

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ОД.8 КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки:

38.04.06 Торговое дело (Направленность (профиль): Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг)

Трудоемкость: 3 з.е.

Промежуточная аттестация: экзамен

Автор: Л.М. Струминская, канд. пед. наук, доцент

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Категорийный менеджмент» является углубленное изучение процессов управления ассортиментом товаров в торговой организации (предприятии), основанных на использовании технологии управления товарными категориями. Данная технология позволяет повысить эффективность управления ассортиментом товаров в торговой организации, создает механизм, обеспечивающий более быструю и качественную реакцию на изменение требований и запросов потребителей.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности:

– в области торгово-технологической деятельности - выбор инновационных систем закупки и продажи товаров, торгового обслуживания покупателей;

– в области организационно-управленческой деятельности - разработка и управление товарной политикой организации (предприятия);

- в области научно-исследовательской деятельности - изучение прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности (маркетинговой, или коммерческой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или экспертной);

- в области проектной деятельности - прогнозирование и проектирование ассортимента товаров.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Категорийный менеджмент» относится к обязательным дисциплинам *вариативной* части (индекс Б1.В.ОД.8) учебного плана.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин: «Стратегический маркетинг», «Стратегическое управление коммерческой деятельностью на рынке товаров и услуг», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности».

Содержание дисциплины обеспечивает преемственность и связь с дисциплиной «Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики».

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения программы магистратуры – направлены на формирование следующих компетенций:

ОК-8 способностью критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска

ПК-1 способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров

ПК-5 способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

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

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение

Понятие, сущность и задачи управления товарными категориями. Структура дисциплины. Роль дисциплины в формировании современной системы знаний в коммерческой подготовке магистрантов для сферы товарного обращения.

Тема 2. Общие вопросы управления ассортиментом в торговой организации (предприятии)

Цели, задачи, функции управления ассортиментом. Показатели, характеризующие состояние ассортимента. Факторы, определяющие построение ассортимента.

Стратегическое, тактическое и оперативное управление ассортиментом. Этапы формирования ассортимента в магазине. Сущность и составляющие ассортиментной политики торговой организации (предприятия). Ценовая политика торговой организации.

Тема 3. Внедрение категорийного менеджмента в торговой организации (предприятии)

Происхождение, эволюция, определение, сфера применения категорийного менеджмента. Отличия традиционной системы управления ассортиментом от управления по товарным категориям. Концепция ECR (Efficient Consumer Response) – основа категорийного менеджмента.

Понятия категорийного менеджмента: стратегическая бизнес-единица, бизнес-портфель, категория товаров, ассортиментная матрица, товарный классификатор.

Основные этапы при переходе торговой организации (предприятия) на категорийный менеджмент. Проектирование организационной структуры управления ассортиментом розничной организации (предприятия) при переходе на категорийный менеджмент. Адаптация бизнес-процессов организации к практике категорийного менеджмента.

Место и роль категорийных менеджеров в структуре управления торговой организации (предприятия). Категорийный менеджер: решаемые задачи, функциональные обязанности, зона ответственности, роль в достижении стратегических целей организации. Квалификационные требования, предъявляемые к должности категорийного менеджера.

Тема 4. Методология категорийного менеджмента

4.1. Выделение и формирование товарных категорий.

Выделение товарных категорий в ассортименте. Товарный классификатор: уровни, примеры. Формирование ассортиментной матрицы.

Формирование структуры категории (компонентов 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.

План категории – документ, фиксирующий стратегические и тактические решения относительно развития категории.

4.2. Управление ассортиментом категории.

Анализ сбалансированности ассортимента категории. Оптимизация структуры категории. Корректировка цен на товары внутри категорий. Распределение торговых площадей между категориями.

Тема 5. Анализ результатов управления ассортиментом

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

Тема 6. Оптимизация ассортимента в торговой организации (предприятии)

Типичные ошибки неправильного управления ассортиментом. Дефицит и излишки: причины возникновения, последствия. Способы реализации излишков.

Сущность, этапы, методы оптимизации ассортимента. Характеристика мероприятий по оптимизации: уточнение КРІ, корректировка, структуры ассортимента, корректировка ценовой политики, уточнение целевых групп покупателей, распределение торговых площадей в соответствии со значением ассортиментной категории.

Внесение изменений в стратегию и тактику ассортиментной политики торговой организации (предприятия).