

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.04 «Категорийный менеджмент»
Направление подготовки
38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистр)
Направленность (профиль) программы:
«Стратегии и инновации в коммерции»

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистр).

1. Место дисциплины в структуре ООП.

Учебная дисциплина «Категорийный менеджмент» относится к вариативной части учебного плана по направлению 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистр).

2. Цель и задачи дисциплины, требования к результатам освоения дисциплины.

Цель дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Категорийный менеджмент» является формирование компетенций для управления ассортиментом товаров в торговой организации (предприятии), основанных на использовании технологии категорийного менеджмента, то есть управления товарными категориями. Новая технология управления позволяет повысить эффективность управления ассортиментом товаров в торговой организации, создает механизм, обеспечивающий более быструю и качественную реакцию на изменение требований и запросов потребителей.

Учебные задачи дисциплины:

Задачами дисциплины являются:

- усвоение основных понятий в области категорийного менеджмента;
- рассмотрение целей, задач и принципов системы категорийного менеджмента;
- определение товарных категорий как объектов категорийного менеджмента;
- изучение концепций товарного менеджмента и выявление их отличий от классических концепций управления торговым ассортиментом;
- рассмотрение процесса управления товарными категориями, характеристика этапов этого процесса;
- формирование умений определять товарные категории и оценивать их эффективность.

Дисциплина «Категорийный менеджмент» основывается на знании следующих дисциплин: «Государственное регулирование торговой деятельности», «Хозяйственная деятельность торговых сетей», «Методы анализа торговой конъюнктуры», «Современные технологии в оптовой торговле».

Для успешного освоения дисциплины «Категорийный менеджмент», магистрант должен:

Знать:

- ассортимент товаров: понятие, классификацию, свойства и показатели;
- управление ассортиментом: факторы, влияющие на формирование ассортимента;
- ассортиментную политику: цели, задачи, основные направления, обоснование их выбора;

– менеджмент качества продукции и процессов: понятия, средства и методы управления.

Уметь:

- анализировать структуру категорийного менеджмента;
- определять товарные категории с учетом принципов взаимозаменяемости и/или дополняемости;
- устанавливать средства и методы деятельности категорийного менеджмента на разных этапах процесса управления товарными категориями;
- оценивать эффективность деятельности по управлению товарными категориями.

Владеть: умением определять товарные категории и применять методику эффективного отклика на запросы потребителей.

Изучение дисциплины «Категорийный менеджмент» необходимо для дальнейшего прохождения преддипломной практики и прохождения государственной итоговой аттестации.

Требования к результатам освоения содержания дисциплины:

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

вид деятельности: проектная деятельность

ПК-10 - способностью к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий

В результате освоения компетенции **ПК-10** магистрант должен:

1. **Знать:** - методы прогнозирования, проектирования и управления ассортиментом товара;
2. **Уметь:** - структурировать ассортимент и выделять категории
- управлять ассортиментом товаров на основе технологий категорийного менеджмента.
3. **Владеть:** - способностью анализировать ассортимент товаров
- готовностью планирования закупки категории товара и контроля за его продажей

3. Содержание дисциплины (содержание разделов дисциплины, разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами, разделы дисциплины и виды занятий).

Раздел 1. Методологические основы категорийного менеджмента

Тема 1. Введение в категорийный менеджмент.

Предмет и содержание дисциплины «Категорийный менеджмент», ее место в системе дисциплин. Роль дисциплины в формировании современной системы знаний в коммерческой подготовке выпускников для сферы товарного обращения. Сущность управления категорией. Эволюция концепций управления ассортиментом. История становления и сущность категорийного менеджмента. Специфика категорийного менеджмента.

Формируемые компетенции: ПК-10.

Тема 2. Управление ассортиментом розничного торгового предприятия.

Цели и задачи управления ассортимента розничного торгового предприятия. Классификация товаров для целей управления. Стратегическое и оперативное управление ассортиментом розничного торгового предприятия. Конкурентная стратегия и сегментация

потребителей как основа для формирования ассортимента товаров. Разработка положения об ассортиментной политике розничного торгового предприятия. Методы управления ассортиментом в торговле. Типовые сложности в управлении ассортиментом розничного торгового предприятия. Особенности управления укрупненным ассортиментом товаров. Особенности управления ассортиментом в магазинах разного формата. Роль информационных технологий в управлении ассортиментом товаров.

Формируемые компетенции: ПК-10.

Тема 3. Внедрение категорийного менеджмента в розничной торговой организации. Происхождение, эволюция, определение, сфера применения категорийного менеджмента. Отличия традиционной системы закупок от управления ассортиментом по товарным категориям. Основные этапы при переходе торговой организации на категорийный менеджмент. Проектирование организационной структуры управления ассортиментом розничной торговой организации при переходе на категорийный менеджмент. Адаптация бизнес-процессов организации к практике категорийного менеджмента. Место и роль категорийных менеджеров в структуре управления торговой организации. Категорийный менеджер: решаемые задачи, функциональные обязанности. Зона ответственности. Квалификационные требования, предъявляемые к должности категорийного менеджера

Формируемые компетенции: ПК-10.

Тема 4. Формирование товарных категорий.

Понятие товарной категории. Формирование номенклатуры товарных категорий. Выбор основополагающего признака классификации. Товарный классификатор: понятие, уровни, примеры. Ассортиментная матрица: понятие, формирование. Формирование структуры категории (компонентов категории). «Жесткие» и «мягкие» категории. Определение роли категории в структуре ассортимента. Вклад отдельных товаров категории в достижение целей магазина. Формирование ассортимента категории. Роль категории в магазине определенного формата и тактика в отношении ассортиментного наполнения, выкладки

Формируемые компетенции: ПК-10.

Тема 5. Управление ассортиментом категории.

Анализ сбалансированности ассортимента категории. Анализ рентабельности ассортимента. Оптимизация структуры категории. Корректировка цен на товары внутри категорий. Ценообразование для товарных категорий с различной ролью в ассортименте. Технология управления отдельными категориями.

Формируемые компетенции: ПК-10.

Тема 6. Анализ результатов управления ассортиментом розничного торгового предприятия.

Традиционный анализ ассортимента. Анализ продаж и доходности (ABC-анализ). Прогноз стабильности продаж (XYZ-анализ). Совмещенный ABC и XYZ-анализ. Оборачиваемость товарных запасов. Прогноз продаж новых товаров (анализ ассортимента по параметрам влияния).

Формируемые компетенции: ПК-10.

Тема 7. Методы категорийного менеджмента.

Ассортиментной матрицы. Этапы построения ассортиментной матрицы. Правила и алгоритм построения ассортиментной матрицы. Методы анализа и оценки сформированного ассортимента.

Формируемые компетенции: ПК-10.

Тема 8. Стратегии и тактики в категорийном менеджменте.

Основные стратегии управления категориями. Роли категорий и используемые стратегии. Тактические решения, реализующие стратегии категории. «Движущие механизмы» при реализации стратегий. Взаимосвязь маркетинга и тактики управления ассортиментом.

Формируемые компетенции: ПК-10.

Объем дисциплины: 144 часа / 4 з.е.

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Семестр: 3.

Разработчик:
технологий, Писарева Е.В.

заведующая кафедрой Торгового дела и информационных