

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

Экономический факультет
Кафедра «Торговое дело»

УТВЕРЖДАЮ:
Декан Экономического факультета
Е.С. Тхор
(подпись)
« 21 » апреля 2023 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ В ТОРГОВЛЕ»

По направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело
Профиль подготовки: «Коммерческая деятельность»

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Управление ассортиментом в торговле» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело – 26 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Управление ассортиментом в торговле» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (утверждённый приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 26.11.2020 г. № 963, зарегистрировано в Минюсте России 25.08.2020 г. № 59428).

СОСТАВИТЕЛИ:

д-р экон. наук, проф. Болдырев К.А. 
старший преподаватель Ретивцев И.В. 

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Торговое дело» «28» марта 2023 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой
«Торговое дело» 

д-р экон. наук, проф. Болдырев К.А.

Переутверждена: « » 2023 г., протокол №

Согласована (для обеспечивающей кафедры):

Переутверждена: « » 2023 г., протокол №

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии Экономического факультета «21» апреле 2023 г., протокол № 4.

Председатель учебно-методической
комиссии Экономического факультета 

Шаповалова Е.Н.

© Болдырев К.А., 2023 год
© Ретивцев И.В., 2023 год
© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ», 2023 год

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, её место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины заключается в формировании у обучающихся понимания относительно значимости ассортиментной политики для развития торгового предприятия, а также получения теоретических знаний и практических навыков по формированию и совершенствованию ассортимента торгового предприятия.

Задачами данного курса является получение обучающимися:

знаний о принципах управления ассортиментом товаров на торговом предприятии;

знаний относительно вопросов, связанных с организацией товародвижения на торговом предприятии;

знаний относительно вопросов, связанных с организацией договорных связей и закупок товаров;

умений относительно вопросов, связанных с определением потребности в товарах на торговом предприятии;

умений относительно вопросов, связанных с исчислением основных показателей ассортимента товаров;

навыков по планированию ассортимента товаров;

навыков относительно выявления проблем, управления и оптимизации ассортимента товаров.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Управление ассортиментом в торговле» входит в обязательную часть Блока 1 дисциплин подготовки.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются базовые знания макро- и микроэкономики, а также базовые умения и навыки проведения экономического анализа и оценивания эффективности функционирования коммерческих структур, в том числе в части организации общего управления и организации коммерческой деятельности.

Содержание дисциплины основывается на материалах изученных ранее дисциплин, в том числе: «Коммерческая деятельность», «Рекламная деятельность в торговле», «Организация и стимулирование продаж», «Маркетинг», «Ценообразование», «Брендинг».

Целесообразным представляется параллельное изучение с данным курсом дисциплины «Франчайзинг».

Курс «Управление ассортиментом в торговле» является необходимым для освоения универсальных и профессиональных компетенций по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», а также необходимым для самостоятельной исследовательской деятельности обучающегося и для написания выпускной квалификационной работы.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ПК-5. Способен осуществлять разработку, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание	ПК-5.2. Реализует и совершенствует ассортиментную политику организации	знать: принципы управление ассортиментом товаров на торговом предприятии; организацию товародвижения на торговом предприятии; подходы по организации договорных связей и закупок товаров уметь: определять потребности в товарах на

нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	торговом предприятии; рассчитывать основные показатели ассортимента товаров владеть: навыками планирования ассортимента товаров торгового предприятия; навыками выявления проблем, управления и оптимизации ассортимента товаров торгового предприятия
---	---

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объём учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объём часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	144 ч. (4 зач. ед.)	144 ч. (4 зач. ед.)	144 ч. (4 зач. ед.)
Обязательная контактная работа (всего), в том числе:	60	32	16
Лекции	24	16	6
Семинарские занятия	-	-	-
Практические занятия	36	16	10
Лабораторные работы	-	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчётно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	84	112	128
Форма аттестации	экзамен	экзамен	экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Общие сведения об управлении ассортиментом товаров. Классификация ассортимента товаров. Классификация товаров. Управление ассортиментом товаров.

Тема 2. Определение потребности в товарах. Сущность и виды спроса. Изучение спроса населения.

Тема 3. Средства и методы ФОССТИС. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Инструменты влияния на потребительский рынок и средства формирования спроса. Методы формирования спроса на товары. Методы стимулирования сбыта.

Тема 4. Определение потребности в товарах (продолжение). Формирование ассортимента по результатам анализа потребности в товарах. Факторы, влияющие на ассортимент и качество товаров.

