

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Факультет Высшая школа корпоративного управления

Кафедра международная коммерция

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры
международной коммерции
Протокол от «02» сентября 2019 г.

№ 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.10.02 «ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА»

по направлению подготовки

38.03.06 «Торговое дело»

(код и наименование направления подготовки)

Международная коммерция

направленность (профиль)

Бакалавр

квалификация

очная

форма(ы) обучения

Год набора – 2020

Москва, 2019

Автор(ы)–составитель(и):

д.т.н., проф. кафедры международной коммерции _____ Николаева М.А.

Заведующий кафедрой

международной коммерции _____ Саламатов В.Ю.

(наименование кафедры)

(ученая степень и(или) ученое звание)

(Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1 Дисциплина «Товарная политика» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК - 15	Готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	ПК - 15.1	способность участвовать в выборе логистических цепей и схем в торговых организациях

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Профессиональный стандарт «Специалист в сфере закупок» утв. 08.09.2015 №606н ОТФ В - Осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд (в полном объеме) Трудовые функции: В/01.6; Составление планов и обоснование закупок	ПК -15.1	на уровне знаний: - знать основные правила выбора логистических цепей и схем в торговых организациях с целью составления планов и обоснования закупок
		на уровне умений: - уметь меть формировать критерии отбора вариантов организации логистических схем при формировании товарной политики в сфере закупок при составлении планов и обосновании закупок
		на уровне навыков: - владеть навыками выбора логистических цепей и схем при составлении планов и обоснования закупок
Менеджер ВЭД/менеджер по	ПК -15.1	на уровне знаний:

<p>экспорту и импорту</p> <p>(в соответствии с результатами форсайт-сессии. Форсайт-анализ требований к компетенциям)</p> <p>Трудовые функции:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ведение переговоров и деловой переписки с логистическими компаниями и брокерами по условиям работы и оптимизации поставок. - 	<ul style="list-style-type: none"> - знать основные правила выбора логистических цепей и схем в торговых организациях для ведения переговоров и деловой переписки с логистическими компаниями и брокерами по условиям работы и оптимизации поставок. <p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> - уметь применять правила выбора логистических цепей и схем в торговых организациях при ведении переговоров и деловой переписки с логистическими компаниями и брокерами по условиям работы и оптимизации поставок. <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владеть способностями участвовать в выборе логистических цепей и схем при ведении переговоров и деловой переписки с логистическими компаниями и брокерами по условиям работы и оптимизации поставок
--	---

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина **Б1.В.ДВ.10.02 «Товарная политика»** в соответствии с учебным планом направления подготовки «Торговое дело» изучается на 3-ем курсе в 5 семестре в качестве дисциплины по выбору. Общая трудоемкость дисциплины – 3 зачетных единицы (108 акад. час).

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области товароведения и маркетинга, а также на приобретенные ранее умения и навыки по этим дисциплинам;

Дисциплина реализуется после изучения следующих дисциплин: Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия; Теоретические основы товароведения; Маркетинг.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 36 час, в том числе:

лекции – 18,

практические занятия -18,

самостоятельная работа обучающихся - 36час.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом - экзамен

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточно й аттестации** *
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Объекты, средства и методы товарной политики	16	4		4		8	О, Кол, ПР.
Тема 2	Товарная политика	16	4		4		8	О, Д, ПЗ,Т
Тема 3	Оценка конкурентоспособности товаров	16	4		4		8	О,ПЗ
Тема 4	Методы обеспечения конкурентоспособности товаров	16	4		4		8	О, Кол,ПЗ
Тема 5	Антимаркетинг	8	2		2		4	О,ПЗ
Промежуточная аттестация		36						Экз.
Всего:		108	18		18		36	

необходимые формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), коллоквиум (Кол), диспут (Д), проектное задание (ПР), практическая работа (ПЗ), тестирование (Т)).

Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Объекты, средства и методы товарной политики

Объекты товарной политики - потребности; понятие; классификация потребностей на виды и разновидности, их характеристика, средства удовлетворения. Средства товарной политики – товары: понятие, классификация, основополагающие характеристики, уровни. Подкрепление товара: понятие, виды, их характеристика. Услуги: понятие, социально-экономическое значение, характерные признаки, классификация, требования к качеству, факторы качества. Принципы и методы: классификация, характеристик

Тема 2. Товарная политика

Товарная политика: понятие, назначение, составные элементы. Характеристика её составных элементов: ассортиментной, политики в области качества, сбытовой, ценовой, коммуникативной, технологической и конкурентной политики - цели, задачи, основные направления, обоснование их выбора и комплекса маркетинговых коммуникаций, возможные риски и меры по их предупреждению

Тема 3. Оценка конкурентоспособности товаров

Основные понятия: конкуренция, конкурентоспособность товаров, конкурентные преимущества. Виды конкуренции и оценка состояния конкурентной среды. Виды товаров-конкурентов. Прогнозируемая и реальная конкурентоспособность.

