

Учреждение образования "Белорусский государственный экономический университет"

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования  
"Белорусский государственный  
экономический университет"

В.Н. Шимов

"*20*" *сентября* 2011 г.  
Регистрационный № УД 450-111 баз.

## **ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ В ОБЩЕСТВЕННОМ ВОСПРОИЗВОДСТВЕ**

Учебная программа для магистрантов  
по специальности

1—25 80 06 "Технология и товароведение пищевых продуктов, продуктов функционального и специализированного назначения и общественного питания"

**СОСТАВИТЕЛЬ:** *Локтев А.В.*, доцент кафедры товароведения продовольственных товаров Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат технических наук, доцент.

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*Ветохин С.С.*, заведующий кафедры физико-химических методов сертификации продукции Учреждения образования «Белорусский государственный технологический университет», кандидат физико-математических наук, доцент.

*Микулович Л.С.*, доцент кафедры товароведения продовольственных товаров Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат сельскохозяйственных наук, доцент.

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой товароведения продовольственных товаров Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
( протокол № от «10» 21.06. 2011 г.)

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
( протокол № от «7» 22.06. 2011 г.)

Ответственный за выпуск: Локтев А.В.

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Целью изучения дисциплины «Формирование ассортимента товаров общественном воспроизводстве» является получение магистрантам теоретических и практических знаний в области исследования формирования и управления ассортиментом производственной и торговой фирмы на современном рынке.

В задачи дисциплины входит:

- изучение подходов к понятию ассортимент с товароведной, экономической и социально – экономической точки зрения;
- изучение теоретических основ классификации ассортимента по различным признакам и критериям;
- оценка современного состояния продовольственного рынка по различным параметрам и в первую очередь по насыщенности товарами и адекватности их ассортимента ожиданиям потребителей;
- изучение различных подходов и методов формирования ассортимента производственной и торговой фирмы;
- получение практических навыков анализа ассортимента современными методами;
- получение теоретических и практических знаний в области категорийного менеджмента;
- изучение направлений, связанных с формированием конкурентной модели ассортиментной стратегии;
- получение навыков комплексного анализа ассортимента с оптимизацией его структуры как в целом, так по отдельным товарным категориям.

Всего часов по дисциплине — 38, из них аудиторных — 20 часов, в том числе лекции — 10 часов, практические занятия — 10 часов.

Форма контроля — зачет (3 семестр).

**ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ  
«ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ В  
ОБЩЕСТВЕННОМ ВОПРОИЗВОДСТВЕ»**

<b>№ пп</b>	<b>Наименование темы</b>	<b>Общее коли- чество часов</b>	<b>Лекции, час</b>	<b>Практи- ческие занятия, час</b>
<b>1</b>	<b>Предмет, задачи и содержание дисциплины</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>-</b>
<b>2</b>	<b>Современное понятие и классификация ассортимента</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>-</b>
<b>3</b>	<b>Формирование ассортимента товаров</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>4</b>	<b>Методы анализа ассортимента товаров</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
<b>5</b>	<b>Формирование ассортиментной стратегии и оптимизация ассортимента</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>ИТОГО</b>		<b>20</b>	<b>10</b>	<b>10</b>

## **СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

### **Тема 1. Предмет, задачи и содержание дисциплины**

Предмет, цели и задачи дисциплины "Формирование ассортимента товаров в общественном воспроизводстве".

Структура дисциплины.

Роль и место дисциплины в подготовке специалистов товароведного направления. Связь изучаемой дисциплины с другими науками и изучаемыми предметами в рамках специальности.

Эволюция развития теории и практики формирования и управления ассортиментом в условиях современного продовольственного рынка. Формирование ассортимента в системе маркетинга продовольственного рынка.

Социальные аспекты формирования и оптимизации ассортимента. Особенности формирования ассортимента продовольственных товаров на рынке Республики Беларусь.

### **Тема 2. Современное понятие и классификация ассортимента**

Понятие ассортимента товаров. Товароведный, экономический и социально – экономический подход к трактовке понятия ассортимент товаров.

Товарная номенклатура и ее виды. Товарный классификатор. Ассортиментная матрица и ассортиментный минимум. Виды и критерии классификации ассортимента. Понятие структуры ассортимента. Свойства и показатели ассортимента: широта, глубина, новизна, насыщенность, устойчивость, гармоничность, рациональность. Анализ ассортимента продовольственных товаров по свойствам и показателям. Классификация товаров по товарным категориям. Введение в категорийный менеджмент.

### **Тема 3. Формирование ассортимента товаров**

Общие принципы формирования ассортимента товаров. Методы оценки товарных запасов. Метод рыночная цена или стоимость восстановления товаров запасов. Метод по времени поступления товаров. Методы оценки по стоимости первого и последнего по времени поступления товара. Оборачиваемость и коэффициент оборачиваемости товара. Формулы расчета. Методы прогнозирования спроса: экспертные, статистические, совместные. Метод прогноза на основании тренда.

Опрос потенциальных потребителей. Оценка функциональной потребности. Оценка инвестиционных программ потребителей их реализуемости. Управление ассортиментом на производственной фирме и в

условиях розничного торгового предприятия. Информационная система формирования и управления ассортиментом.

#### **Тема 4. Методы анализа ассортимента товаров**

Классификация и общая характеристика методов анализа ассортимента. Анализ структуры товарного ассортимента. Анализ ассортимента с помощью кривой жизненного цикла товаров. "Портфельный" анализ ассортимента. Маржинальные методы анализа ассортимента. ABC и XYZ – методы анализа, их применение и ограничения. Ранговый метод анализа ассортимента. Анализ по адаптированной матрице БКГ. Анализ ассортимента по методу Дибба — Симкина. Матричные методы анализа ассортимента.

#### **Тема 5. Формирование ассортиментной стратегии и оптимизация товарного ассортимента**

Понятие и сущность ассортиментной стратегии. Анализ текущей ситуации. Анализ территории торгового района и потенциала продаж.

Выбор конкурентной стратегии на основе SWOT – анализа. Стратегия развития товарной категории. Анализ матрицы развития ассортимента. Оптимизация структуры товарной категории.

### **ЛИТЕРАТУРА**

#### **Основная:**

1. Маркетинг предприятия и управление ассортиментом товаров: научное издание / П.Г. Никитенко [и др.]; под ред. П.Г. Никитенко. — Минск: ИООО "Право и экономика", 2003. — 255 с.
2. Циунчик, О.В. Прикладной маркетинг: маркетинговые исследования в торговле: учебное пособие / О.В. Циунчик, В.В. Карачун. — Минск: БГЭУ, 2006. — 170 с.
3. Старов, С.А. Управление брендами: учебник / С.А. Старов. — СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. — 500 с.
4. Сысоева, С.В. Категорийный менеджмент: курс управления ассортиментом в рознице / С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. — СПб.: Питер, 2008. — 336 с.

### Дополнительная:

1. Сысоева, С. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент / С. Сысоева, Е. Бузукова. — СПб.: Питер, 2010. — 288 с.
2. Бузукова, Е. Ассортимент розничного магазина: методы анализа и практические советы / Е. Бузукова. — СПб.: Питер, 2007. — 176 с.
4. Снегирева, В.В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям / В.В. Снегирева. — СПб.: Питер, 2007. — 416 с.
5. Снегирева, В.В. Книга мерчандайзера / В.В. Снегирева. — СПб.: Питер, 2007. — 384 с.

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.  
Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.  
Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>