Тема 5. Основные показатели ассортимента товаров. Измерение показателей ассортимента и его свойств. Количественные и качественные показатели ассортимента, в т.ч.: широта; глубина; полнота; устойчивость; обновляемость; новизна; сбалансированность; гармоничность; структура; коэффициент рациональности.

Тема 6. Общие сведения о планировании ассортимента товаров. Направления, цели и задачи планирования ассортимента товаров. Этапы планирования ассортимента товаров. Особенности планирования ассортимента товаров. Факторы, используемые при планировании ассортимента товаров и понятие «оптимальный ассортимент».

Тема 7. Общие сведения об управлении и оптимизации ассортимента товаров. Управление ассортиментом товаров. Оптимизация ассортимента товаров. Подходы, методы и направления оптимизации ассортимента товаров.

Тема 8. Договорная работа. Виды, назначение, структура договоров с поставщиками и потребителями. Требования к оформлению договоров с контрагентами. Порядок заключения и исполнения договоров. Ответственность за нарушение договорных обязательств.

Тема 9. Коммерческая работа по оптовым закупкам. Значение и содержание закупочной работы. Особенности договора поставки, его содержание, структура. Порядок изменения и расторжения договора поставки. Контроль исполнения договора и хода поставки товаров. Предъявление претензий по договорам поставки.

Тема 10. Организация закупок. Организация оптовых закупок на товарных биржах. Организация и техника аукционной торговли. Организация закупки товаров на оптовых рынках и ярмарках.

Тема 11. Организация товародвижения в оптовой и розничной торговле. Технологические процессы товародвижения. Основные требования, предъявляемые к этапам товародвижения. Факторы, влияющие на организацию товародвижения. Организация завоза товаров в розничные торговые предприятия.

Тема 12. Правила приёмки товаров по количеству и качеству. Приёмка товаров. Приёмка товаров по количеству. Приёмка товаров по качеству.

Тема 13. Управление товарными запасами и потоками. Понятие и сущность товарных запасов. Классификация товарных запасов. Показатели, используемые при анализе, учёте и планировании товарных запасов.

Тема 14. Транспортировка и хранение товаров. Условия и сроки транспортирования и хранения товаров. Основные мероприятия по предупреждению порчи товаров.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объём часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Общие сведения об управлении ассортиментом товаров	2	2	2
2	Определение потребности в товарах	2	2	2
3	Средства и методы ФОССТИС	2	2	2
4	Определение потребности в товарах (продолжение)	2	2	-
5	Основные показатели ассортимента товаров	2	2	-
6	Общие сведения о планировании ассортимента товаров	2	2	-
7	Общие сведения об управлении и оптимизации ассортимента товаров	2	2	-
8	Договорная работа	2	2	-
9	Коммерческая работа по оптовым закупкам	2	-	-
10	Организация закупок	2	-	-
11	Организация товародвижения в оптовой и розничной торговле	2	-	-
12	Правила приёмки товаров по количеству и качеству	2	-	-
13	Управление товарными запасами и потоками	-	-	-
14	Транспортировка и хранение товаров	-	-	-
Итого:		24	16	6

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объём часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Общие сведения об управлении ассортиментом товаров	2	-	-
2	Определение потребности в товарах	2	-	-
3	Средства и методы ФОССТИС	4	-	-
4	Определение потребности в товарах (продолжение)	4	-	2
5	Основные показатели ассортимента товаров	4	-	2
6	Общие сведения о планировании ассортимента товаров	4	-	2
7	Общие сведения об управлении и оптимизации ассортимента товаров	2	2	2
8	Договорная работа	2	2	2
9	Коммерческая работа по оптовым закупкам	2	2	-
10	Организация закупок	2	2	-
11	Организация товародвижения в оптовой и розничной торговле	2	2	-
12	Правила приёмки товаров по количеству и качеству	2	2	-
13	Управление товарными запасами и потоками	2	2	-
14	Транспортировка и хранение товаров	2	2	-
Итого:		36	16	10

4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объём часов		
			Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Общие сведения об управлении ассортиментом товаров	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	6	6	7
2	Определение потребности в товарах	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	6	7
3	Средства и методы ФОССТИС	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	8	9
4	Определение потребности в товарах (продолжение)	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	8	9
5	Основные показатели ассортимента товаров	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	8	9
6	Общие сведения о планировании ассортимента товаров	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	8	9

7	Общие сведения об управлении и оптимизации ассортимента товаров	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	8	9
8	Договорная работа	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	8	9
9	Коммерческая работа по оптовым закупкам	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	8	10
10	Организация закупок	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	8	10
11	Организация товародвижения в оптовой и розничной торговле	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	9	10
12	Правила приёмки товаров по количеству и качеству	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	9	10
13	Управление товарными запасами и потоками	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	9	10
14	Транспортировка и хранение товаров	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	9	10
Итого:			84	112	128

