

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.10.2023 11:51:58
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad7d0ed9ab87473

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор – проректор
по образовательной деятельности

_____ С.Г. Дембицкий

« ____ » _____ 20 ____ г.

Колледж ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.08 ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА

Специальность 38.02.08 Торговое дело
ФГОС СПО утвержден приказом Минпросвещения России
от «19» июля 2023 г. № 548

Квалификация – Специалист торгового дела
Уровень подготовки – базовый
Форма подготовки – очная

Москва, 2025

Рабочая программа дисциплины ОП.08 Товарная политика разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Организация разработчик рабочей программы:

ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина».

Подразделение: Колледж РГУ им. А.Н. Косыгина

Разработчики: Огурцова Наталья Сергеевна, преподаватель колледжа

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	14

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП. 08 «Товарная политика»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина ОП.08 «Товарная политика» является вариативной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Дисциплина ОП 08. «Товарная политика» обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело. Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 1, ОК 2, ПК 1.1

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

ПК	Умения	Знания
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; - определять необходимые ресурсы; - применять актуальные методы работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовывать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий.	- методы оценки эффективности и качества выполнения задач; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.
ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	- определять задачи для поиска информации, необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию; - выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий	- перечень информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации, - современные средства и устройства

	для решения профессиональных задач; - использовать современное программное обеспечение; - использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.
ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	- демонстрирует навыки проверки оформления договоров, умение составлять претензий и санкций в договоре	- составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов	
	4 семестр	Всего
Объем образовательной программы дисциплины, в т.ч.	76	76
Основное содержание, в т.ч.	54	54
теоретическое обучение	26	26
практические занятия	28	28
Самостоятельная работа	22	22
Промежуточная аттестация	зачет с оценкой	зачет с оценкой

2.2. Тематический план и содержание дисциплины ОП.08 ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (основное и профессионально-ориентированное), лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа, курсовая работа.	Объем часов	Формируемые компетенции
1	2	3	4
Семестр 4			
Основное содержание			
Раздел 1. Методологические основы коммерческой деятельности в торговых организациях		37	
Тема 1.1. Цели и задачи коммерческой деятельности в торговых организациях	Содержание учебного материала: Теоретическое занятие 1. Цели, задачи и предмет учебной дисциплины. Структура профессиональная значимость, межпредметные связи маркетингом, товароведением и другими сопутствующими дисциплинами. Основные понятия: коммерция, торговля, коммерческая предпринимательство. ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения». Цели и задачи коммерческой деятельности в торговых организациях общность различия понятий предпринимательская, коммерческая и торговая деятельность. Формы предпринимательской деятельности. Принципы коммерческой деятельности: безопасность, эффективность, взаимовыгодность, взаимозаинтересованность в сбыте Товаров, обеспечение соответствия правовым и нравственным нормам. Объекты торговли – товары, их назначение и роль в торговом процессе. Состояние и перспективы развития торговли в России.	7	ОК 1, ОК 2, ПК 1.1
	Практическое занятие 1. Состояние и перспективы развития торговли в России.	7	
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Работа с терминологией по ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения»	5	
Тема. 1.2. Государственное регулирование торговой деятельности	Содержание учебного материала: Теоретическое занятие 2. Нормативно-правовая база регулирования торговой деятельности: федеральные законы, постановления Правительства, в том числе правила торговли. Основные положения кодексов: Гражданского, об административных правонарушениях, Уголовного, регламентирующие торговую деятельность. ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности»: основные положения, понятия, нормы. Регулирование доли риска для торговых сетей.	6	ОК 1, ОК 2, ПК 1.1
	Практическое занятие 2. Изучение ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности»	7	
	Самостоятельная работа обучающихся 2. Разработайте схему «Структура нормативно-правовой базы регулирования торговой деятельности». Изучите Гражданский кодекс РФ ч.2 и выявите статьи (№ и название), регулирующие торговую деятельность. Изучите Кодекс РФ об административных правонарушениях и выявите статьи (№ и	5	

