

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

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой
Торгового дела и маркетинга
 Ю.Ю. Сулова
«27» июня 2018г.
Торгово-экономический институт

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Торгового дела и маркетинга
 Ю.Ю. Сулова
«27» июня 2018г.
Торгово-экономический институт

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА

Дисциплина Б1.В.ОД. 16 Товарная политика
Направление подготовки 38.03.06. Торговое дело
Направленность (профиль) 38.03.06.02 «Маркетинг» в торговой
деятельности
форма обучения очная
год набора 2018

Красноярск 2018

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе 38.00.00 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

Направления подготовки /специальность (профиль/специализация)
38.03.06 «Торговое дело» Направленность (профиль) 38.03.06.02
«Маркетинг» в торговой деятельности

Программу составили О.С. Веремеенко



1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины.

Цель преподавания дисциплины: формирование теоретических и методических основ формирования товарной политики предприятия, как эффективного инструмента достижения целей предприятия; - обучения студентов прикладным аспектам читаемого курса, а именно: разработке стратегии товарной политики предприятия, методам оценки оптимальности товарного ассортимента и т.д.

1.2 Задачи изучения дисциплины.

1. Ознакомить студентов с методическими аспектами формирования и реализации товарной политики предприятия;
2. Обучить процессу формирования и управления товарным ассортиментом предприятия
3. Обучить методам оценки качества и конкурентоспособности товаров.
4. Сформировать навык разработки стратегии товарной политики предприятия.

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

Виды компетенций	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
Дополнительные профессиональные компетенции (ДПК)	
ДПК-1: способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	знать: - основы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг уметь: - формировать ассортимент и качество товаров и услуг, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг владеть: - навыками принятия решений по формированию и управлению ассортиментом
ДПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать	знать: -категорийный аппарат в области анализа товарной политики; -источники первичной и вторичной информации о товарной политике уметь: -собирать и анализировать информацию,

<p>спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>	<p>необходимую для корректировки товарной политики предприятия; -анализировать структуру ассортимента на основе исследования спроса целевой аудитории. владеть: -методиками исследования товарной политики на разных отраслевых рынках</p>
<p>Профессиональные компетенции (ПК)</p>	
<p>ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</p>	<p>знать: - сущность и последовательность разработки стратегии товарной политики предприятия; виды товарных стратегий и методы их оценки; - виды товарных стратегий и методы их оценки уметь: -разрабатывать и оценивать товарную стратегию предприятия; -анализировать ассортиментную и товарную политику предприятий с использованием методов портфельного анализа владеть: -методиками выбора оптимальной товарной стратегии организации и оценки ее реализации; - навыками разработки товарной стратегии организации и оценки ее реализации</p>

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Курс «Товарная политика» соответствует Государственному образовательному стандарту высшего профессионального образования направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» третьего поколения.

«Товарная политика» (Б1.В.ОД.16) по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленность (профиль) 38.03.06.02 «Маркетинг в торговой деятельности» (уровень академический бакалавриат), входит в Блок 1 вариативной части обязательных дисциплин. Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении предшествующих курсов: Маркетинг, Маркетинговые исследования, Товарное обращение.

Дисциплины, для которых освоение дисциплины «Товарная политика» необходимо как предшествующее: Управление маркетингом, Торговый маркетинг.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре учебного процесса. Общий объем 108 часа, в т. ч. 36 часов – аудиторных занятий, 72 часов – самостоятельная работа.

1.5 Особенности реализации дисциплины.

Дисциплина «Товарная политика» реализуется на русском языке.