Критерии конкурентоспособности товаров. Оценка конкурентоспособности товаров.

Тема 4. Методы обеспечения конкурентоспособности товаров

Обеспечение конкурентоспособности: понятие.

Потребительские предпочтения: понятие, их роль в обеспечении конкурентоспособности товаров. Факторы формирования потребительских предпочтений: психологические, информационные, сбытовые, экономические, их краткая характеристика.

Методы обеспечения конкурентоспособности, их деление на группы: товароведно-технологические и маркетинговые и подгруппы, краткая характеристика. Методические основы разработки проектов в области товарной политики организации.

Тема 5. Антимаркетинг

Антимаркетинг: понятие, виды и формы. Краткая характеристика информационного, экономического и потребительского антимаркетинга. Правовые, социальные и экономические последствия антимаркетинга.

Перечень практических занятий:

- 1.Выявление потребностей внешних и внутренних потребителей организации (на примере конкретной организации).
- 2.Разработка товарной политики организации (на примере той же организации).
- 3.Оценка конкурентоспособности продукции (или услуг) организации.
- 4.Установление эффективных методов обеспечения конкурентоспособности организации.
- 5.Антимаркетинг организации: выявление и последствия.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

- 4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины...используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1.	Опрос, коллоквиум, проект
Тема 2.	Опрос, диспут, практическая работа, тестирование
Тема 3.	Опрос, коллоквиум, практическая работа
Тема 4.	Опрос, коллоквиум., практическая работа
Тема 5.	Опрос, практическая работа

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме: устного экзамена

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Тесты для текущего контроля

1.Потребности – это...

2. Сопоставьте виды и разновидности потребностей по назначению.

Какие из них влияют на качество торгового обслуживания?

2.1. физиологические а) органолептические

2.2 психологические б) энергетические

2.3. духовные в) пластические

г) эстетические

д) потребность в любви

3. Сопоставьте виды и разновидности потребностей по назначению

3.1. социально- экономические а) информационные

3.2. интеллектуальные б) трудовые

в) финансовые

г) образовательные

Какие из указанных потребностей имеют наибольшую значимость при осуществлении Внешнеторговых организаций?

4. Какие разновидности физиологических потребностей удовлетворяют: а) вода и б) кондитерские изделия?

4.1 энергетические;

4.2. пластические;

4.3. потребность в воде;

4.4. эволюционные потребности;

4.5. потребность в поддержании постоянства температуры

5. Какие разновидности психических потребностей удовлетворяют пищевые продукты?

- 5.1. Экономические;
- 5.2. Органолептические;
- 5.3. Развлекательные;
- 5.4. Эстетические;
- 5.5. Физиологические

6. Какие разновидности интеллектуальных потребностей удовлетворяют образовательные услуги?

- 6.1. Экономические;
- 6.2. Информационные;
- 6.3. Образовательные;
- 6.4. Научные

Какие из указанных потребностей имеют наибольшую значимость при осуществлении внешнеторговых организаций?

7. Цели ассортиментной политики ...

8. Товарная политика - это ...

9. Какие из перечисленных составных элементов относятся к товарной политике?

Какие из указанных элементов имеют наибольшую значимость: а) при экспорте товаров; б) при импорте; в) для обеспечения необходимого уровня качества обслуживания?

- 9.1. Сервисная;
- 9.2. Политика в области качества;
- 9.3. Закупочная;
- 9.4. Сбытовая;

10. Какие из перечисленных критериев применяются при оценке конкурентоспособности товаров?

- а) качества;
- б) групповая ассортиментная принадлежность;
- в) марочная ассортиментная принадлежность;
- г) цена;
- д) потребление

11. Конкуренция – это ...

12. Конкурентоспособность - ...

13. Конкурентные преимущества - ...

Приведите пример конкурентных преимуществ отечественных товаров по сравнению с импортными товарами- аналогами.

14. Критериями отнесения товаров к конкурентам являются:

14.1. Товары одной группы;

14.2. Товары одного вида;

14.3. Товары, отличающиеся взаимозаменяемостью;

14.4. Товары, реализуемые на одном сегменте рынка

Могут ли быть конкурентами экспортные и импортные товары одного вида?

15. Какие из перечисленных критериев применяются при оценке конкурентоспособности товаров?

