

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"

Кафедра маркетинга

Авторы-составители: **Керзина Евгения Александровна**
Антинескул Екатерина Александровна

Рабочая программа дисциплины
КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
Код УМК 93627

Утверждено
Протокол №10
от «03» июня 2020 г.

Пермь, 2020

1. Наименование дисциплины

Категорийный менеджмент

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **38.03.06** Торговое дело
направленность Маркетинг

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Категорийный менеджмент** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

38.03.06 Торговое дело (направленность : Маркетинг)

ПК.7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	38.03.06 Торговое дело (направленность: Маркетинг)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	11
Объем дисциплины (з.е.)	4
Объем дисциплины (ак.час.)	144
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	56
Проведение лекционных занятий	28
Проведение практических занятий, семинаров	28
Самостоятельная работа (ак.час.)	88
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Письменное контрольное мероприятие (3)
Формы промежуточной аттестации	Экзамен (11 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Входной контроль

Тема 1. Введение в категорийный менеджмент.

История и определение категорийного менеджмента. Основные отличия и преимущества категорийного менеджмента по сравнению с классическим товароведением. Категория – основа для управления ассортиментом. Четыре основных правила категорийного управления. Управление ассортиментом магазина: цели и задачи: категорийный менеджмент как новый подход к управлению ассортиментом. Подготовка к внедрению категорийного менеджмента в компании. Бизнес-процесс «управление ассортиментом в компании». Определение принципов ассортиментной политики как части конкурентной стратегии компании. Изучение потребителей как основа категорийного менеджмента. Формирование ассортиментной матрицы и ассортиментного минимума. Организационная структура коммерческого отдела. Взаимодействие отделов – матричная структура компании. Место категорийного менеджера в структуре. Взаимодействие с отделами розничных продаж (магазины) и отделом маркетинга. Согласование планов. Новая должность - категорийный менеджер. Его задачи, функциональные обязанности и зона ответственности. Необходимая квалификация и путь развития: от закупщика к категорийщику. Функционал и должностные обязанности закупщика и категорийного менеджера. Структура коммерческого отдела. Инструменты категорийного менеджера и их использование. Мотивация категорийного менеджера (оклад, оклад + процент, система KPI). Опасность профессионального выгорания.

Тема 2. Стратегия управления ассортиментом

Ассортиментная политика предприятия. Стратегия и ассортимент. Виды конкурентных стратегий. Позиционирование магазина и конкурентные преимущества. Примеры из практики. Определение принципов ассортиментной политики как части конкурентной стратегии компании. Изучение потребителей как основа управления ассортиментом. Сегментирование покупателей (социально-демографическое, поведенческое, типология VALS, и др.) Основы психологии поведения потребителя. Как выбирает потребитель - категория или бренд.

Тема 3. Методология категорийного менеджмента. Тактика управления ассортиментом

Структурирование ассортимента. Дерево ассортимента - товарный классификатор (классы, группы, категории). Ассортиментная матрица, ассортиментный минимум. Позиционирование магазина в зависимости от ассортиментной матрицы. Свойства ассортимента – ширина, глубина. Как соотносится товарная специфика магазина и развитие ассортимента вглубь или в ширину. Торговый формат и изменение формата магазинов. Формирование (выделение) категорий. Определение товаров, входящих в категорию. Понятие категории. Традиционный и творческий подход к выделению категорий. Определение структуры категории. Бренд, цена, свойства, единицы учета в составе категории. Жесткие и мягкие категории. Дерево покупательских решений. Балансировка по ширине (роли категорий). Определение роли категории. Рекомендуемое соотношение категорий в ассортименте. Кросс-категориальный анализ. Определение потенциала категории. Принятие решение о развитии ассортимента. Меры по оптимизации ассортимента – стоит ли вводить новые категории. Балансировка по глубине (товары внутри категории). Вклад товаров категории в достижение целей магазина. Соотношение роли категории и целей магазина. Принятие решение о вводе и выводе товарных позиций. Ввод и вывод новых товаров. Какие цели необходимо скорректировать при оптимизации ассортимента. «Рога Исида» - внутренний кризис. Опасность стагнации ассортимента. Жизненный цикл товара и его влияние на развитие ассортимента.