2 Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. часов)	Семестр
		5
Общая трудоемкость дисциплины	108/3	108/3
Контактная работа с преподавателем:	36/1	36/1
<i>занятия лекционного типа</i>	18/0,5	18/0,5
<i>занятия семинарского типа</i>	18/0,5	18/0,5
в том числе: семинары	8/0,22	8/0,22
практические занятия	10/0,28	10/0,28
практикумы	-	-
лабораторные работы	-	-
<i>другие виды контактной работы</i>		
в том числе: курсовое проектирование	-	-
групповые консультации	-	-
индивидуальные консультации	-	-
иные виды внеаудиторной контактной работы	-	-
Самостоятельная работа обучающихся:	72/2	72/2
изучение теоретического курса (ТО) и дополнение конспектов лекций	36/1	36/1
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)	26/0,72	26/0,72
реферат, эссе (Р)	4/0,11	4/0,11
доклад	2/0,06	2/0,06
КСР (рубежный контроль)	4/0,11	4/0,11
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий).

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час),	Формируемые компетенции
			Семинары и/или практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Методические аспекты формирования и реализации товарной политики предприятия.	4	2	-	14	ДПК-1 ДПК-3 ПК-9
2	Ассортиментная номенклатура предприятия	4	4	-	14	ДПК-1 ДПК-3 ПК-9

3	Качество и конкурентоспособность продукции в системе товарной политики предприятия	4	4	-	16	ДПК-1 ДПК-3
4	Товарная атрибутика в системе товарной политики предприятия	4	4	-	14	ДПК-1 ДПК-3
5	Товарные стратегии предприятия	2	4		14	ДПК-1 ДПК-3 ПК-9
	ИТОГО	18	18		72	

3.2 Занятия лекционного типа.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе в инновационной форме
1	Методические аспекты формирования и реализации товарной политики предприятия.	<p><i>Сущность реализации товарной политики предприятия.</i></p> <p>Понятие, задачи, направления реализации товарной политики. Принципы формирования товарной политики предприятия. Основные мероприятия в рамках товарной политики. Проблемы реализации. Этапы разработки товарной политики. <i>Информационно-методическое обеспечение процесса формирования товарной политики предприятия</i></p> <p>Значение маркетинговой информационной системы для реализации процессов товарной политики предприятия. Концепция функционирования МИС реализации товарной политики предприятия. Необходимая информация для этапов формирования товарной политики. Основные показатели, используемые на этапах формирования товарной политики предприятия. Информация результатов этапов формирования товарной политики. Источники и поставщики информации, необходимой для формирования</p>	4	2

		товарной политики предприятия.		
2	Ассортиментная номенклатура предприятия	<p><i>Понятие и виды ассортимента продукции предприятия</i></p> <p>Сущность формирования ассортимента. Понятие товарного ассортимента. Виды ассортимента. Ассортимент предприятия-производителя. Торговый ассортимент. Их отличительные особенности.</p> <p><i>Процедуры процессы управления ассортиментом продукции предприятия</i></p> <p>Сущность понятия «ассортиментная концепция предприятия». Характеристики товарного ассортимента: широта, глубина, сопоставимость. Система показателей ассортиментной концепции. Процесс планирования и управления товарным ассортиментом предприятия. Характеристика основных направлений развития ассортимента. Элементы системы формирования ассортимента.</p>	4	2
3	Качество и конкурентоспособность продукции в системе товарной политики предприятия	<p><i>Конкурентоспособность товара: сущность, понятия и определяющие параметры</i></p> <p>Сущность понятия конкурентоспособность товара. Параметры оценки конкурентоспособности продукции. Показатели конкурентоспособности продукта: показатели внешнего оформления, показатели качества, экономические показатели. Методы и процедуры оценки конкурентоспособности продукции предприятия.</p> <p><i>Управление качеством в системе управления политики работы с товаром</i></p> <p>Принципы и задачи управления качеством продукции. Стандарты управления качеством. Современные системы управления качеством: TQM, ИСО 9001:2001, CALS. Сертификация продукции. Защита прав потребителей.</p>	4	2
4	Товарная атрибутика в системе товарной политики предприятия	<p><i>Упаковка и маркировка товаров</i></p> <p>Маркетинговый аспект необходимости упаковки. Виды</p>	4	2