15.1. Качество и цена;

15.2. Ассортиментная принадлежность;

15.3. Торговая марка;

15.4. Сервисное подкрепление;

15.5. Информационное подкрепление

Какие из этих критериев наиболее значимы для качества торгового обслуживания?

16. К какому виду подкрепления относится качество торгового обслуживания?

17. Обеспечение конкурентоспособности – это ...

18. Укажите наиболее значимые для коммерсантов факторы формирования потребительских предпочтений?

18.1. Психологические;

18.2. Информационные;

18.3. Сбытовые;

18.4. Экономические;

18.5. Все перечисленные

19. Выявите товароведно-технологические методы обеспечения конкурентоспособности товаров.

19.1. Информационный;

19.2. Управление ассортиментом;

19.3. Органолептическая оценка;

19.4. Организационный;

19.5. Аналитический

20. Выявите маркетинговые методы обеспечения конкурентоспособности товаров.

К какому методу обеспечения конкурентоспособности товаров относится качество торгового обслуживания?

- 20.1. Информационный;
- 20.2. Управление ассортиментом;
- 20.3. Органолептическая оценка;
- 20.4. Организационный;
- 20.5. Аналитический

21. Укажите информационные методы обеспечения конкурентоспособности товаров

- 21.1. Формирование ассортимента;
- 21.2. Консультации персонала;
- 21.3. Презентация товаров;
- 21.4. Упаковка и маркировка

22. Сопоставьте группы и подгруппы, факторы формирования потребительских предпочтений

- | | |
|---------------------|--------------------------------|
| 22.1. Сбытовые; | а) предоставление скидок; |
| 22.2. Экономические | б) выкладка товаров; |
| | в) формирование ассортимента; |
| | г) предоставление выгод; |
| | д) послепродажная деятельность |

23. К каким видам товаров- конкурентов можно отнести: а) кулинарную продукцию, приготовленную в ресторане; и б) аналогичного назначения продукцию, произведенную на предприятии пищевой промышленности?

- 23.1. Межродовым;
- 23.2. Межгрупповым;
- 23.3. Внутригрупповым;
- 23.4. Внутривидовым;
- 23.5. Межфирменным

24. Назовите документы, регулирующие конкурентную среду организаций.

25. Перечислите виды антимакетинга.

Примеры ситуационных задач для практической работы:

Ситуационная задача 1.

Завод железобетонных изделий выпускает строительные материалы и комплектующие изделия, используемые для строительства жилых домов, а также осуществляет их доставку на стройплощадки организаций- заказчиков.

Задание: Какие основные и дополнительные потребности заказчиков и конечных потребителей- владельцев жилья удовлетворяет это предприятие? Какие средства удовлетворения этих потребностей применяет организация?

Ситуационная задача 2.

Ресторан «Метрополь» класса люкс оказывает услугу питания в зале, на заказ в номера, а также услуги по организации досуга (музыкальное сопровождение, бильярд, газеты, журналы и т.п.), организации банкетов, фуршетов и других форм обслуживания, в том числе с выездом к заказчику.

Ситуационная задача 3.

Какие основные и дополнительные потребности удовлетворяют ресторан и какие средства при этом наиболее эффективны?

Ваши предложения по расширению перечня услуг и удовлетворяемых или новых потребностей?

Ситуационная задача. 4

Предприятие общественного питания быстрого обслуживания «Макдональдс» предоставляет услугу питания с потреблением кулинарной продукции в торговом зале и вне его. Обслуживающий персонал проходит обучение на рабочем месте. В течении рабочего дня работники имеют право 1 раз пообедать и отдохнуть 30 мин.

Ситуационная задача 5

Какие основные и дополнительные потребности посетителей, поставщиков и обслуживающего персонала удовлетворяет предприятие? Укажите средства их удовлетворения.

Ситуационная задача 6.

Образовательное учреждение РАНХиГС осуществляет подготовку специалистов с высшим профессиональным образованием, а также послевузовское образование (аспирантура). Для выполнения образовательной деятельности в Академии есть библиотека, компьютерные классы, множительная техника, средства связи, предназначенные для студентов. В Академии есть буфет, проводятся спортивные соревнования, туристические поездки, КВН, вечера отдыха.

Задание: Какие основные и дополнительные потребности студентов, профессорско-преподавательского состава и другого персонала удовлетворяет РАНХиГС? Укажите средства их удовлетворения.

Примеры ситуационных задач для практического задания

Ситуационная задача 7.

Государственная Третьяковская картинная галерея имеет постоянную и периодически обновляемые выставки картин, проводит лекции о живописи, осуществляет экспертизу и реставрацию картин. Посетители музея могут сдать на хранение свои вещи, воспользоваться услугами буфета, туалета, приобрести книги, альбомы, видеофильмы и кассеты по искусству.