Тема 4. Ценообразование при управлении категориями.

Стратегии ценообразования. Основные методы ценообразования (по издержкам, безубыточность, KVI, конкурентная среда, покупательская ценность, эластичность, демпинг и т.п.). Ограничения в применении методов. Вопросы ценообразования в разрезе управления ассортиментом по категориям. Факторы эффективного ценообразования. Бизнес-процесс «Ценообразование в розничной компании». Роль категорийного менеджера в ценообразовании. Ценообразование для товарных категорий с различными ролями в ассортименте. Принцип «лидерства по убыткам».

Тема 5. Управление поставщиками

Выбор поставщика. Критерии выбора. Оценка поставщика. Крупные и мелкие поставщики. Рейтинги поставщиков (оценка весов критериев). Стратегия поведения с Поставщиками. Сила позиции. Тактика взаимоотношений с поставщиками. Получение скидки. Получение бонуса. Уменьшение себестоимости. Совместные действия с поставщиком по товару. Совместные действия с поставщиком по цене. Особые условия договора.

Переговоры в процессе закупки. Переговоры – основной способ управления поставщиками. Подготовка и проведение результативных переговоров. Различные стратегии ведения переговоров. «Нет» в переговорах. «Жесткие» переговоры. Гарвардская модель. Суть переговоров. Области торга.

Тема 6. Оперативное управление категорией

Трехуровневая концепция мерчандайзинга. Внешний вид как важная составляющая восприятия магазина покупателями и как результат мощное средство стимулирования продаж. Правила организации торгового зала. Принципы распределения торговых площадей под разные категории. Практическое задание на оценку планировки и зонирования торгового зала магазина. Оценка эффективности использования торговых площадей. Основные правила и принципы выкладки товаров в торговом зале применительно к товарам разных категорий. Стандарты мерчандайзинга в розничной компании. Стимулирование продаж для товаров разных категорий. Категорийный мерчандайзинг и стимулирование продаж. Основные принципы распределения торгового пространства. Оценка эффективности использования торговых площадей. Методы стимулирования продаж в зависимости от целей компании. Типы стимулирования и целевая аудитория. Виды стимулирования продаж и уровень промо-активности для товарных категорий с различными ролями в ассортименте. Эффективность мероприятий по стимулированию продаж.

Тема 7. Методы анализа ассортимента. Анализ эффективности торговой деятельности и управления ассортиментом.

Оборачиваемость. Нормы оборачиваемости, формулы для подсчета оборачиваемости. Матрица оборачиваемости/маржинальности. ABC-анализ и XYZ-анализ. Совмещенный ABC-XYZ анализ. Логистический цикл товара. Расчет страхового запаса, точки перезаказа. Методы учета запасов ФИФО и ЛИФО. Дефицит и излишки (выявление причин, способы борьбы). Планирование ключевых показателей эффективности торговой деятельности. План-фактовый анализ. Анализ продаж и доходности (ABC-анализ). Прогноз стабильности продаж (XYZ-анализ). Прогноз продаж новых товаров (анализ ассортимента по параметрам влияния). Анализ сбалансированности ассортимента (выполнение всех ролей товарных категорий).