		упаковки. Функции упаковки. Маркетинговые требования к упаковке товара. Определение издержек на упаковку. Маркировка товаров. Способы маркировки товаров. Система штрихового кодирования. Этикетка товара, функции этикетки. Товарный знак и его сущность. Основные функции товарного знака. Типы обозначения товарного знака. Фирменное имя. Фирменный знак. Торговый образ. Торговый знак. Фирменный стиль. Составные элементы системы фирменного стиля. Стратегические решения относительно выпуска марочных товаров и использования товарных марок. Товарный брэнд: понятие, сущность, основные составляющие.		
5	Товарные стратегии предприятия	Понятие товарная стратегия. Виды стратегий товарной политики предприятия: элиминация товара, вариация товара, инновация товара.	2	2
	ИТОГО		18	10

3.3 Занятия семинарского типа.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе в инновационной форме
1	Методические аспекты формирования и реализации товарной политики предприятия.	<p><i>План:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Задачи товарной политики предприятия 2. Принципы формирования политики работы с товаром 3. Проблемы реализации товарной политики предприятия 4. Этапы формирования товарной политики предприятия 5. Значение маркетинговой информационной системы для реализации процессов товарной политики предприятия. 6. Информационное обеспечение этапов формирования товарной политики предприятия 7. Источники и поставщики информации, необходимой для 	2	2

		формирования товарной политики предприятия		
2	Ассортиментная номенклатура предприятия	<p><i>План:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Классификация видов ассортимента 2. Производственный ассортимент: понятие, особенности формирования 3. Торговый ассортимент: понятие и факторы формирования <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность понятия «ассортиментная концепция предприятия». 2. Показатели ассортиментной концепции предприятия. 3. Процесс планирования и управления товарным ассортиментом предприятия. 	4	2
3	Качество и конкурентоспособность продукции в системе товарной политики предприятия	<p><i>План:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность понятия конкурентоспособность товара. 2. Параметры оценки конкурентоспособности продукции. 3. Методы и процедуры оценки конкурентоспособности продукции предприятия. 4. Принципы и задачи управления качеством продукции. 5. Современные системы управления качеством 6. Качество товара и требования потребителей. Сертификация продукции предприятия 	4	2
4	Товарная атрибутика в системе товарной политики предприятия	<p><i>План:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Значение и функции упаковки продукции. 2. Знаки и носители маркировки продукции. 3. Штриховое кодирование товара 4. Товарный знак в системе товарной политики предприятия 5. Товарный бренд 	4	2
5	Товарные стратегии предприятия	<p><i>План:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность понятия «товарная стратегия» 2. Виды стратегий товарной политики предприятия 	4	-
	ИТОГО		18	8

3.4 Лабораторные занятия.

Учебным планом не предусмотрены.

4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Методические указания по проведению практических и семинарских занятий по дисциплине «Товарная политика» для студентов направления подготовки 38.03.06. «Торговое дело» профиль «Маркетинг в торговой деятельности» всех форм обучения

2. Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Товарная политика» направления подготовки 38.03.06. «Торговое дело» профиль «Маркетинг в торговой деятельности» всех форм обучения.

3. Товарная политика в маркетинге / Ю.Ю. Сусллова, Е.В. Щербенко, О.С. Веремеенко; Учеб.-метод. пособие для самостоят. работы [для студентов напр. 080200.62 «Менеджмент»] / Сиб. федерал. ун-т. – Электрон. текстовые дан. (PDF, 614Кб). Красноярск: СФУ, 2013. – 65 с.

4. Товарная политика в маркетинге : учеб.-метод. комплекс [для студентов напр. 080200.62.04 «Менеджмент», профиль «Маркетинг»] / Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т ; сост.: Е. В. Щербенко, Л. В. Юшкова, О. С. Веремеенко. – 2014.