Ситуационная задача 8.

Какие виды основных и дополнительных потребностей удовлетворяет Третьяковская галерея? Какие средства их удовлетворения используются этим учреждением? Посетите

галерею и выявите и/или порекомендуйте новые виды услуг и потребностей, которые они могут удовлетворять.

Ситуационная задача 9.

Спортивный клуб «Атлет» оказывает услуги по предоставлению спортивных залов, площадок, инвентаря. В клубе есть медицинский кабинет, кафе, сауна, раздевалка, душевая, камера для хранения ценных вещей, охраняемая автостоянка. Опытные тренеры оказывают помощь на тренировках, консультируют по вопросам спортивных занятий.

Ситуационная задача 4.

Укажите, какие основные и дополнительные потребности посетителей и персонала клуба удовлетворяют услуги спортивного клуба? Какие средства удовлетворения используются?

Пример задания для выполнения проектного задания:

Определите конкурентоспособность твердых сыров Эдам и Голландский. При проведении выставки- дегустации потребители оценивали органолептические показатели в баллах по представленной им шкале балльной оценки.

В дегустации приняли участие 300 чел. Результаты усредненной балльной оценки по органолептическим показателям, их коэффициенты весомости и цены представлены в таблице 1.

Таблица 1. Результаты балльной оценки качества и цены сыров.

Показатели	Коэффициенты весомости	Наименование сыров	
		Эдам	Голландский
Вкус и запах, балл	0,45	44	40
Рисунок, балл	0,1	9	6
Цвет теста, балл	0,05	5	3
Упаковка и маркировка, балл	0,05	5	4
Внешний вид, балл	0,1	10	8
Консистенция, балл	0,25	24	20
Суммарная балльная оценка	0,5	Расчетные данные	
Ранг ассортиментной принадлежности	0,2	2	1
Цена, руб/кг	0,2	250	230
Интегральный индекс конкурентоспособности	-	Расчетные данные	

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК - 15	Готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	ПК - 15.1	способность участвовать в выборе логистических цепей и схем в торговых организациях

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-15.1 способность участвовать в выборе логистических цепей и схем в торговых организациях	Осуществляет соотнесение стратегии организации, стратегии маркетинга, стратегии продвижения, целей, задач и инструментов выбора логистических цепей и схем в торговых организациях Разрабатывает и планирует процесс реализации выбранного инструмента продвижения Соотносит элементы стратегии продвижения с инструментами систематизации данных для разработки и реализации стратегии продвижения как части общей стратегии предприятия (карта ресурсов, план-программа продвижения, бюджет) Формирует логистическую цепь и устанавливает долгосрочные партнерские отношения со всеми участниками логистической цепи	Самостоятельно осуществляет соотнесение стратегии организации, стратегии маркетинга, стратегии продвижения, целей, задач и инструментов выбора логистических цепей и схем в торговых организациях Самостоятельно разрабатывает и планирует процесс реализации выбранного инструмента продвижения Грамотно соотносит элементы стратегии продвижения с инструментами систематизации данных для разработки и реализации стратегии продвижения как части общей стратегии предприятия (карта ресурсов, план-программа продвижения, бюджет) Самостоятельно формирует логистическую цепь и устанавливает долгосрочные партнерские отношения со всеми участниками логистической цепи

4.3.2. Типовые оценочные средства.

Вопросы для промежуточной аттестации.

1. Объекты товарной политики: понятие, общая классификация по субъектам, степени значимости, удовлетворенности и осознанности.
2. Классификация потребностей по назначению.
3. Физиологические потребности: понятие, разновидности, их характеристика, средства удовлетворения.
4. Духовные потребности: понятие, разновидности, их характеристика, средства их удовлетворения.
5. Интеллектуальные и социально-экономические потребности: понятие, разновидности, их характеристика, средства их удовлетворения. Какие из них влияют на качество торгового обслуживания?
6. Психические потребности: понятие, разновидности, их характеристика, средства их удовлетворения.
7. Товарная политика: понятие, назначение, основные принципы, составные элементы.
8. Ассортиментная политика: понятие, цели, основные направления, обоснования их выбора, возможные риски, рекомендуемые меры по их предупреждению. Проанализируйте ассортиментную политику Вашей организации.
9. Политика в области качества: понятие, цели, основные направления, обоснования их выбора, возможные риски, рекомендуемые меры по их предупреждению. Проанализируйте политику в области качества Вашей организации и внешнеторговой организации.
10. Сбытовая политика: понятие, понятие, цели, основные направления, обоснования их выбора, возможные риски, рекомендуемые меры по их предупреждению. Проанализируйте сбытовую политику Вашей организации. Чем отличается сбытовая политика организаций, осуществляющих закупку для государственных, муниципальных или корпоративных нужд?
11. Ценовая политика: понятие, цели, основные направления, обоснования их выбора, возможные риски, рекомендуемые меры по их предупреждению.
Проанализируйте ценовую политику Вашей организации и внешнеторговой организации.
12. Коммуникативная политика: понятие, цели, основные направления, обоснования их выбора, возможные риски, рекомендуемые меры по их предупреждению. Проанализируйте коммуникативную политику Вашей организации и организации, реализующей импортные товары.