	название), регулирующие торговую деятельность.		
Раздел 2. Оптовая торговля		37	
Тема 2.1. Услуги оптовой торговли	Содержание учебного материала: Теоретическое занятие 3. Оптовая торговля: понятие, цели, задачи, назначение, функции. Услуги оптовой торговли: основные и дополнительные, удовлетворяемые ими потребности. Место оптовой торговли в технологическом цикле товародвижения. Виды оптовых торговых организаций: оптовые рынки, базы, оптово-розничные центры: их краткая характеристика, общность и различия. Мелкооптовая торговля: понятие, назначение, виды мелкооптовых предприятий (мелкооптовые базы, оптово-розничные рынки, магазина типа «КЭШЕН ЭНД КЕРРИ», «МЕТРО» и др.).	5	ОК 1, ОК 2, ПК 1.1
	Практическое занятие 3. Коммерческие отделы оптовых торговых организаций: назначение, статус, краткая характеристика деятельности.	5	
	Самостоятельная работа обучающихся 3. Дайте определение понятия «оптовая торговля». Укажите её назначение, цели, задачи и виды. Выясните специфику работы коммерческих отделов оптовых организаций. Приведите пример, иллюстрирующий специфику работы коммерческого отдела конкретной организации.	4	
Тема 2.2. Складское хозяйство оптовой торговли	Содержание учебного материала: Теоретическое занятие 4. Товарные оптовые склады: понятие, назначение, функции. Классификация складов по разным классификационным признакам, их характеристика. Принципы территориального размещения товарных складов. Виды складских зданий и сооружений: требования к ним, характеристика. Планировка складов, взаимосвязь отдельных структурных элементов. Определение потребности в складской площади. Оценка эффективности использования складов: показатели (общая и полезная площадь складов, коэффициент загрузки, минимально допустимые расстояния от стен, отопительных и охлаждающих приборов, ширина проходов и проездов и т.п.), требования к рациональному размещению товаров на складе.	4	ОК 1, ОК 2, ПК 1.1
	Практическое занятие 4. Последствия от перегрузки и недогрузки складов	5	
	Самостоятельная работа обучающихся 4. Определите понятие, назначение и функции товарных оптовых складов. Разработайте схему «Классификация товарных оптовых складов». Дайте их характеристику. Изучите принципы территориального размещения товарных складов.	3	
Тема 2.3 Товароснабжение	Содержание учебного материала: Теоретическое занятие 5. Товароснабжение: понятие, цели и задачи. Рациональная организация товароснабжения. Размер поставки, частота завоза. Формы рациональной организации товароснабжения. Каналы товародвижения: понятие, назначение. Методы доставки товаров в торговую сеть: назначение, достоинства и недостатки разных методов. Закупочная работа: понятие,	4	ОК 1, ОК 2, ПК 1.1

	назначение, содержание, основные этапы, их характеристика. Оптовые ярмарки: определение, назначение, виды и их характеристика, органы управления. Организация и оформление закупок и продажи товаров на оптовых ярмарках.		
	Практическое занятие 5. Решение торговых ситуаций по организации связей между поставщиком и покупателем по поставкам товаров. Разработка проекта и заключение договора-поставки товаров.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся 5. Дайте определение понятия «товароснабжение». Укажите их цели и задачи. Рассмотрите рациональную организацию товароснабжения, её формы. Укажите понятие и назначение каналов товародвижения. Сравните разные методы доставки товаров в торговую сеть, выявив их достоинства и недостатки.	3	
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)		2	
ВСЕГО		76	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

№ n/n	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом
1.	Теоретические занятия Аудитории №12 05, 12 07, 12 10. Посадочных мест 115, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью; маркерная доска, технические средства обучения, служащие для представления информации большой аудитории: экран настенный, проектор. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.	ул. Малая Калужская, д.1
2.	Практические занятия Аудитории № 15 16, 17 18. Посадочных мест 29, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью; маркерная доска.	ул. Малая Калужская, д.1
3.	Консультации Аудитории № 15 16, 17 18. Посадочных мест 29, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью; маркерная доска.	ул. Малая Калужская, д.1
4.	Промежуточная аттестация Аудитории № 15 16, 17 18. Посадочных мест 29, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью; маркерная доска.	ул. Малая Калужская, д.1
5.	Самостоятельная работа Аудитория № читальный зал библиотеки: помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ. Посадочных мест 70 Стеллажи для книг, комплект учебной мебели, 1 рабочее место сотрудника и 6 рабочих мест для студентов, оснащенные персональными компьютерами с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации.	ул. Малая Калужская, д.1

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
1	2	3	4	5	6	7	8
Основная литература, в том числе электронные издания							
1.	Егоров В. Ф.	Организация, технология и проектирование предприятий торговли	Учебник	М.: ИНФРА-М	2025	http://znanium.com/catalog/product	3
Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
4	Ливанский М.В.	Логистика	Учебное пособие	М.: РГУ им. А.Н.Косыгина	2022		30
3	Огурцова Н.С.	Регламентация и нормирование труда	Учебное пособие	М.: РГУ им. А.Н.Косыгина	2024		30
1	Федько В. П.	Товарная политика организации	Учебник	СПб.: Питер	2024	http://znanium.com/catalog/product	3
2	Халевинская, Е. Д.	Торговая политика	Учебное пособие	НИЦ ИНФРА-М	2023	http://znanium.com/catalog/product	2
Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Огурцова Н.С.	Методические рекомендации по организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов	Методические указания	М.: РГУ им. А.Н. Косыгина	2023	Локальная сеть университета	5 экз Каф.46

