решает задания, используя верный алгоритм решения, при решении не допускает ошибок, представляет результаты работы в виде правильно оформленного аналитического отчета; демонстрирует навыки, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Отлично	Освоена / повышенный
ПК-6. способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений					
Знает	основные технологические и продуктовые инноваций	Результаты тестирования	Обучающимся даны правильные ответы менее чем на 59,99 % всех тестовых вопросов	Неудовлетворительно	Не освоена / недостаточный
			Обучающимся даны правильные ответы на 60-74,99% всех тестовых вопросов	Удовлетворительно	Освоена / базовый
			Обучающимся даны правильные ответы на 75-84,99% всех тестовых вопросов	Хорошо	Освоена / повышенный

			Обучающимся даны правильные ответы на 85-100% всех тестовых вопросов	Отлично	Освоена / повышенный
		Собеседование (зачет, экзамен)	Обучающийся обладает частичными и разрозненными знаниями, только некоторые из которых может связывать между собой	Неудовлетворительно	Не освоена / недостаточный
			Обучающийся обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Удовлетворительно	Освоена / базовый
			Обучающийся обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Хорошо	Освоена / повышенный
			Обучающийся обладает системным взглядом на изучаемый объект	Отлично	Освоена / повышенный
Умеет	участвовать в управлении программой организационных изменений	Собеседование (вопросы к практическим работам)	Обучающимся даны правильные ответы менее чем на 59,99 % всех тестовых вопросов	Неудовлетворительно	Не освоена / недостаточный
			Обучающимся даны правильные ответы на 60-74,99% всех тестовых вопросов	Удовлетворительно	Освоена / базовый
			Обучающимся даны правильные ответы на 75-84,99% всех тестовых вопросов	Хорошо	Освоена / повышенный
			Обучающимся даны правильные ответы на 85-100% всех тестовых вопросов	Отлично	Освоена / повышенный
Владеет	навыками управления проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций	Домашнее задание	обучающийся не может (не умеет) записать алгоритм выполнения работы, не может выбрать методику для проведения расчетов, не представляет результаты работы в виде аналитического отчета; не демонстрирует навыки, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Неудовлетворительно	Не освоена / недостаточный
			запись алгоритма решения задания у обучающегося вызывает затруднения (алгоритм решения записан с ошибками), представляет результаты работы в виде аналитического отчета, в котором допускает неверное оформление; демонстрирует минимальный набор навыков, предусмотренных планируемыми результатами обучения	Удовлетворительно	Освоена / базовый
			обучающийся решает задания, используя верный алгоритм решения, при решении допускает незначительные ошибки, представляет результаты работы в виде правильно оформленного аналитического отчета; демонстрирует навыки, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Хорошо	Освоена / повышенный

			обучающийся решает задания, используя верный алгоритм решения, при решении не допускает ошибок, представляет результаты работы в виде правильно оформленного аналитического отчета; демонстрирует навыки, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Отлично	Освоена / повышенный
ПК-8 владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений					
Знает	основные технологические, продуктовые инновации или организационные изменения	Результаты тестирования	Обучающимся даны правильные ответы менее чем на 59,99 % всех тестовых вопросов	Неудовлетворительно	Не освоена / недостаточный
			Обучающимся даны правильные ответы на 60-74,99% всех тестовых вопросов	Удовлетворительно	Освоена / базовый
			Обучающимся даны правильные ответы на 75-84,99% всех тестовых вопросов	Хорошо	Освоена / повышенный
			Обучающимся даны правильные ответы на 85-100% всех тестовых вопросов	Отлично	Освоена / повышенный
		Собеседование (зачет, экзамен)	Обучающийся обладает частичными и разрозненными знаниями, только некоторые из которых может связывать между собой	Неудовлетворительно	Не освоена / недостаточный
			Обучающийся обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Удовлетворительно	Освоена / базовый
			Обучающийся обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Хорошо	Освоена / повышенный
			Обучающийся обладает системным взглядом на изучаемый объект	Отлично	Освоена / повышенный
Умеет	оформлять решения в управлении операционной (производственной) деятельности организаций	Собеседование (вопросы к практическим работам)	Обучающимся даны правильные ответы менее чем на 59,99 % всех тестовых вопросов	Неудовлетворительно	Не освоена / недостаточный
			Обучающимся даны правильные ответы на 60-74,99% всех тестовых вопросов	Удовлетворительно	Освоена / базовый
			Обучающимся даны правильные ответы на 75-84,99% всех тестовых вопросов	Хорошо	Освоена / повышенный
			Обучающимся даны правильные ответы на 85-100% всех тестовых вопросов	Отлично	Освоена / повышенный
Владеет	навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологиче-	Домашнее задание	обучающийся не может (не умеет) записать алгоритм выполнения работы, не может выбрать методику для проведения расчетов, не представляет результаты работы в виде аналитического отчета; не демонстрирует навыки, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Неудовлетворительно	Не освоена / недостаточный
			запись алгоритма решения задания у обучающегося вызывает	Удовлетвори-	Освоена / ба-

	ских, продуктовых инноваций или организационных изменений		затруднения (алгоритм решения записан с ошибками), представляет результаты работы в виде аналитического отчета, в котором допускает неверное оформление; демонстрирует минимальный набор навыков, предусмотренных планируемыми результатами обучения	тельно	зовый
			обучающийся решает задания, используя верный алгоритм решения, при решении допускает незначительные ошибки, представляет результаты работы в виде правильно оформленного аналитического отчета; демонстрирует навыки, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Хорошо	Освоена / повышенный