13. Технологическая политика: понятие, цели, основные направления, обоснования их выбора, возможные риски, рекомендуемые меры по их предупреждению. Проанализируйте технологическую политику Вашей организации. Как влияет технологическая политика на обеспечение необходимого уровня качества торгового обслуживания?
14. Конкурентная политика: понятие, цели, основные направления, обоснования их выбора, возможные риски, рекомендуемые меры по их предупреждению. Проанализируйте конкурентную политику Вашей организации.
15. Услуги: понятие, характерные признаки услуг.
16. Услуги: понятие, их социально-экономическое значение.
17. Услуги: понятие, требования к качеству.
18. Конкурентоспособность товаров: основные понятия, назначение, признаки товаров-конкурентов.
19. Виды конкуренции и оценка состояния конкурентной среды. Классификация товаров-конкурентов.
20. Критерии конкурентоспособности и ее оценка.
21. Факторы, влияющие на качество услуг, в том числе на качество торгового обслуживания.
22. Потребительские предпочтения: понятие, их роль в обеспечении конкурентоспособности товаров. Как влияет на потребительские предпочтения качество торгового обслуживания?
23. Факторы формирования потребительских предпочтений.
24. Методы обеспечения конкурентоспособности товаров, их характеристика. Какие методы обеспечения конкурентоспособности применяются в Вашей организации.
25. Антимаркетинг: понятие, виды и формы.
26. Краткая характеристика разных видов антимаркетинга. Приведите примеры антимаркетинга из Вашей практики. Какие виды антимаркетинга наиболее часто встречаются при импорте товаров?
27. Правовые, социальные и экономические последствия антимаркетинга.
28. Средства товарной политики: понятие, классификация.
29. Укажите, какие виды и разновидности потребностей удовлетворяют услуги общественного питания.
30. Какие виды и разновидности потребностей удовлетворяют одежда и обувь?
31. Какие виды и разновидности потребностей удовлетворяют услуги железнодорожного и воздушного транспорта?
32. Уровни товаров. Подкрепление товаров: понятие, виды, их характеристика.

33. Дайте обоснование целесообразности выбора таких направлений ассортиментной политики как расширение и совершенствования ассортимента.
34. Обоснуйте целесообразность таких направлений политики в области качества как постоянное улучшение качества и стабилизация качества.
35. Обоснуйте целесообразность повышения цен и снижения цен как направлений ценовой политики.
36. Обоснуйте целесообразность интенсификации сбыта и колебаний сбыта как направлений сбытовой политики.
37. Обоснуйте целесообразность модернизацию технологии производства как одного из направлений технологической политики организации.
38. Методы товарной политики.
39. Дайте обоснование целесообразности выбора интенсификации или стабилизации маркетинговых мероприятий как одного из направлений коммуникативной политики.
40. Принципы товарной политики.
41. Укажите основные направления ценовой политики и дайте обоснование целесообразности их выбора.
42. Выявите общность и различия между товарами – конкурентами Вашей организации.
43. Укажите характерные признаки товаров – конкурентов, свидетельствующие о наличии у них конкурентных отношений.
44. Дайте определение понятий «предполагаемая» и «реальная конкурентоспособность товаров». По каким показателям и кто оценивает указанные виды конкурентоспособности.
45. Рассчитайте конкурентоспособность сыров «Российский» и «Эдам», если их суммарные балльные оценки и цены составляют:

	Качество по сумме баллов	Цена, руб./кг.
Российский	85	200
Эдам	90	250

Оцените ранг указанных марок по 10- балльной системе (с учетом Вашего потребительского мнения).

46.Рассчитайте конкурентоспособность двух торговых марок сливочного масла по следующим данным.

	Общая балльная оценка	Цена руб./ кг.
Вологодское	92	230
Доярушка	87	200

47. Какие факторы влияют на потребительские предпочтения пищевых продуктов и одежно - обувных товаров.