4.6. Курсовые работы / проекты по дисциплине «Управление ассортиментом в торговле» не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведётся с применением следующих видов образовательных технологий:

- традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства обучающихся, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

- технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности и творческой самостоятельности обучающихся, предполагающие последовательную и целенаправленную постановку перед обучающимся познавательных задач, решение которых позволяет обучающимся активно усваивать знания (используются: поисковые методы; постановка познавательных задач);

- технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности обучающихся, их реализацию и развитие;

- технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебной дисциплины за счёт объединения занятий в тематические блоки;

- технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении по индивидуальному учебному плану);

– технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей, в том числе и обучающихся с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования;

– технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности обучающегося (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.п.

Практические занятия проводятся с использованием современных образовательных технологий, в том числе проблемных, развивающих и информационных (электронные образовательные ресурсы, включая Moodle).

Высокая эффективность педагогического процесса достигается путём конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и/или их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Бузукова Е. А. Категорийный менеджмент. Теоретические основы : учебник для вузов / Е. А. Бузукова. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 181 с.
2. Кожевникова С. Ю. Ассортиментная политика предприятий : учебн. пособ. / С. Ю. Кожевникова, Е. В. Чернорез. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2018. – 138 с. – URL : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35582740> – Доступ после регистрации.
3. Красильников А. Б. Продакт-менеджмент и ассортиментная политика : учебн. пособ. / А. Б. Красильников. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2018. – 48 с. – URL : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35325585> – Доступ после регистрации.
4. Мезена Т. К. Торговое оборудование : учебн. пособ. / Т. К. Мезена. – Минск : РИПО, 2014. – 327 с.
5. Романов А. А. Маркетинг : учебн. пособ. / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – Москва : Дашков и Ко, 2022. – 438 с.
6. Рыбакова Г. Р. Системный подход в управлении ассортиментом и качеством продукции / Г. Р. Рыбакова, И. В. Кротова, Е. А. Демакова [и др.]; под науч. ред. Г. Р. Рыбаковой. – Красноярск : СФУ, 2017. – 236 с.
7. Сысоева С. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице / С. Сысоева, Е. Бузукова. – СПб. : Питер, 2018. – 400 с.
8. Чалых Т. И. Товароведение однородных групп непродовольственных товаров / Т. И. Чалых, Е. Л. Пехташева, Е. Ю. Райкова. – Москва : Дашков и Ко, 2017. – 760 с.

б) дополнительная литература

1. Бахотский В. В. Анализ маркетинговой деятельности. Часть II : учебн. пособ. / В. В. Бахотский, И. П. Войку. – Псков : Псковский гос. универ., 2015. – 92 с. – URL :: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27364570> – Доступ после регистрации.
2. Бузукова Е. А. Управление ассортиментом и основы категорийного менеджмента : учебник / Е. А. Бузукова. – Москва : Юрайт, 2023. – 181 с.
3. Виноградова М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса / М. В. Виноградова. – Москва : Дашков и Ко, 2014. – 448 с.
4. Костюченко Т. Н. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебн. пособ. / Т. Н. Костюченко, Н. Ю. Ермакова, Ю. В. Орел, С. С. Вайцеховская, Н. Н. Тельнова, Д. В. Сидорова, М. Б. Черемных. – Ставрополь : АГРУС Ставропольского государственного аграрного ун-та, 2017. – 138 с.
5. Магомедов Ш. Ш. Маркетинговые исследования в торговом бизнесе / Ш. Ш. Магомедов, А. К. Магомедова – Махачкала : АЛЕФ, 2019. – 476 с. – URL : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38546540> – Доступ после регистрации.

6. Новаков А. А. Секреты розничной торговли. Вопросы и ответы / А. А. Новаков. – Москва : Инфра-Инженерия, 2013. – 464 с.

7. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность / Ф. Г. Панкратов. – Москва : Дашков и Ко, 2013. – 500 с.

в) дополнительный электронный материал

1. Информационный портал – lekcion.ru [Электронный ресурс]. – Управление ассортиментом – URL : http://lekcion.ru/tovarovedeniye/upravlenie_assortimentom.html – доступ свободный.

2. Информационный портал – lekcion.ru [Электронный ресурс]. – Управление ассортиментом в рознице – URL : <http://www.arbconsulting.ru/solution/uslugi/assortment/> – доступ свободный.

