

Министерство образования и науки РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
**«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

## **ТОВАРНО-АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Методические указания**

**по выполнению контрольной работы**

для студентов направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело»  
направление 38.03.06.01 «Коммерция»

заочной формы обучения

Красноярск 2018

Разработчик:

\_\_\_\_\_ А.В. Волошин

Методические указания к КР рассмотрены на заседании кафедры  
« 27 » июня 2018г., протокол № 10

Зав. кафедрой:

\_\_\_\_\_ Ю.Ю. Сулова

## Методические указания по выполнению контрольной работы

Студенты заочной дистанционной формы обучения сдают экзамен по дисциплине «Товарно-ассортиментная политика предприятия». Ниже приводятся варианты контрольных работ и их распределение в зависимости от начальной буквы фамилии студентов.

Распределение вариантов контрольной работы по дисциплине «Ассортиментная политика»

Начальные буквы фамилии															
А	В	Д	Ё	З	К	М	О	П	Р	С	У	Х	Ч	Щ	Ю
Б	Г	Е	Ж	И	Л	Н				Т	Ф	Ц	Ш	Э	Я
1	3	2	5	4	7	6	9	8	1 1	1 0	1 3	12	1 5	14	16

Контрольная работа должна быть представлена в компьютерном исполнении и выполнена в стандартном текстовом редакторе (допускается рукописный вариант). Для оформления текста используются стандартные нелинованные листы бумаги А4. Текст печатается, с одной стороны. Размер шрифта 14 (Times New Roman), текст печатается через 1,5 интервала. Размеры полей: левое – 20 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, правое – 20 мм.

Объем работы 12 – 15 страниц. Обязательны ссылки на использованные источники и нумерация страниц.

### Задания для контрольной работы

#### Вариант 1

1. Цели логистики в торговле.
2. Управление ассортиментом на разных этапах логистического процесса.

#### Вариант 2

1. Актуальность управления ассортиментом в цепях поставок.
2. Свойства ассортимента и их показатели.

#### Вариант 3

1. Понятие об ассортименте товаров, его классификация.
2. Эффективное управление ассортиментом в цепях поставок как источник обеспечения конкурентного преимущества.

#### Вариант 4

Управление ассортиментом как деятельность по достижению рационального ассортимента.

2. Управление ассортиментом в цепях поставок в зависимости от 39 особенностей продовольственных товаров.

#### Вариант 5

1. Управление ассортиментом в цепях поставок в зависимости от особенностей непродовольственных товаров.

2. Понятие об ассортиментной политике организации.

Вариант 6

1. Основополагающие элементы управления ассортиментом.

2. Общие факторы формирования ассортимента.

Вариант 7

1. Направления формирования ассортимента.

2. Потребительские свойства продовольственных товаров.

Вариант 8

1. Влияние тары и упаковочных материалов на ассортимент продовольственных товаров.

2. Научные принципы формирования ассортимента непродовольственных товаров.

Вариант 9

1. Влияние условий хранения на ассортимент продовольственных товаров.

2. Оценка новизны непродовольственных товаров.

Вариант 10

1. Влияние моды и времени на обновляемость ассортимента непродовольственных товаров.

2. Порядок формирования ассортимента продовольственных товаров.

Вариант 11

1. Факторы, влияющие на формирование ассортимента непродовольственных товаров.

2. Специфика формирования товарных запасов продовольственных 40 товаров.

Вариант 12

1. Научные принципы формирования ассортимента продовольственных товаров.

2. Понятие ассортимента и ассортиментной политики организации.

Вариант 13

1. Порядок формирования ассортимента непродовольственных товаров.

2. Особенности формирования ассортимента в зависимости от вида розничной сети и специализации.

Вариант 14

1. Направления формирования ассортимента непродовольственных товаров.

2. Влияние условий хранения на ассортимент непродовольственных товаров.

Вариант 15

1. Повышение эффективности деятельности торговой организации как результата формирования рационального ассортимента.

2. Специфические факторы формирования ассортимента.

Вариант 16

1. Ассортимент и жизненный цикл товара.
2. Суть управления ассортиментом в цепях поставок.

### **Критерии оценивания:**

- оценка «отлично» выставляется, если работа выполнена в полном объеме, с подробными пояснениями, сделаны полные аргументированные выводы, аккуратно оформлена;
- оценка «хорошо» выставляется, если работа выполнена в полном объеме, даны недостаточно полные объяснения, сделаны выводы;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если студентом выполнено не менее 50% задания;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент не справился с заданием (выполнено менее 50% задания), не раскрыто основное содержание вопросов, имеются грубые ошибки в освещении вопроса, а также работа выполнена не самостоятельно.

### **Список использованных источников**

#### **Основная литература**

1. Халеви́нская Е. Д. Торговая политика: Учебное пособие / Е. Д. Халеви́нская - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с
2. Лукина А. В. Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие / А. В. Лукина. - 2-е изд., доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240с
3. Васильев Г. А. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 061500 "Маркетинг" и 350700 "Реклама" / [Г. А. Васильев, Н. Д. Эриашвили, Н. А. Нагапетьянц и др.]; Под ред. проф. Г. А. Васильева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 543с
4. Казакова, Наталия Александровна. Маркетинговый анализ : учебное пособие / Н. А. Казакова. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 240с.