48.Какие факторы обеспечения потребительских предпочтений наиболее характерны для туристических и медицинских услуг.

49.Выберите наиболее приемлемые методы обеспечения конкурентоспособности жилищно - коммунальных и охранных услуг.

50.Выберите наиболее целесообразные методы обеспечения конкурентоспособности услуг общественного питания.

51.Выберите наиболее рациональные методы обеспечения конкурентоспособности образовательных услуг.

. Для оценки сформированности компетенций: ПК - 15.1 используются следующие шкалы.

Шкала 1. Оценка сформированности отдельных элементов компетенций

Обозначения		Формулировка требований		
Цифр	Оценка	к степени сформированности компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
1	Неудовлетворительно	Отсутствие знаний	Отсутствие умений	Отсутствие навыков
2	Неудовлетворительно	Фрагментарные знания	Частично освоенное умение	Фрагментарное применение
3	Удовлетворительно	Общие, но не структурированные знания	В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение	В целом успешное, но не систематическое применение
4	Хорошо	Сформированные	В целом	В целом

		, но содержащие отдельные пробелы знания	успешное, но содержащие отдельные пробелы умение	успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков
5	Отлично	Сформированные систематические знания	Сформированное умение	Успешное и систематическое применение навыков

Шкала 2. Комплексная оценка сформированности знаний, умений и владений

Обозначения		Формулировка требований к степени сформированности компетенции
Цифр	Оценка	
1	Неудовлетворительн о	Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале
2	Удовлетворительно или неудовлетворительно <i>(по усмотрению преподавателя)</i>	Знает на уровне ориентирования или на репродуктивном уровне, представлений. Субъект обучения знает основные признаки или термины изучаемого элемента содержания, их отнесенность к определенной науке, отрасли или объектам, узнает их в текстах, изображениях или схемах и знает, к каким источникам нужно обращаться для более детального его усвоения. Субъект обучения знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях
4	Хорошо	Знать, уметь, владеть на аналитическом уровне. Зная на репродуктивном уровне, указывать на особенности и взаимосвязи изученных объектов, на их достоинства, ограничения, историю и перспективы развития и особенности для разных объектов усвоения
5	Отлично	Знать, уметь, владеть на системном уровне. Субъект учения знает изученный элемент

		<p>содержания системно, произвольно и доказательно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях, учитывая и указывая связи и зависимости между этим элементом и другими элементами содержания учебной дисциплины, его значимость в содержании учебной дисциплины</p>
--	--	--

4.4. Методические материалы

Процедуры и средства оценивания элементов компетенций по дисциплине «Товарная политика»

Процедура проведения	Средство оценивания				
	Текущий контроль				Промежуточный контроль
	Выполнение устных заданий	Выполнение письменных заданий	Выполнение практических расчетных заданий	Участие в диспутах	Экзамен
Продолжительность контроля	По усмотрению преподавателя	По усмотрению преподавателя	По усмотрению преподавателя	По усмотрению преподавателя	В соответствии с принятыми нормами времени
Форма проведения контроля	Устный опрос	Письменный опрос	Письменный опрос	Устная форма	В письменной форме
Вид проверочного задания	Устные вопросы	Письменные задания	Расчетные задания	Устные вопросы	экзамен
Форма отчета	Устные ответы	Ответы в письменной форме	Ответы в письменной форме	Устные ответы	Ответы в письменной форме на практическую часть билета
Раздаточный	Нет	Справоч	Справочная	Справочная	Справочная

материал		ная литература	литература	литература	литература
----------	--	-------------------	------------	------------	------------

Вопросы для самоподготовки к практическим занятиям и коллоквиумам

1. Общая классификация потребностей по назначению.
2. Конкурентоспособность товаров: понятия и критерии их оценки.
3. Разработайте ассортиментную политику организации, в которой Вы работаете, или спроектированной организации.
4. Физиологические потребности: понятие, разновидности, их характеристики.
5. Услуги: понятие, их социально - экономическое значение. Укажите какие услуги оказывает Ваша организация и/или испытывает в них потребность.
6. Разработайте политику в области качества Вашей или вновь создаваемой Вами организации.
7. Психические потребности: понятие, разновидности, их характеристика.
8. Методы обеспечения конкурентоспособности товаров. Приведите примеры из практики работы Вашей организации. К каким методам относится обеспечение необходимого уровня качества торгового обслуживания?
9. Разработайте сбытовую политику Вашей или вновь создаваемой внешнеторговой организации. Укажите особенности сбытовой политики, осуществляющей закупку товаров для государственных и муниципальных нужд?
10. Духовные потребности: понятие, разновидности, их характеристика.
11. Конкурентная политика: понятие, составные элементы, обоснования выбора основных направлений, риски. Особенности конкурентной политики внешнеторговой организации.
12. Разработайте ценовую политику Вашей или вновь создаваемой внешнеторговой организации. Как влияет на ценовую политику торговой организации повышение уровня качества обслуживания?
13. Социально- экономические потребности: понятие, разновидности, их характеристика
Какие разновидности этих потребностей удовлетворяет высокий уровень качества торгового обслуживания?
14. Технологическая политика: понятие, цели, задачи, основные направления, их обоснование. Приведите примеры этой политики в Вашей организации. Выявите