3. Информационный портал – lekcion.ru [Электронный ресурс]. – Управление ассортиментом товаров – URL : <http://www.znaytovar.ru/new805.html> – доступ свободный.

г) методические рекомендации – сформулированы непосредственно в заданиях предоставляемых к проведению практических занятий.

д) интернет-ресурсы:

1. Министерство образования и науки Российской Федерации. – URL : <http://минобрнауки.рф/>

2. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки. – URL : <http://obrnadzor.gov.ru/>

3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. – URL : <http://fgosvo.ru>

4. Федеральный портал «Российское образование». – URL : <http://www.edu.ru/>

5. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». – URL : <http://window.edu.ru/>

6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. – URL : <http://fcior.edu.ru/>

7. Справочная правовая система «Консультант Плюс». – URL : <https://www.consultant.ru/sys/>

8. Министерство экономического развития ЛНР. – URL : <https://merlnr.su/>

9. Министерство промышленности и торговли ЛНР. – URL : <https://www.minpromlnr.su>

10. Торгово-промышленная палата ЛНР. – URL : <https://tpplnr.ru/>

е) электронные библиотечные системы и ресурсы

1. Научная электронная библиотека Elibrary.ru. – URL : <http://elibrary.ru/>

2. Электронно-библиотечная система StudMed.ru. – URL : <https://www.studmed.ru>

3. Научная библиотека им. А.Н. Коняева ЛГУ им. В. Даля. – URL : <http://biblio.daluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Управление ассортиментом в торговле» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащённое компьютером с доступом в сеть Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx

Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Управление ассортиментом в торговле»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ПК-5. Способен осуществлять разработку, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	Пороговый	знать: принципы управления ассортиментом товаров на торговом предприятии; организацию товародвижения на торговом предприятии; подходы по организации договорных связей и закупок товаров
Основной		Базовый	уметь: определять потребности в товарах на торговом предприятии; рассчитывать основные показатели ассортимента товаров
Заключительный		Высокий	владеть: навыками планирования ассортимента товаров торгового предприятия; навыками выявления проблем, управления и оптимизации ассортимента товаров торгового предприятия

**Перечень компетенций (элементов компетенций),
формируемых в результате освоения учебной дисциплины**

№ п/ п	Код компе- тенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1.	ПК-5.	Способен осуществлять разработку, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	ПК-5.2. Реализует и совершенствует ассортиментную политику организации	Тема 1. <i>Общие сведения об управлении ассортиментом товаров</i> Тема 2. <i>Определение потребности в товарах</i> Тема 3. <i>Средства и методы ФОССТИС</i> Тема 4. <i>Определение потребности в товарах (продолжение)</i> Тема 5. <i>Основные показатели ассортимента товаров</i> Тема 6. <i>Общие сведения о планировании ассортимента товаров</i> Тема 7. <i>Общие сведения об управлении и оптимизации ассортимента товаров</i> Тема 8. <i>Договорная работа</i> Тема 9. <i>Коммерческая работа по оптовым закупкам</i> Тема 10. <i>Организация закупок</i> Тема 11. <i>Организация товародвижения в оптовой и розничной торговле</i> Тема 12. <i>Правила приёмки товаров по количеству и качеству</i> Тема 13. <i>Управление товарными запасами и потоками</i> Тема 14. <i>Транспортировка и хранение товаров</i>	8

**Показатели и критерии оценивания компетенций,
описание шкал оценивания**

№ п/ п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ПК-5. Способен осуществлять разработку, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	ПК-5.2. Реализует и совершенствует ассортиментную политику организации	знать: принципы управление ассортиментом товаров на торговом предприятии; организацию товародвижения на торговом предприятии; подходы по организации договорных связей и закупок товаров уметь: определять потребности в товарах на торговом предприятии; рассчитывать основные показатели ассортимента товаров владеть: навыками планирования ассортимента товаров торгового предприятия; навыками выявления проблем, управления и оптимизации ассортимента товаров торгового предприятия	Тема 1. Общие сведения об управлении ассортиментом товаров Тема 2. Определение потребности в товарах Тема 3. Средства и методы ФОССТИС Тема 4. Определение потребности в товарах (продолжение) Тема 5. Основные показатели ассортимента товаров Тема 6. Общие сведения о планировании ассортимента товаров Тема 7. Общие сведения об управлении и оптимизации ассортимента товаров Тема 8. Договорная работа Тема 9. Коммерческая работа по оптовым закупкам	вопросы для обсуждения на практических занятиях; контрольные вопросы; аналитические и проектные практические задания; контрольный тест