3.2.2. Дополнительные источники

- 1) Платонов, В. Н. Организация и технология торговли: учебник для студентов учреждений высшего образования по специальностям «Коммерческая деятельность», «Товароведение и экспертиза товаров», «Товароведение и торговое предпринимательство» / В. Н. Платонов, Л. С. Климченя. — Минск: БГЭУ, 2024. — 425 с: ил.
- 2) Климченя, Л. С. Организация и технология торговли: практикум для студентов высших учебных заведений по специальностям 1-25 01 08 «Учет, анализ и аудит», 1-25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров», 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» / Л. С. Климченя, О. А. Бобровская, В. В. Лагойко. — Минск: Белорусский государственный экономический университет, 2023. — 234 с: табл.
- 3) Уриш, И. В. Организация и технология общественного питания: учеб. пособие / И. В. Уриш, С. В. Стасюкевич. — Минск : БГЭУ, 2022. — 410 с.
- 4) Стасюкевич С. В. Технология организации общественного питания: учеб. Пособие / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш. Минск : РИПО, 2024. — 371 с.
- 5) Платонов, В. Н. Организация и технология торговли: электронный учебно-методический комплекс для студентов специальностей 1-25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров», 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», 1-25 01 14 «Товароведение и торговое предпринимательство» [Электронный ресурс] / Платонов В. Н., Климченя Л. С, Бобровская О. А. — Минск: БГЭУ, 2020. — Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/6630>. — Дата доступа: 01.02.2025.
- 6) Дашков, Л. П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле): учебник для высших учебных заведений по направлениям подготовки «Торговое дело» и «Экономика» (квалификация (степень) «бакалавр») / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. — 12-е изд., переработанное и дополненное. — М. : Дашков и К0, 2024. — 455 с. — ISBN 978-5-394-02471-9. — Текст: электронный. — URL : <https://znanium.com/catalog/product>. — Режим доступа : по подписке.
- 7) Дашков, Л. П. Организация труда работников торговли: Учебник / Л. П. Дашков. - 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К°, 2022. – 240 с.
- 8) Сысоева, С. В. Большая книга директора магазина / С. В. Сысоева. Г.Г. Крок. – СПб.: Питер, 2022. – 528 с.
- 9) Кент, Т. Розничная торговля: Учебник / Т. Кент, О. Омар; пер. с англ. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. – 719 с.
- 10) Иванов, Г. Г. Организация торговли (торговой деятельности) / Г.Г. Иванов. – М.: Кнорус, 2022. – 222 с.
- 11) Синяева, И. М. Маркетинг в торговле: учебник / И.М. Синяева, СВ. Земляк, В. В. Синяев, Л. П. Дашков. – М.: Дашков и К°, 2024. – 396 с.
- 12) Брагин, Л. А. Организация розничной торговли в сети Интернет: учебное пособие / Л. А. Брагин, Т. В. Панкина. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2022. – 120 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). – ISBN 978-5-8199-0900-3. Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1043397>. – Режим доступа: по подписке.
- 13) Алексина, С. Б. Мерчандайзинг: Учебное пособие / С. Б. Алексина, Г. Г. Иванов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2021. – 152 с.

- 14) Шредер, К. Л. Специализированный магазин: Как построить прибыльный бизнес в розничной торговле / Шредер К. Л., - 2-е изд. – М.: Альпина Пабли., 2022. – 432 с.
- 15) Грибанова, И. В. Организация и технология торговли: учебное пособие / И. В. Грибанова, Н. В. Смирнова. – Минск: РИПО, 2022. – 204 с: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-985-503-914-4. – Текст: электронный.
- 16) Девятаева, Г. В. Технология реконструкции и модернизации зданий: учебное пособие / Г. В. Девятаева. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2023. – 250 с.
- 17) Жулидов, С. И. Организация торговли: учебник / С. И. Жулидов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2023. — 350 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/987233. — ISBN 978-5-8199-0842-6. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1820262>. — Режим доступа: по подписке.
- 18) Памбухчиянц, О. В. Организация торговли: учебник / О. В. Памбухчиянц. – М.: Дашков и К°, 2023. – 294 с: ил. - (Среднее профессиональное образование). – Режим доступа: по подписке. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496075>. – ISBN 978-5-394-02189-3. – Текст: электронный.
- 19) Неверова, Е. В. Организация хранения товаров: учебник / Е. В. Неверова. – Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2023. – 136 с: ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=617393>. – Библиогр.: с. 111-113. - ISBN 978-5-9729-0646-8. – Текст: электронный.
- 20) Памбухчиянц, О. В. Технология розничной торговли: учебник / О. В. Памбухчиянц. - 9-е изд. – М. : Дашков и К°, 2022. – 288 с: ил. - Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=16036>. – ISBN 978-5-394-01131-3. – Текст: электронный.
- 21) Чернухина, Г. Н. Организация торговли: учебник / Г. Н. Чернухина. – М. : Университет Синергия, 2024. – 193 с: ил., табл. – (Легкий учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455417>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4257-0210-4. – Текст: электронный.
- 22) Основы розничной торговли: учебное пособие / сост. Е. В. Байматова, В. Г. Шадрин, Е. Ю. Лобач; Кемеровский государственный университет. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2024. – 98 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600236>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8353-2362-3. – Текст: электронный.
- 23) Чеглов, В. П. Торговое дело. Экономика и управление интегрированной торговой организацией (торговой системой). Курс лекций: учебное пособие / В. П. Чеглов. — 2-е изд. — М. : Проспект, 2023. — 207 с. — — ISBN 978-5-392-29917-1. — Текст: электронный // Лань: электроннобиблиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