взаимосвязь направлений технологической политики с уровнем качества торгового обслуживания.

15.Разработайте коммуникативную политику Вашей или вновь создаваемой организации.

16.Интеллектуальные потребности: понятие, разновидности, их характеристика.

17.Сбытовая политика: понятие, цели, задачи, основные направления, их обоснования, возможные риски. Приведите примеры этой политики в Вашей организации.

18.Приведите примеры антимаркетинга из СМИ или с которыми Вы столкнулись на практике, в жизни. Укажите к какому виду антимаркетинга их можно отнести.

19.Товарная политика организаций: понятие, назначение разработки, составные элемент. Разработана ли товарная политика в Вашей организации и нужна ли она ей. Положительный и отрицательный ответ аргументируйте.

20.Коммуникативная политика: понятие, цели, задачи, основные направления, их обоснование, возможные риски. Приведите примеры этой политики в Вашей организации.

21. Приведите примеры антимаркетинга из СМИ или с которыми Вы столкнулись на практике, в жизни. Укажите к какому виду антимаркетинга их можно отнести.

22.Ассортиментная политика организаций: понятие, цели, задачи, основные направления, основание для их выбора, возможные риски.

23.Физиологические потребности: понятие, сущность, разновидности средств удовлетворения.

24.Сбытовая политика внешнеторговой организации: понятие, цели, задачи, основные направления и обоснование их выбора, возможные риски, меры их предупреждения.

25.Конкуренция, конкурентные преимущества, товары- конкуренты: понятие, виды, их краткая характеристика. Могут ли быть конкурентами экспортные и импортные товары? Ответ аргументируйте.

26.Ценовая политика: понятие, цели, задачи и основные направления, обоснование их выбора. Особенности ценовой политики внешнеторговых организаций.

27.Оценка конкурентоспособности товаров: понятие, критерии и показатели оценки.

28.Коммуникативная политика: понятие, цели, задачи, основные направления, обоснование выбора. Особенности коммуникативной политики внешнеторговых организаций.

29.Конкурентная среда организации: понятие, оценка ее состояния. Особенности конкурентной среды внешнеторговых организаций.

- 30.Ассортиментная политика организации: понятие, составные элементы, цели, задачи и основные направления, обоснование их выбора, возможные риски и меры по их предупреждению.
- 32.Методы обеспечения конкурентоспособности товаров: основные понятия, классификация, краткая характеристика. Особенности методов обеспечения конкурентоспособности товаров внешнеторговых организаций.
33. Антимаркетинг: понятие, отличие от маркетинга, виды, подвиды, их характеристика, последствия. Наиболее распространенные разновидности антимаркетинга импортных товаров, реализуемых в России.
34. Товароведно - технологические методы обеспечения конкурентоспособности товаров, их краткая характеристика.
35. Политика в области качества : понятие, составные элементы, их характеристика, основные направления, обоснование их выбора, возможные риски, меры предупреждения.
36. Маркетинговые методы обеспечения конкурентоспособности товаров, их краткая характеристика.
37. Характерные признаки услуг, их обоснование. Какие услуги необходимы Вам в профессиональной деятельности.
- 38.Качество торгового обслуживания: понятие, назначение, факторы обеспечения.
- 39.Консультирование в сфере закупок для государственных и муниципальных нужд: назначение, удовлетворяемые потребности, вид подкрепления товаров.
- 40.Экспортно-импортные товары: понятие, назначение, удовлетворяемые потребности (на примере конкретных товаров).

Критерии оценки результатов тестирования:

90-100% правильных ответов – 35 – 40 баллов

75-89% правильных ответов – 21- 34 баллов

60-74% правильных ответов –10 – 20 баллов

менее 60% правильных ответов – менее 10 баллов.)

Критерии оценки результатов текущего контроля успеваемости (в сумме максимум 60 баллов):

Критерии оценки работ, выполняемых на практических занятиях – максимальная оценка за каждое задание или доклад – 10 баллов.