				Тема 10. Организация закупок Тема 11. Организация товародвижения в оптовой и розничной торговле Тема 12. Правила приёмки товаров по количеству и качеству Тема 13. Управление товарными запасами и потоками Тема 14. Транспортировка и хранение товаров	
--	--	--	--	---	--

Примеры оценочных средств

1. Примеры тестовых заданий (пороговый уровень)

- Как называют набор приготовленных для продажи товаров, которые объединены по какому-либо одному или нескольким признакам?
 - набор товаров;
 - класс товаров;
 - группа товаров;
 - ассортимент товаров.
- Каким показателем характеризуется степень близости товаров различных групп, видов и разновидностей, учитывающая их реализацию и использование потребителем?
 - практичность;
 - полезность;
 - прагматичность;
 - гармоничность;
 - сообразность.
- Как классифицируют ассортимент товаров по широте охвата?
 - реальный и прогнозируемый;
 - простой и сложный;
 - групповой и развёрнутый;
 - рациональный и оптимальный.
- Как классифицируют набор товаров, наиболее полно удовлетворяющий реально обоснованные потребности, которые обеспечивают максимальное качество жизни?
 - рациональный ассортимент;

- б) развёрнутый ассортимент;
- в) смешанный ассортимент;
- г) оптимальный ассортимент;
- д) сложный ассортимент.

5. Как классифицируют ассортимент, исходя из факта наличия его на данный момент времени?

- а) фактический и планируемый ассортименты;
- б) имеющийся и отсутствующий ассортименты;
- в) действительный и недостающий;
- г) наличный и дефицитный;
- д) реальный и прогнозируемый ассортименты.

6. В каких единицах выражают структуру ассортимента?

- а) разрядах;
- б) процентах;
- в) рублях;
- г) килограммах;
- д) метрах квадратных (занимаемой площади).

7. Что представляет собой классификация потребительских товаров на: товары для населения и товары для промышленного назначения?

- а) рода товаров;
- б) классы товаров;
- в) группы товаров;
- г) виды товаров.

8. Что представляет собой классификация потребительских товаров на: продовольственные товары и непродовольственные товары?

- а) рода товаров;
- б) классы товаров;
- в) группы товаров;
- г) виды товаров.

9. К какой стратегии прибегают в условиях падения спроса и низкой прибыльности реализации отдельных товаров?

- а) стратегии увеличения широты и полноты торгового ассортимента;
- б) стратегии, направленной на поддержание высокой устойчивости торгового ассортимента и низкой степени его обновления;
- г) стратегии уменьшения широты и полноты торгового ассортимента;
- д) ничего не делают.

10. Что должно быть основой для формирования торговым предприятием своего ассортимента?

- а) инвестиционные планы развития;
- б) низкие закупочные цены на товары;
- в) проверенные поставщики;
- г) ошибки конкурентов;
- д) результаты маркетинговых исследований;
- е) пожелания руководства.

11. Как классифицируют спрос в зависимости от степени удовлетворения покупателей?

- а) реальный, реализованный, неудовлетворённый;
- б) фактический, воплощённый, нереализованный;
- в) подлинный, исполненный, несостоятельный;
- г) текущий, совершённый, необеспеченный.

12. Что относят к видам неудовлетворённого спроса?

- а) периодический, скрытый, эпизодический;
- б) скрытый, отложенный, явный;
- в) потенциальный, отложенный, скрытый;
- г) повседневный, периодический, отложенный.

13. Связан ли импульсный спрос на товары с деятельностью в сфере мерчандайзинга?

- а) нет, не связан;
- б) здесь имеет место совершенно другая причина;
- в) да, связан;
- г) такие исследования не проводились.

14. Как называют рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту её часть (целевую аудиторию), которая удовлетворяет заданным критериям, и показывать рекламу именно этой аудитории?

- а) маркетинг;
- б) таргетинг;
- в) отслеживание;
- г) факторинг.

15. Как называют максимальное количество товара, которое покупатель готов приобрести по цене продавца за определённый период времени?

- а) объём максимального спроса;
- б) объём платёжеспособного спроса;
- в) объём реального спроса;
- г) объём фактического спроса;
- д) объём полного спроса.

16. Как называют метод формирования спроса на товары за счёт высокого качества товаров или уникальности торгового предложения?

- а) пассивный маркетинг;
- б) интенсивный маркетинг;
- в) личные продажи;
- г) эффективный маркетинг;

17. На чём преимущественно основывается метод широкого проникновения на потребительский рынок нового товара на стадии его выхода на рынок?