- 24) Памбухчиянц, О. В. Организация и технология розничной торговли: учебник / О. В. Памбухчиянц. - 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2024. – 148 с. – ISBN 978-5-394-04187-7. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232434>. – Режим доступа: по подписке.
- 25) Гостиничное дело: учеб. пособие / В. Г. Велединский [и др.]. - 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2022. – 335 с.
- 26) Гостиничный менеджмент: учеб. пособие для обучения студентов вузов по направлению подготовки «Гостиничное дело» / Н. А. Платонова [и др.]; под ред. А. А. Федулина. – М.: КНОРУС, 2022. – 426 с.
- 27) Зайцева, Н. А. Управление персоналом в гостиницах: учеб. пособие/ Н.А. Зайцева. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. – 415 с.
- 28) Овчаренко, Н.П. Организация гостиничного дела: учеб. пособие / Н.П. Овчаренко, Л.Л. Руденко, И.В. Барашок. – М.: Дашков и К, 2024. – 203 с.
- 29) Джум, Т. А., Денисова Н. И. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособ. / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М.: Магистр : ИНФРА-М, 2022. – 400 с.
- 30) Николаенко, П. Г. Формирование клиентурных отношений в сфере сервиса : учеб. пособие / П. Г. Николаенко, А. М. Терехов. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Лань, 2024. – 248 с.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<i>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</i>		
Знает:		
- методы оценки эффективности и качества выполнения задач;	правильно подбирает методы оценки эффективности и качества выполнения задач	Устный / письменный опрос
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;	активно использует основные источники информации, умеет работать и выделять нужную информацию в рамках решения поставленных задач	Устный / письменный опрос
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;	следует необходимым алгоритмам при выполнении задач в профессиональной деятельности	Устный / письменный опрос
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;	использует наиболее эффективные методы при организации работы	Устный / письменный опрос
- структуру плана для решения задач;	формирует эффективную структуру плана с целью оперативного решения задач	Устный / письменный опрос
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.		
- перечень информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;	разрабатывает определенный порядок с целью оценки результатов решения задач в рамках профессиональной деятельности	Устный / письменный опрос
- приемы структурирования информации;		
- формат оформления результатов поиска информации,	процесс подбора и умение ориентироваться в информационных источниках, применяемых в профессиональной деятельности	Устный / письменный опрос
- современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств	выбор наиболее оптимальных приемов структурирования информации	Устный / письменный опрос
- составные элементы коммерческой	основные правила предоставления информации, в результате поиска и анализа данных	Устный / письменный опрос

- оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; - использовать современное программное обеспечение; - использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач - демонстрирует навыки проверки оформления договоров, умение составлять претензий и санкций в договоре	Выделяет ключевые аспекты в рамках полученной информации Оценивает практическую значимость результатов поиска; оформляет основные результаты поиска применения информационных технологий в рамках профессиональной деятельности в рамках своей профессиональной деятельности использует современное программное обеспечение; активно использует различные цифровые средства для решения профессиональных задач в практической деятельности демонстрирует навыки проверки оформления договоров, а также в случае выявления проблем оформление претензий и применение санкций к сторонам договора	Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий
---	---	---

Разработчики рабочей программы:

Разработчик

Огурцова Н.С.

Рабочая программа согласована:
Директор колледжа

Мечетина М.А.

Начальник
управления образовательных программ и проектов

Никитаева Е.Б.

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор - проректор
по образовательной деятельности

_____ С.Г. Дембицкий

«_____» _____ 20____ г.

Колледж ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.08 ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА

Специальность 38.02.08 Торговое дело
ФГОС СПО утвержден приказом Минпросвещения России
от «19» июля 2023 г. № 548

Квалификация – Специалист торгового дела
Уровень подготовки – базовый
Форма подготовки – очная

Москва, 2025

Фонд оценочных средств предназначен для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений при освоении программы дисциплины ОП.08 Товарная политика основной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Оценивание знаний, умений и контроль сформированности компетенций осуществляется с помощью текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация проводятся в соответствии с Положением о формах, периодичности и порядке текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального образования РГУ им. А.Н. Косыгина.

В результате освоения дисциплины ОП. 08 «Товарная политика» обучающийся должен обладать предусмотренными ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело, следующими умениями (У) и знаниями (З), которые формируют общие (ОК) и профессиональные компетенции (ПК):

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен иметь навыки:

Н1

- правления товарными запасами и потоками;
- приёма товаров по количеству и качеству;
- дентифицирования основных критериев и типа организаций розничной и оптовой торговли.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен *уметь*:

У 1.1

- пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;
- проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;
- обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы;
- анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;
- создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;
- составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;
- обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;
- обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.