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторные занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

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.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Антинескул Е. А., Керзина Е. А., Ясырева А. А. Основы товарной политики: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров "Торговое дело" / Е. А. Антинескул, Е. А. Керзина, А. А. Ясырева ; ред. Л. А. Богданова. - Пермь: ПГНИУ, 2019, ISBN 978-5-7944-3323-4. - 102. - Библиогр.: с. 101. - Библиогр. в подстроч. примеч. <https://elis.psu.ru/node/575761>

2. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Е. И. Мазилкина. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 300 с. — ISBN 978-5-394-03162-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/57160.html>

3. Мазилкина, Е. И. Бизнес-планирование : учебное пособие для бакалавров / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Вузовское образование, 2017. — 336 с. — ISBN 978-5-4487-0007-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/63198.html>

Дополнительная:

1. Маркетинговый анализ и маркетинговая стратегия предприятия : методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Маркетинг» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / составители Н. А. Бондарева. — Москва : Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 44 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/72596.html>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<https://www.retail.ru> Интернет-журнал retail.ru

<http://www.acort.ru/> Ассоциация компаний розничной торговли

<https://vc.ru> Платформа для специалистов и предпринимателей

<https://www.moysklad.ru> Платформа Мой склад

<https://new-retail.ru> B2B портал new-retail.ru

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Категорийный менеджмент** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

1. Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
2. Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
3. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
4. Офисный пакет приложений;
5. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
6. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель);
7. Программа для просмотра интернет контента (браузер);
8. Облачные сервисы, размещенные в сети Интернет в свободном доступе и не требующие лицензионной платы: Trello.com, ZOOM//jitsi, GoogleDocs;
9. Редактор файлов от Яндекс.Диск, Google;
10. Социальные сети: VK/Facebook/Instagram/YouTube.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (**student.psu.ru**).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Лекционные занятия - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
2. Занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
3. Самостоятельная работа - аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.
4. Текущий контроль - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

5. Индивидуальные и групповые консультации аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

В случае инклюзивного обучения занятия будут проводиться в корпусе 8, имеющем пандус, лифт.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Категорийный менеджмент

Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.
Индикаторы и критерии их оценивания

ПК.7

способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ПК.7 способность организовывать и планировать материально- техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	ЗНАТЬ методы материально- технического обеспечения предприятий, алгоритм закупки и продажи товаров; УМЕТЬ выбирать и обосновывать выбор методов материально-технического обеспечения предприятий; алгоритма закупки и продажи товаров.	Неудовлетворител Не знает и не умеет организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров Удовлетворительн Знает, но не умеет организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров Хорошо Знает и умеет, допуская ошибки, организовывать и планировать материально- техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров Отлично Знает и умеет рганизовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 90

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 90

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Входной контроль Входное тестирование	Знать: Определение категорийного менеджмента; Показатели ассортимента.
ПК.7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Тема 3. Методология категорийного менеджмента. Тактика управления ассортиментом Письменное контрольное мероприятие	- знать методологии категорийного менеджмента, в которой отражены отличительные признаки категорийного менеджмента по сравнению с традиционными способами управления ассортиментом в торговле.
ПК.7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Тема 6. Оперативное управление категорией Письменное контрольное мероприятие	- владение навыками анализа ассортимента и вопросам изучения потребителей;- знание элементов категорийного менеджмента и способов управления ими.
ПК.7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Тема 7. Методы анализа ассортимента. Анализ эффективности торговой деятельности и управления ассортиментом. Письменное контрольное мероприятие	- знание особенностей управления поставщиками и отдельные моменты ведения переговоров с поставщиками;- владение основными понятиями в области категорийного менеджмента

Спецификация мероприятий текущего контроля

Входной контроль

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
81-100%	6
61-80%	5
41-60%	3
менее 41%	2

Тема 3. Методология категорийного менеджмента. Тактика управления ассортиментом

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **15**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-70% правильных ответов	21
41-60% правильных ответов	18
Проходной балл	15
менее 41% правильных ответов	14

Тема 6. Оперативное управление категорией

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **15**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-70% правильных ответов	21
41-60% правильных ответов	18
Проходной балл	15
менее 41% правильных ответов	14

Тема 7. Методы анализа ассортимента. Анализ эффективности торговой деятельности и управления ассортиментом.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **12.8**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	40
61-70% правильных ответов	28

41-60% правильных ответов	24
Проходной балл	17
менее 41% правильных ответов	16