- а) выставках;
- б) низкой цене;
- в) PR мероприятиях;
- г) выборочном стимулировании;
- д) спонсорстве.

18. Каким магазинам в значительной мере свойственен узкий ассортимент товаров продовольственной направленности?

- а) стрит-ритейлам;
- б) сетевым ритейлам;
- в) магазинам у дома;
- г) супермаркетам.

19. Какой сектор рынка следует отнести к внемагазинной торговле потребительскими товарами?

- а) B2B;
- б) B2C;
- в) C2C;
- г) G2C.

20. Как называют группу товаров, которые быстро распродаются, способствуя высокой оборачиваемости финансовых средств?

- а) главные;
- б) базовые;
- в) основные;
- г) перворазрядные;
- д) генеральные.

21. Как называют группу товаров, которые обеспечивают привлечение покупателей в торговое предприятие и приносят относительно высокую часть прибыли?

- а) главные;
- б) базовые;
- в) основные;
- г) перворазрядные;
- д) генеральные.

22. Что в совокупности представляет такие понятия как, потребительский спрос и рентабельность торгового предприятия?

- а) общие факторы, оказывающие прямое влияние на ассортимент торгового предприятия;
- б) специфические факторы, оказывающие прямое влияние на ассортимент торгового предприятия;
- в) факторы, определяющие конъюнктуру потребительского рынка;
- г) факторы, формирующие конъюнктуру потребительского рынка.

23. Что представляет собой показатель качества, который принят за эталон, при сравнительных оценках качества товара соответствующего установленного аналога?

- а) фактический показатель;
- б) структурный показатель;
- в) единичный показатель;
- г) интегральный показатель;
- д) базовый показатель.

24. Как называют группу товаров, которые взаимосвязаны по своим свойствам и взаимозаменяемы с точки зрения потребителя?

- а) товарная группа;
- б) товарная категория;
- в) товарный ассортимент;
- г) потребительская группа;
- д) потребительская ассортимент.

25. Как называют показатель, исчисляемый как отношение имеющегося в магазине количества товарных групп, к общему количеству товарных групп?

- а) полнота ассортимента;
- б) глубина ассортимента;
- в) широта ассортимента;
- г) стабильность ассортимента.

26. Как называют показатель, исчисляемый как отношение имеющегося в магазине количества наименований товаров, к базовому количеству наименований товаров, которые предусмотрены договорами, прейскурантами, ассортиментным перечнем магазина?

- а) стабильность ассортимента;
- б) глубина ассортимента;
- в) широта ассортимента;
- г) полнота ассортимента.

27. Как называют показатель, исчисляемый как отношение имеющегося в магазине

количества видов наименований товаров, к базовому количеству видов наименований товаров, которое установлено ассортиментным перечнем магазина?

- а) полнота ассортимента;
- б) широта ассортимента;
- в) стабильность ассортимента;
- г) глубина ассортимента.

28. Как называют показатель, характеризующий степень близости различных товарных групп учитывающий взаимную дополняемость и использование товара конечным потребителем?

- а) подобие ассортимента;
- б) целостность ассортимента;
- в) структурность ассортимента;
- г) гармоничность ассортимента.

29. Что представляет собой набор процентных соотношений количеств товаров отдельных товарных групп, к общему количеству всех товаров?

- а) схожесть ассортимента;
- б) полнота ассортимента;
- в) структура ассортимента;
- г) обновляемость ассортимента.

30. Как называют ассортиментную стратегию торгового предприятия, когда оно пытается привлечь новых клиентов за счёт реализации товаров, не связанных с основным направлением деятельности такого предприятия?

- а) формирование скремблированного ассортимента;
- б) формирование широкого ассортимента;
- в) формирование глубокого ассортимента.

31. Каких основные три составляющие предусматривает планирование ассортимента товаров?

- а) планирование по товарным классам, по товарным группам и по товарным подгруппам;
- б) планирование по товарным группам, по товарным подгруппам и по товарным видам;
- в) планирование по товарным группам, по товарным подгруппам и по товарным разновидностям;
- г) планирование по товарным категориям, по товарным группам и по товарным подгруппам.

32. Как ещё называют продажу потребителям сопутствующих товаров?

- а) дополнительные продажи;
- б) перекрёстные продажи;
- в) избыточные продажи;
- г) улучшенные продажи.

33. Как называют тактику торгового предприятия, направленную на поощрение потребителей покупать дополнительные товары?

- а) бизнес-мерчандайзинг;
- б) кросс-мерчандайзинг;
- в) сток-мерчандайзинг;
- г) бокс-мерчандайзинг.