У1

- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действия;
- определять необходимые ресурсы;
- применять актуальные методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовывать составленный план;
- оценивать результат и последствия

У2

- определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска;
- структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска;
- оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;
- использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен *знать*:

З 1.1

- методов и инструментов работы с базами данных внутренних и внешних рынков;
- требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;
- стандартов и требований внешних рынков к товарной продукции.

З1

- методы оценки эффективности и качества выполнения задач;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.

З2

- перечень информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;
- приемы структурирования информации;
- формат оформления результатов поиска информации,
- современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

ОК 1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 2 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ПК 1.1 Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.

Оценка сформированных компетенций

Элемент дисциплины	Текущий контроль		Промежуточная аттестация	
	Формы контроля	Проверяемые У, З, ОК, ПК	Формы контроля	Проверяемые ОК, ПК
Раздел 1. Методологические основы коммерческой деятельности в торговых организациях	Практическая работа Устный опрос	ОК 1, ОК 2, ПК 1.1, У1, У2, У3, З1, З2, Н 1	Зачет с оценкой	ОК 1, ОК 2, ПК 1.1, У1, У2, З1, З2, Н 1
Раздел 2. Оптовая торговля	Практическая работа Устный опрос	ОК 1, ОК 2, ПК 1.1, У1, У2, З1, З2, Н 1		
Раздел 3. Розничная торговля	Практическая работа Устный опрос	ОК 1, ОК 2, ПК 1.1, У1, У2 З1, З2, Н 1		

Оценка освоения дисциплины

Оценка		
Отлично / зачтено	Хорошо	Удовлетворительно
<i>Знает:</i> основные понятия, категории и инструменты, применяемые коммерческой организацией при управлении запасами; основные методы количественной и качественной оценки товаров; основные критерии и типы организаций розничной и оптовой торговли; основные приемы и методы закупочной и коммерческой логистики; порядок проведения ABC– анализа, XYZ – анализа, двухмерного анализа; теоретические и	<i>Знает:</i> основные понятия, категории и инструменты, применяемые коммерческой организацией при управлении запасами; основные методы количественной и качественной оценки товаров; основные критерии и типы организаций розничной и оптовой торговли; основные приемы и методы закупочной и коммерческой логистики; порядок проведения ABC– анализа, XYZ – анализа,	<i>Знает:</i> основы учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности. <i>Умеет:</i> Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и

практические подходы к определению оптимального размера товарооборота и ассортиментного состава; Наиболее эффективные информационно - коммуникативные технологии в рамках планирования деятельности торгового предприятия. <i>Умеет:</i> Управлять товарными запасами и потоками; Принимать товары по количеству и качеству; Идентифицировать основные критерии и тип организаций розничной и оптовой торговли; Применять приемы и методы закупочной и коммерческой логистики; Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование; ABC-XYZ – анализ, для решения практических задач коммерческой деятельности; Организовывать эффективную работу торгового предприятия; Использовать информационно-коммуникационные технологии в рамках планирования основных бизнес-процессов торгового предприятия.	двухмерного анализа; <i>Умеет:</i> Управлять товарными запасами и потоками; Принимать товары по количеству и качеству; Идентифицировать основные критерии и тип организаций розничной и оптовой торговли; Применять приемы и методы закупочной и коммерческой логистики; Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование; ABC-XYZ – анализ, для решения практических задач коммерческой деятельности;	личностного развития, идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли.
---	--	--

ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ В ФОРМАТЕ ИЗУЧАЕМОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

1. Для текущего контроля

1.1 Практические задания

Задание 1. К какой классификационной группе относятся следующие товары:

- словарь иностранных слов,
- хлеб,
- зонтик от дождя,
- цветной телевизор «Самсунг»?

Задание 2. Рассмотрите широту, глубину и гармоничность товарного ассортимента на примере напитков.

Задание 3. Оцените потребительскую привлекательность продукта (по Вашему выбору) по десятибалльной шкале, исходя из следующих критериев (табл. 1):

Таблица 1

Оценка потребительской привлекательности продукта

Критерии	Результат, баллы	
	Эталон, баллы	Фактически, баллы
1. Степень полезности товара		
2. Качество материала, из которого изготовлен продукт		
3. Эстетичность и дизайн продукта		
4. Соответствие моде, престижность		
5. Удобство в использовании и уходе (хранении)		
6. Соответствие цены качеству товара		
Итого		

Задание 4. Ваша компания является крупным производителем шоколадной продукции в РТ. Разработайте товарную политику вашей фирмы:

- сегментируйте рынок по двум критериям и определите целевые сегменты;
- определите товарный ассортимент и укажите его широту, глубину;
- определите способы продления жизненного цикла Вашей продукции;
- позиционируйте товар с помощью карты конкурентной позиции;
- разработайте товарный знак, выделив в нем ассортиментную и фирменную части;
- разработайте макет упаковки Вашей продукции.

Задание 5. Необходимо произвести выравнивание приведенных ниже показателей

товарооборота магазина за последние 5 лет (табл. 2) и спрогнозировать товарооборот в 2028 г. по методу проекции тренда.