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

В соответствии с учебным планом, формами контроля по дисциплине «Товарная политика» является зачет.

Целью зачета является проверка усвоения студентами теоретического материала по темам курса.

Зачет по дисциплине может проводиться в зависимости от целесообразности и успеваемости студентов в течение учебного семестра в следующих формах:

- в письменном виде (письменный ответ студентов на поставленные преподавателем вопросы и задания);
- в форме устного собеседования по основным вопросам курса.

Контрольные вопросы для усвоения дисциплины (для зачета):

1. Задачи товарной политики предприятия
2. Принципы формирования политики работы с товаром
3. Проблемы реализации товарной политики предприятия
4. Этапы формирования товарной политики предприятия
5. Значение маркетинговой информационной системы для реализации процессов товарной политики предприятия.
6. Информационное обеспечение аналитического этапа формирования товарной политики предприятия

7. Информационное обеспечение этапа формирования модели товаров и плановой структуры товарного ассортимента
8. Информационное обеспечение этапа оптимизации товарной политики предприятия
9. Источники и поставщики информации, необходимой для формирования товарной политики предприятия
10. Классификация видов ассортимента
11. Производственный ассортимент: понятие, особенности формирования
12. Торговый ассортимент: понятие и факторы формирования
13. Сущность понятия «ассортиментная концепция предприятия».
14. Показатели ассортиментной концепции предприятия.
15. Процесс планирования и управления товарным ассортиментом предприятия.
16. Организационные аспекты процесса управления ассортиментом
17. Сущность понятия конкурентоспособность товара.
18. Параметры оценки конкурентоспособности продукции.
19. Методы оценки конкурентоспособности продукции предприятия.
20. Процедуры оценки конкурентоспособности продукции предприятия.
21. Принципы и задачи управления качеством продукции.
22. Современные системы управления качеством
23. Качество товара и требования потребителей. Сертификация продукции предприятия
24. Значение и функции упаковки продукции.
25. Знаки и носители маркировки продукции.
26. Штриховое кодирование товара
27. Товарный знак в системе товарной политики предприятия
28. Товарный бренд
29. Матрица БКГ.
30. Процедуры оптимизации ассортиментной структуры предприятия.

Зачет по дисциплине «Товарная политика» может проводиться в следующих формах:

1. В письменном виде (письменный ответ студентов на представленные преподавателем вопросы и задания);
2. В форме интервью по основным вопросам курса.

Уровень знаний, умений и навыков студентов при проведении зачета оценивается по двубальной шкале оценками: «зачтено» и «не зачтено».

При проведении устного или письменного зачета используются следующие критерии оценивания умений, знаний и навыков студентов:

«Зачтено» содержание ответа раскрывает сущность экзаменационных вопросов, излагается без особых затруднений; правильное решение задачи, практического задания с достаточным обоснованием полученных результатов; достаточные ответы на дополнительные вопросы по программному материалу.

«Не зачтено» - ответ студента свидетельствует о фрагментарности его знаний, неумении выстроить логическую схему изложения знаний по вопросам зачета, задача решена неверно; ответы на дополнительные вопросы по программному материалу поверхностны.

В качестве *промежуточного контроля знаний* по дисциплине рекомендуется использовать:

- промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины;
- реферат.

Рекомендуемые темы рефератов:

Раздел 1. Методические аспекты формирования и реализации товарной политики предприятия.