34. Для чего торговому предприятию нужны в ассортименте товары-субституты?

- а) для привлечения покупателей с ограниченным бюджетом;
- б) для повышения статуса торгового предприятия;
- в) для реализации благотворительных мероприятий;
- г) для создания торгового ажиотажа.

35. Влияет ли ассортимент торгового предприятия на распределение пространства в

торговом зале?

- а) да, влияет;
- б) нет, не влияет;
- в) таких исследований проведено не было.

36. Как называют расширение ассортиментного перечня в торговом предприятии с целью охвата более широкой доли рынка?

- а) наращивание товарного ассортимента;
- б) насыщение товарного ассортимента;
- в) рост товарного ассортимента.

37. Можно ли к такой фундаментальной проблеме управления ассортиментом товаров, как высокие издержки, отнести возможное её решение в виде дополнительных затрат на рекламу, при разработке маркетинговых схем плохо реализуемых товаров?

- а) да, можно;
- б) нет, нельзя;
- в) таких исследований проведено не было.

38. Включает ли функция планирования ассортиментом товаров, маркетинговые исследования рынка и изучение спроса потребителей?

- а) да, включает;
- б) нет, не включает;
- в) точно не определено.

39. Что нельзя отнести к трём основным задачам оптимизации ассортимента товаров?

- а) повышение лояльности покупателей и удовлетворение их спроса;
- б) увеличение рентабельности торгового предприятия;
- в) благотворительная деятельность;
- г) реализация интересов производителей товаров.

40. В чём состоит суть логистического подхода оптимизации ассортимента товаров?

- а) рассматривает вопросы анализа издержек и формирования товарных запасов;
- б) рассматривает способы оптимизации товародвижения и товарообеспечения;
- в) рассматривает влияние конкурентов на планирование, создание и обновление ассортимента;
- г) рассматривает требования государственных нормативов по товарной номенклатуре.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «контрольный тест»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100 % вопросов теста).
Хорошо (4)	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89 % вопросов теста).
Удовлетворительно (3)	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74 % вопросов теста).
Неудовлетворительно (2)	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50 % вопросов теста).

2. Примеры типовых контрольных вопросов (к практическим занятиям и контрольным работам) (базовый уровень)

Практическое занятие 1

1. Дайте наиболее краткое определение понятию «ассортимент».
2. Как в Толковом словаре В.И. Даля описывается смысл слова «ассортимент»?
3. Сформулируйте актуальное на сегодняшний день определение термину «ассортимент товаров».
4. Что понимают под гармоничностью ассортимента товаров?
5. Каким образом классифицируют ассортимент товаров по его типам и по его видам?
6. Как именно классифицируют ассортимент товаров по его видам в ритейле?
7. Что представляет собой глубокий ассортимент товаров и широкий ассортимент товаров?
8. Как характеризуют ассортимент товаров по широте охвата групп потребителей?
9. Что представляет собой простой и сложный ассортимент товаров?
10. Как характеризуют ассортимент по назначению товаров?
11. Что такое рациональный ассортимент товаров?
12. Чем отличается реальный ассортимент товаров от прогнозируемого ассортимента товаров?
13. Что представляет собой иерархия классификации товаров исходя из характеристик товара?
14. Что представляют собой комплементарные товары?
15. Что такое неполноценные или малоценные товары?
16. В чём суть ассортиментной политики торгового предприятия?
17. Какие ставятся типовые задачи для достижения поставленной цели в сфере управления ассортиментом?
18. В чём смысл реализации стратегии сокращения применительно к управлению ассортиментом товаров?
19. В чём смысл реализации стратегии стабилизации применительно к управлению ассортиментом товаров?
20. В чём смысл реализации стратегии гармонизации применительно к управлению ассортиментом товаров?

21. Практическое занятие 2

1. Что обобщено называют потребностью человека?
2. Какие основные виды потребностей человека связаны с приобретением товаров?
3. Какими особенностями психики человека обусловлена акзигитивная потребность?
4. Что в экономике называют спросом?
5. Какие два ключевых фактора определяют спрос на конкретный товар?
6. В чём выражается рыночный спрос на конкретный товар?
7. Как классифицируют спрос исходя из степени удовлетворения покупателей?
8. Как классифицируют неудовлетворённый спрос?
9. Как классифицируют спрос по времени и по периоду его возникновения?
10. В чём состоит отличие периодического спроса от эпизодического спроса?
11. Как классифицируют спрос по намерениям покупателей?
12. Какова природа возникновения импульсного спроса?
13. Приведите примеры отрицательного спроса на товары?
14. Назовите три базовых составляющих на которых основывается изучение спроса на товары?
15. По каким критериям осуществляется сегментация рынка?
16. В чём смысл подхода Segmentation-Targeting-Positioning?
17. Что такое таргетинг и на чём он основывается?