Таблица 2

Таблица исходных данных

Годы	Товарооборот, тыс.руб.
2019	390
2020	439
2021	458
2022	522
2023	598

Задание 6. Рассчитать коэффициент эластичности спроса на клубнику, если при повышении цены с 50 до 100 руб. за 1 кг спрос снизился в 2,5 раза.

Задание 7. Традиционно применяя затратный метод ценообразования, владелец киоска получает 20% прибыли к затратам. Закупочная цена товара А – 2 тыс.руб./ед., товара Б – 20 тыс.руб./кг.

Объем закупок товара А – 2 тыс.шт., товара Б – 100 кг. Транспортные расходы – 2 млн.руб., стоимость аренды – 100 тыс.руб. в день, заработная плата продавца – 300 тыс.руб. в неделю.

Товар предполагается продать за неделю. Требуется определить продажные цены товаров.

Задание 8. Подготовка информации для проведения рекламной кампании.

Фирма – изготовитель автомобилей (велосипедов, пылесосов, швейных машинок, бытовых холодильников) обратилась в рекламное агентство с заказом на проведение рекламной кампании в Набережных Челнах. С целью получения информации, необходимой для организации эффективной рекламной кампании, рекламное агентство проводит опрос руководящих работников фирмы с помощью опросного листа.

Задание 9. На примере коммерческого банка РТ оцените конкурентоспособность банковских

услуг на региональном рынке и заполните матрицу SWOT. Проанализируйте профиль среды и

сформулируйте вывод, какие из факторов среды имеют относительно более важное значение для

коммерческого банка, а какие факторы заслуживают меньшего внимания.

Задание 10. Разработайте товарную политику парикмахерской:

- определите ассортимент услуг и укажите его широту, глубину;
- определите способы продления жизненного цикла услуг;
- позиционируйте услугу (любую) в регионе с помощью карты конкурентной позиции;
- разработайте товарный знак, выделив в нем ассортиментную и фирменную части.

Задание 11. Разработайте для SPA-салона коммуникационную политику:

- укажите вид, цели, функции рекламы,
- определите средства продвижения услуг,
- разработайте макет рекламного сообщения в газету.

Задание 12. Производитель женских наручных часов намерен обновить их ассортимент.

Характеристиками наручных часов являются:

- 1) точность хода;
- 2) противоударное устройство;
- 3) пылеводонепроницаемость;
- 4) автоматический подзавод;
- 5) сигнальное устройство;
- 6) дизайн;
- 7) элементы и свойства украшений;
- 8) размеры и форма корпуса;
- 9) вес;
- 10) престижность.

Проведите исследование потребительских предпочтений среди студентов группы методом опроса. Подготовьте предложения по новым моделям часов, их дизайну и основным характеристикам. Определите две наиболее важные характеристики женских наручных часов, являющиеся критериями покупательского выбора марки. Методом опроса выявите степень соответствия нескольких марок часов этим критериям. Начертите карту восприятия, обозначив позиции каждой из марок часов.

Задание 13. Составьте многоуровневую модель товара на примере пылесоса, выделив первый уровень - товар по замыслу, второй уровень - товар в реальном исполнении, третий уровень - товар с подкреплением.

Задание 14. Разработайте вопросы для анкетного опроса потребителей азербайджанского 100% гранатового сока емкостью 1 литр для выяснения их предпочтений относительно упаковки этого товара. Какие требования предъявляются к упаковке? Укажите информационные и изобразительные элементы, наносимые на упаковку. Проанализируйте влияние упаковки на потребление гранатового сока с марочным именем «NEW FIDAN»). Рассмотрите целесообразность разработки экологически безопасной упаковки.

Сделайте несколько вариантов предложений по совершенствованию упаковки анализируемого товара:

- 1) принципиально новый вариант упаковки;
- 2) новый дизайн упаковки;
- 3) размещение новой информации на прежней упаковке;
- 4) нанесение на упаковку новых знаков и др.

Спланируйте процесс разработки упаковки по этапам.

Задание 15. В мебельном центре «Алые паруса» организовали сервисную службу по техническому и торговому обслуживанию покупателей. Предложите несколько вариантов форм обслуживания покупателей по техническому и торговому обслуживанию до и после покупки мебели. Обоснуйте свои предложения.

Задание 16. Проведите трехмерный анализ предложенных вам товаров (перечень товаров задается индивидуально).

Задание 17. Постройте мультиатрибутивные модели предложенных товаров (перечень товаров задается индивидуально).

Задание 18. Позиционируйте предложенные вам марки товаров (перечень товаров и марок задается индивидуально).

Задание 19. Разработайте наиболее целесообразный, с вашей точки зрения, вариант сегментации рынка банковских услуг.