1. Особенности формирования товарной политики предприятий сферы услуг.
2. Проблема отсутствия на предприятии опыта работы и специалистов, способных провести анализ рынка, определить рыночную потребность в товаре и выдвинуть пути развития товара.
3. Проблема недостаточного использования предприятиями розничной торговли в России принципов товарной политики.
4. Современные тенденции развития товарной политики на предприятиях розничной торговли.
5. Товарная политика фирмы, необходимость ее разработки.
6. Проблемы, связанные с организацией процесса управления товарной номенклатурой на российских предприятиях
7. Основные направления развития товарной политики на примерах отечественных и зарубежных предприятий
8. Этапы формирования товарной политики на примерах конкретных торговых предприятий
9. Анализ организации системы управления товарной номенклатурой и проблемы применения её на практике
10. Совершенствование системы управления товарной номенклатурой
11. «Источники» и «поставщики информации» необходимые для формирования товарной политики предприятия.
12. Анализ маркетинговой информационной системы на примере конкретного предприятия.
13. Анализ информационного обеспечение этапов формирования товарной политики на примере конкретного предприятия.
14. Использование инновационных информационных технологий при формировании товарной политики.
15. Значение аналитического этапа при формировании товарной политики. Современные тенденции.

Раздел 2. Ассортиментная номенклатура предприятия

1. Система формирования ассортимента на производственном предприятии
2. Сегментирование как способ формирования оптимального торгового ассортимента
3. Управленческие решения при формировании товарного ассортимента предприятия розничной торговли
4. Формирование ассортимента с точки зрения оптимизации сервиса на предприятии
5. Факторы, влияющие на ассортиментную политику предприятия розничной торговли
6. Планирование ассортимента продукции на примере предприятия.
7. Особенности стратегии управления марочным ассортиментом.
8. Проверка оптимальности группировки ассортимента на примере предприятия.
9. Оперативное управление ассортиментом.
10. Характеристика основных показателей анализа ассортимента на предприятии.
11. Управление существующим развернутым ассортиментом на примере предприятия.
12. Организационные аспекты процесса управления ассортиментом на примере предприятия.

Раздел 3. Качество и конкурентоспособность продукции в системе товарной политики предприятия

1. Сервис как один из основных факторов конкурентоспособности товаров.
2. Практическое применение показателей качества в оценке конкурентоспособности товаров.
3. Основные требования покупателей к товару в условиях современного «рынка покупателя»
4. Методы оценки конкурентных преимуществ на примере на примере товарного рынка
5. Оценка конкурентоспособности российских товаров на зарубежном рынке
6. Формирование региональной системы управления качеством товаров и услуг.
7. Совершенствование управления качеством услуг в системе розничной торговли (на примере).
8. Тотальное управление качеством в российских компаниях.
9. Американские (Российские) стратегии постепенного внедрения системы качества.
10. Статистические методы управления качеством (на примере).

Раздел 4. Товарная атрибутика в системе товарной политики предприятия

1. Брендинг, как часть системы лояльности
2. Маркировка как средство информации о товаре.
3. Штриховое кодирование товара.
4. Структура маркировки. Информационные знаки, применяемые для маркировки товаров.
5. Ребрендинг как средство стимулирования продаж.

Раздел 5. Товарные стратегии предприятия

1. Проблемы оптимизации товарного портфеля на примере торгового предприятия.
2. Товарные стратегии на примере предприятия
3. Условия применения товарных стратегий предприятия.

Таблица – Рекомендованные оценочные средства для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

Категории обучающихся	Виды оценочных средств	Форма контроля и оценки результатов обучения
С нарушением слуха	Тесты, рефераты, контрольные вопросы	Преимущественно письменная проверка
С нарушением зрения	Контрольные вопросы	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушением опорно-двигательного аппарата	Решение тестов, контрольные вопросы дистанционно.	Организация контроля с помощью электронной оболочки MOODLE, письменная проверка

Студентам с ограниченными возможностями здоровья увеличивается время на подготовку ответов к зачёту, разрешается готовить ответы с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Могут использоваться собственные технические средства. Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Практический маркетинг [Текст] : учебное пособие / М. Л. Калужский ; Финанс. ун-т при правительстве РФ. - 2-е изд. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2015. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=467452>

2. Николаева, М. А. Товарная политика [Текст] : учебник для бакалавриата / М. А. Николаева. - Москва : НОРМА : ИНФРА-М, 2015. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=505674>

3. Маркетинг [Текст] : учебник для вузов по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент", "Торговое дело" (квалификация "бакалавр") / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2016.