1. Процент лекций и семинарских занятий, посещенных студентом (бонус за посещаемость более 90% - 5 баллов).
2. Работа на семинарском занятии (участие в обсуждении вопросов рассматриваемой темы) - 1 балл за полностью раскрытый вопрос.
3. Выступление с докладом – 5 баллов

Баллы по текущей работе доводятся до обучающихся в начале изучения дисциплины.

Требования к выполнению доклада

Доклад выполняется по одной из предложенных тем в соответствии со структурой учебной дисциплины. Оформление доклада должно соответствовать требованиям, утвержденным кафедрой

Критерии оценки самостоятельной работы студентов

Параметр	Оценка (по 5 шкале)
Студент ответил на вопрос, проявил знание, умения и владения на системном уровне, допустил при этом не более 1 ошибки в ответе (85% и более) .	5 баллов
Студент ответил на вопрос, проявил знание, умения и владения на аналитическом уровне, допустил при этом более 1, но менее 3 ошибок (75-85%) .	4 балла
Студент не ответил на вопрос полностью или допустил 3-4 ошибки (65%-75%), проявил знание, умения и владения на репродуктивном уровне,.	3 балла
Студент практически не ответил на вопрос, проявил знание, умения и владения на ориентировочном уровне (допустил более 5 ошибок (менее 65%).	2 балла

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении данной дисциплины необходимо освоить теоретический материал по учебнику «Товарная политика» и по конспекту лекций. Следует иметь в виду, что контактные

часы (лекции) не охватывают всего содержания учебной дисциплины, предусмотренной настоящей программой. Поэтому работа с учебником обязательна. По согласованию с преподавателем отдельные или все темы можно сдавать в течение семестра, что позволит обеспечить равномерную и непрерывную самостоятельную работу студента по изучению дисциплины.

Кроме основной, студент может использовать дополнительную литературу для написания эссе, докладов, а также выполнения проектной деятельности.

Наряду с теоретическим курсом студент должен выполнить пять практических работ с использованием проектного метода. Цель этих работ – формирование необходимых профессиональных компетенций.

Перечень практических занятий:

Выявление потребностей внешних и внутренних потребителей организации (на примере конкретной организации).

Разработка товарной политики организации (на примере той же организации).

Оценка конкурентоспособности продукции (или услуг) организации.

Установление эффективных методов обеспечения конкурентоспособности организации.

Антимаркетинг организации: выявление и последствия.

Для осуществления текущего контроля рекомендуется использовать тесты, приведенные в п.4. Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации приведены там же

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1.Основная литература

1. Николаева М.А. Товарная политика: учебник для вузов. – М.: «НОРМА:ИНФРА – М», 2016.
2. Ласковец С.В. Товарная политика компании [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ласковец С.В.- Электрон. текстовые данные.- М.: Евразийский открытый институт, 2011.- 88 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10901>.- ЭБС «IPRbooks»
3. Захарова Ю.А. Стратегии продвижения товаров. 2-е изд. [Электронный ресурс]/ Захарова Ю.А.- Электрон. текстовые данные.- М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.- 158 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5984>.- ЭБС «IPRbooks».

6.2.Дополнительная литература

1. Джеффри Оуэн Кац Энциклопедия торговых стратегий [Электронный ресурс]/ Джеффри Оуэн Кац, Донна Л. Маккормик- Электрон. текстовые данные.- М.: Альпина Паблишер, 2016.- 394 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41529>.- ЭБС «IPRbooks»
2. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров. – М.: Юрайт,2015.

6.3.Нормативное обеспечение

1. Закон РФ от 7 февраля 1992г. №2300-1 «О защите прав потребителей»
2. Гражданский кодекс РФ (части 1, 2 и 4)
3. Федеральный закон от 26 июля 2006 г. 3 135 – ФЗ «О защите конкуренции»
4. Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»
5. ФГОС ВО по направлению «Торговое дело»

6.4.Интернет-ресурсы

www.adwertology.ru	www.e-xecutive.ru/workshop
www.marketing.ru	www.tacisinfaru.ru/case
www.rectech.ru	www.sostav.ru
www.4p.ru	www.marketingandresearch.ru
www.pcweek.ru	www.cfin.ru/marketing/bain_size.pdf
www.cfin.ru	www.dis.ru/im/marketing
www.marketing.spb.ru	www.cfin.ru/marketing/bain_optimize.pdf

6.5. Журналы

Маркетинг

Маркетинг в России и за рубежом

Внешнеэкономический вестник

Торгово-экономический журнал

Товаровед продовольственных товаров

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной

аттестации, для самостоятельной работы: читальные залы библиотеки.

Программное обеспечение: MS Office Professional Plus 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.