1.2 Вопросы к устному опросу

1. Понятие товарной политики, стратегия и тактика предприятия.
2. Миссии предприятия и ее виды.
3. Классификация товаров в маркетинге.
4. Основные проблемы товарной политики предприятия.
5. Основные понятия товарной политики: товар, качество, дизайн, упаковка, марка.
6. Брэнд, факторы, влияющие на развитие брэнда.
7. Основные стадии жизненного цикла товара.
8. Способы продления жизненного цикла товара на разных его стадиях.
9. Марочная и брэндовая политика предприятия.
10. Основные товарные стратегии: сегментирование рынка, недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.
11. Понятие и назначение упаковки товара.
12. Функции упаковки товара.
13. Роль упаковки в современной товарной политике.
14. Маркировка товара и штриховое кодирование.
15. Понятия качества и конкурентоспособности товара, взаимосвязь и отличие.
16. Конкурентоспособность товара и ее показатели.
17. Методика оценки конкурентоспособности товара.
18. Проблемы повышения качества и конкурентоспособности товара.
19. Правовые основы регулирования качества и конкурентоспособности товара в РФ.
20. Понятия товарного ассортимента и номенклатуры.
21. Анализ товарного ассортимента и номенклатуры.
22. Метод ABC анализа ассортимента товаров.
23. Управление ассортиментом продукции.
24. Пути формирования ассортимента товаров.
25. технология планирования ассортимента продукции.
26. Сетевой график цикла планирования ассортимента товаров.
27. Понятие нового товара, примеры.
28. Стратегии предприятия выхода на рынок с новым товаром.
29. Общая схема процесса создания нового товара.
30. Основные источники поиска идей нового товара.
31. Логико-систематические методы генерации идей новых товаров.
32. Интуитивно-творческие методы генерации идей новых товаров.
33. Процесс отбора идей нового товара.
34. Анализ экономической эффективности нового товара и его возможных продаж.
35. Тестирование нового товара в условиях рынка.
36. Методы изучения отношения потребителя к новым товарам.
37. Контрольное и стандартное тестирование нового товара.
38. Вывод нового товара на рынок.
39. Сущность и принципы системы сервиса на предприятии.
40. Задачи системы сервисного обслуживания.
41. Виды сервисного обслуживания.
42. Организация системы сервиса.
43. Служба сервиса и ее функции.

44. Сущность и основные функции канала распределения.
45. Выбор каналов распределения (сбыта) продукции.
46. Виды маркетинговых системы распределения товаров.
47. Роль цены в эффективной сбытовой политике.
48. Анализ спроса на продукцию и формирование портфеля заказов.
49. Понятие товарной политики, стратегия и тактика предприятия.
50. Миссии предприятия и ее виды.
51. Классификация товаров в маркетинге.
52. Основные проблемы товарной политики предприятия.
53. Основные понятия товарной политики: товар, качество, дизайн, упаковка, марка.
54. Брэнд, факторы, влияющие на развитие брэнда.
55. Основные стадии жизненного цикла товара.
56. Способы продления жизненного цикла товара на разных его стадиях.
57. Марочная и брэндовая политика предприятия.
58. Основные товарные стратегии: сегментирование рынка, недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.
59. Понятие и назначение упаковки товара.
60. Функции упаковки товара.
61. Роль упаковки в современной товарной политике.
62. Маркировка товара и штриховое кодирование.
63. Понятия качества и конкурентоспособности товара, взаимосвязь и отличие.
64. Конкурентоспособность товара и ее показатели.
65. Методика оценки конкурентоспособности товара.
66. Проблемы повышения качества и конкурентоспособности товара.
67. Правовые основы регулирования качества и конкурентоспособности товара в РБ.
68. Понятия товарного ассортимента и номенклатуры.
69. Анализ товарного ассортимента и номенклатуры.
70. Метод ABC анализа ассортимента товаров.
71. Управление ассортиментом продукции.
72. Пути формирования ассортимента товаров.
73. технология планирования ассортимента продукции.
74. Сетевой график цикла планирования ассортимента товаров.
75. Понятие нового товара, примеры.
76. Стратегии предприятия выхода на рынок с новым товаром.
77. Общая схема процесса создания нового товара.
78. Основные источники поиска идей нового товара.
79. Логико-систематические методы генерации идей новых товаров.
80. Интуитивно-творческие методы генерации идей новых товаров.
81. Процесс отбора идей нового товара.
82. Анализ экономической эффективности нового товара и его возможных продаж.
83. Тестирование нового товара в условиях рынка.
84. Методы изучения отношения потребителя к новым товарам.
85. Контрольное и стандартное тестирование нового товара.
86. Вывод нового товара на рынок.
87. Сущность и принципы системы сервиса на предприятии.
88. Задачи системы сервисного обслуживания.
89. Виды сервисного обслуживания.
90. Организация системы сервиса.
91. Служба сервиса и ее функции.
92. Сущность и основные функции канала распределения.
93. Выбор каналов распределения (сбыта) продукции.
94. Виды маркетинговых системы распределения товаров.
95. Роль цены в эффективной сбытовой политике.
96. Анализ спроса на продукцию и формирование портфеля заказов.