б) дополнительная литература:

1. Товарная политика в маркетинге [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие для самостоят. работы [для студентов напр. 080200.62 «Менеджмент»] / Сиб. федерал. ун-т ; сост.: Е. В. Щербенко, Ю. Ю. Сулова, О. С. Веремеенко. - Электрон. текстовые дан. (PDF, 614 Кб). - Красноярск : СФУ, 2013. Режим доступа: <http://lib3.sfu-kras.ru/ft/lib2/elib/b65/i-779961.pdf>

3. Организация отраслевых рынков [Текст] : теория и ее применение / О. Шай ; пер. Н. В. Шилова ; ред. М. И. Левин. - Москва : Высшая школа экономики, 2014.

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Академия маркетинга [Электронный ресурс]. - Режим доступа: // www.marketingacademy.ru

2. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // www.kartel-upgro.ru.

3. Гильдия маркетологов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: // www.marketologi.ru

4. Ивент–маркетинг [Электронный ресурс]. - Режим доступа: // www.event-marketing.ru.

5. Маркетинг журнал 4p [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // www.4p.ru

6. Маркетинговые исследования и аналитические материалы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // www.russianmarket.ru.

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Эффективность образовательных технологий зависит от активных методов обучения. Среди современных интерактивных методов обучения

предусмотрены: лекции-презентации, учебные групповые дискуссии, методы анализа профессиональных ситуаций (кейсовая технология), деловые игры, ситуационные задачи и др. Активные методы носят элементы существенного приближения учебного процесса к практической профессиональной деятельности, тем самым способствуют формированию и оцениванию общекультурных и профессиональных компетенций обучающегося.

Формы организации учебного процесса по дисциплине «Товарная политика»:

1. Лекции.

Главная задача лекционных занятий по дисциплине «Товарная политика»- обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности к осуществлению аналитической деятельности, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

2. Практические занятия.

Практические занятия предназначены для углубленного изучения дисциплины «Товарная политика». На практических занятиях идет осмысление теоретического материала, формируется умение убедительно формулировать собственную точку зрения, приобретаются навыки профессиональной деятельности.

Для успешного овладения приемами решения конкретных задач студенту предоставляется возможность предварительного ознакомления с методикой решения задач с помощью материалов по методике решения задач, содержащихся в лекциях. Далее студенту предлагаются типовые задачи, решение которых позволяет отработать стереотипные приемы, использующиеся при решении задач, осознать связь между полученными теоретическими знаниями и конкретными проблемами, на решение которых они направлены

3. Семинарские занятия.

Семинарские занятия по дисциплине «Товарная политика» формируют исследовательский подход к изучению учебного материала. Главной целью семинаров является обсуждение наиболее сложных теоретических вопросов курса, их методологическая и методическая проработка.

4. Контроль качества знаний.

Представляет собой проверку результатов учебно-познавательной деятельности студентов в процессе изучения дисциплины «Товарная политика».

Итоговый контроль знаний студентов включает зачет (итоговая аттестация по дисциплине).

5. Самостоятельная работа студентов.

СРС по дисциплине «Товарная политика» включает самостоятельную работу с лекционным (теоретическим) материалом, подготовку к семинарским или практическим работам, самостоятельную

работу с литературой, информационными базами данных, и является необходимым этапом для освоения теоретических знаний.

Взаимосвязь аудиторной и самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Товарная политика» заключается в необходимости подготовки студентов к семинарским и практическим занятиям, включая дополнение текстов лекций по дисциплине, написание рефератов по проблемным вопросам маркетинга.