97. Понятие товарной политики, стратегия и тактика предприятия.
98. Миссии предприятия и ее виды.
99. Классификация товаров в маркетинге.
100. Основные проблемы товарной политики предприятия.
101. Основные понятия товарной политики: товар, качество, дизайн, упаковка, марка.
102. Брэнд, факторы, влияющие на развитие брэнда.
103. Основные стадии жизненного цикла товара.
104. Способы продления жизненного цикла товара на разных его стадиях.
105. Марочная и брэндовая политика предприятия.
106. Основные товарные стратегии: сегментирование рынка, недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.
107. Понятие и назначение упаковки товара.
108. Функции упаковки товара.
109. Роль упаковки в современной товарной политике.
110. Маркировка товара и штриховое кодирование.
111. Понятия качества и конкурентоспособности товара, взаимосвязь и отличие.
112. Конкурентоспособность товара и ее показатели.
113. Методика оценки конкурентоспособности товара.
114. Проблемы повышения качества и конкурентоспособности товара.
115. Правовые основы регулирования качества и конкурентоспособности товара в РФ.
116. Понятия товарного ассортимента и номенклатуры.
117. Анализ товарного ассортимента и номенклатуры.
118. Метод ABC анализа ассортимента товаров.
119. Управление ассортиментом продукции.
120. Пути формирования ассортимента товаров.
121. технология планирования ассортимента продукции.
122. Сетевой график цикла планирования ассортимента товаров.
123. Понятие нового товара, примеры.
124. Стратегии предприятия выхода на рынок с новым товаром.
125. Общая схема процесса создания нового товара.
126. Основные источники поиска идей нового товара.
127. Логико-систематические методы генерации идей новых товаров.
128. Интуитивно-творческие методы генерации идей новых товаров.
129. Процесс отбора идей нового товара.
130. Анализ экономической эффективности нового товара и его возможных продаж.
131. Тестирование нового товара в условиях рынка.
132. Методы изучения отношения потребителя к новым товарам.
133. Контрольное и стандартное тестирование нового товара.
134. Вывод нового товара на рынок.
135. Сущность и принципы системы сервиса на предприятии.
136. Задачи системы сервисного обслуживания.
137. Виды сервисного обслуживания.
138. Организация системы сервиса.
139. Служба сервиса и ее функции.
140. Сущность и основные функции канала распределения.
141. Выбор каналов распределения (сбыта) продукции.
142. Виды маркетинговых системы распределения товаров.
143. Роль цены в эффективной сбытовой политике.

2. Для промежуточной аттестации:**2.1 Примерный перечень вопросов:**

1. Товарная политика: ее сущность и основные направления.
2. Цели и задачи товарной политики.
3. Товарная политика в Республике Беларусь.
4. Понятие товара с точки зрения маркетинга.
5. Характеристика свойств товара.
6. Понятие «зеленого товара».
7. Запланированное и искусственное устаревание товара.
8. Маркетинговая классификация товаров.
9. Понятие упаковки и ее основное назначение.
10. Классификация упаковки.
11. Функции упаковки.
12. Упаковка как средство реализации маркетинга.
13. Концепция создания упаковки.
14. Маркировка: функции и требования.
15. Производственная маркировка.
16. Торговая маркировка.
17. Структура маркировки.
18. Штриховое кодирование.
19. Понятие товарного знака.
20. Виды товарных знаков.
21. Основные требования, предъявляемые к товарному знаку.
22. Решения об использовании товарного знака.
23. Основные правила использования товарного знака.
24. Правовая охрана товарного знака.
25. Правовая охрана товарного знака в Республике Беларусь.
26. Проблемы поддержания правовой защиты товарного знака.
27. Сервис: понятие и назначение.
28. Виды сервиса.
29. Организация сервиса.
30. Служба сервиса на предприятии
31. Понятие качества товара с точки зрения маркетинга.
32. Управление качеством товара в системе маркетинга.
33. Стандартизация в системе обеспечения качества.
34. Сертификация в системе обеспечения качества.
35. Понятие конкурентоспособности товара.
36. Методологические подходы к оценке конкурентной продукции.
37. Последовательность процесса оценки конкурентоспособности.
38. Сущность и значение концепции ЖЦТ.
39. Характеристика этапа вывода товара на рынок.
40. Характеристика этапа роста товара.
41. Характеристика этапа зрелости.
42. Характеристика этапа упадка.
43. Стратегии маркетинга на этапах ЖЦТ.
44. Виды ЖЦТ.

45. Понятие нового товара в маркетинге.
46. Классификация нововведений.
47. Значение новых товаров.
48. Факторы успешности и причины неудач нововведений.
49. Процесс разработки новых товаров в системе маркетинга.
50. Роль службы маркетинга в процессе создания нового товара.
51. Понятие номенклатуры и ассортимента.
52. Свойства и показатели товарной номенклатуры.
53. Решения в области товарной номенклатуры.
54. Управление товарной номенклатурой.
55. Планирование товарного ассортимента.
56. Понятие и классификация торгового ассортимента
57. Показатели торгового ассортимента и их анализ