Рекомендуемые формы текущего контроля ставят своей целью закрепление теоретических вопросов, рассмотренных на лекциях, углубление знаний по отдельным вопросам дисциплины и получение навыков организации самостоятельной исследовательской работы. Подготовка студентом доклада, выступления, реферата предполагает самостоятельный выбор индивидуального задания в рамках темы семинарского занятия, подбор дополнительной литературы по теме, ее изучение, подготовка сообщения на семинаре, участие в общей дискуссии.

Успешная защита реферата является обязательным условием допуска студента к зачету по дисциплине.

Текущей формой контроля является устный опрос в процессе семинарских и практических занятий, письменные экспресс-опросы.

В ходе изучения дисциплины также по отдельным темам могут применяться такие формы текущего контроля, как тестирование по разделам, написание контрольных, самостоятельных работ, проведение коллоквиума.

Индивидуальная работа со студентами заключается в персональном общении преподавателя со студентом внеаудиторных часов по следующим проблемам:

1. Обобщение и разъяснение наиболее сложных сегментов пройденного материала.
2. консультации студентов по решению расчетных задач.
3. Консультации для подготовки докладов на семинарские занятия.
4. Представление дополнительных знаний по проблемам, не входящим в основной материал курса.
5. Помощь в углубленном изучении материала курса студентам, занимающимся научными исследованиями и по индивидуальным планам обучения.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации в зависимости от нозологии:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

- в форме электронного документа.
- Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
- в печатной форме,
- в форме электронного документа

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

В учебном процессе по данной дисциплине используется MS Office, Internet Explorer.

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;

Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;

ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лицсертификат EAV-0189835462 от 10.04.2017;

Kaspersky Endpoint Security Лицсертификат 2462170522081649547-546 от 22.05.2017.

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

Студентам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:

Российские электронные научные журналы и базы данных

ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам: <http://window.edu.ru/>

Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <http://elibrary.ru>

Университетская библиотека онлайн: www.biblioclub.ru

ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <http://grebennikon.ru>

Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: <http://dvs.rsl.ru> (доступ к полному тексту), <http://diss.rsl.ru> (доступ к каталогу)

Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <http://www.znaniium.com>

Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook.com>

Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»: <http://rucont.ru>

Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <http://elcat.kgtei.ru:82/>

Зарубежные электронные научные журналы и базы данных online

Cambridge University Press: <http://www.journals.cambridge.org>
Biological & Agricultural Index
Plus: <http://www.ebscohost.com/academic/biological-agricultural-index-plus>
Books24x7: <http://library.books24x7.com/library.asp?>
EBSCO Publishing: <http://search.ebscohost.com>
Euromonitor International: <http://www.portal.euromonitor.com>
Journal Citation Reports (JCR): <http://isiknowledge.com>
E Complete: <http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete>
Oxford Journals: <http://www.oxfordjournals.org>
Science/AAAS: <http://www.sciencemag.org>
Scopus: <http://www.scopus.com>
Web of Science: <http://isiknowledge.com>
Elsevier (журналы открытого доступа): <http://sciencedirect.com>

Локальные базы данных

Электронный каталог НБ СФУ;
Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края;
Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН;

1. www.aup.ru – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
2. www.businesspress.ru - Деловая пресса. Электронные газеты
3. <http://www.ko.ru/> - журнал «Компания»
4. www.consultant.ru - «Консультант Плюс»
5. www.devbusiness.ru – Развитие бизнеса.Ру
6. www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики
7. www.rbc.ru – РосБизнесКонсалтинг
8. <http://www.retail.ru/> - Все о розничной торговле
9. www.russianmarket.ru – Маркетинговые исследования и аналитические материалы
10. www.sostav.ru – Реклама, маркетинг, PR

На сегодняшний день СФУ представлен в Интернет официальным сайтом института, сайтами подразделений, факультетов, кафедр; сайтами электронных изданий; поисковыми и информационными системами; тематическими сайтами по отдельным сферам деятельности.

10 Материально-техническая база, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом

подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).