18. Что представляет собой позиционирование и что оно предусматривает?
19. Какие существуют основные направления для изучения величины спроса розничной продажи?
20. Какие бывают виды маркетинговых исследований?
21. Перечислите и поясните действие основных типов инструментов для проведения маркетинговых исследований?
22. Что понимают под объём платёжеспособного спроса?
23. Какие методы используют для изучения неудовлетворённого спроса?
24. Назовите две ключевые составляющие, находящиеся в основе любого спроса на товар?

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«контрольные вопросы (к практическим занятиям и контрольным работам)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Вопросы раскрыты на высоком уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 90 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
Хорошо (4)	Вопросы раскрыты на среднем уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 75 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
Удовлетворительно (3)	Вопросы раскрыты на низком уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 50 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
Неудовлетворительно (2)	Вопросы раскрыты на неудовлетворительном уровне или не представлены на момент их оценивания (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ менее чем на 50 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме, не выполнил задание и т.п.).

3. Примеры типовых аналитических и проектных практических заданий (высокий уровень)

Тема 5

Цель выполнения задания: применить на практике полученные знания относительно анализа структуры ассортимента товаров в магазине.

Условия задания приведены в таблице 1.

Таблица 1 – структура ассортимента колбасных изделий в магазине

Вид колбасных изделий	Количество товара (кг)	Средняя цена товара (руб.)	Сумма стоимости товара	Относительные показатели структуры ассортимента (%)	
				в натуральном выражении	в денежном выражении
Варёные колбасы	300	480			
Сосиски / сардельки	80	380			
Полукопченые колбасы	160	610			
Варено-копчёные колбасы	90	750			
Сырокопчёные колбасы	40	950			

Задание:

1. Рассчитать структуру ассортимента колбасных изделий в натуральном и денежном выражениях.
2. Сделать соответствующие выводы.

Тема 5

Цель выполнения задания: применить на практике полученные знания относительно исчисления различных коэффициентов ассортимента.

Условия задания:

Из 60 имеющихся наименований продуктов в магазин поступило 15 новых видов. Максимально возможное количество наименований товаров у данного вида товаров в магазине принято 120, при этом постоянным спросом пользуется только 25 наименований продуктов.

Задание:

1. Рассчитать степень обновления.
2. Рассчитать коэффициенты широты и устойчивости ассортимента.
3. Сделать соответствующие выводы.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «аналитические и проектные практические задания»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Задание представлено на высоком уровне (обучающийся в полном объёме (не менее 90 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). Задание оформлено в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
Хорошо (4)	Задание представлено на среднем уровне (обучающийся в целом (не менее 75 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). В оформлении задания допущены некоторые неточности относительно требований, предъявляемых к данному виду работ.
Удовлетворительно (3)	Задание представлено на низком уровне (обучающийся выполнил не менее половины поставленных задач или допустил существенные неточности в изложении материала, или изложил материал с существенными ошибками и т.п.). В оформлении допущены ошибки относительно требований, предъявляемых к данному виду работ.
Неудовлетворительно (2)	Задание представлено на неудовлетворительном уровне или не представлено (обучающийся не готов, не выполнил задание и т.п.).

4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)

(пороговый, базовый, высокий уровни)

1. Классификация ассортимента товаров.
2. Классификация товаров.
3. Управление ассортиментом товаров.
4. Сущность и виды спроса.
5. Изучение спроса населения.
6. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
7. Инструменты влияния на потребительский рынок и средства формирования спроса.
8. Методы формирования спроса на товары.
9. Методы стимулирования сбыта.

10. Формирование ассортимента по результатам анализа потребности в товарах.
11. Факторы, влияющие на ассортимент и качество товаров.
12. Измерение показателей ассортимента и его свойств.
13. Количественные и качественные показатели ассортимента, в т.ч.: широта; глубина; полнота; устойчивость; обновляемость; новизна; сбалансированность; гармоничность; структура; коэффициент рациональности.
14. Направления, цели и задачи планирования ассортимента товаров.
15. Этапы планирования ассортимента товаров.
16. Особенности планирования ассортимента товаров.
17. Факторы, используемые при планировании ассортимента товаров и понятие «оптимальный ассортимент».
18. Управление ассортиментом товаров.
19. Оптимизация ассортимента товаров.
20. Подходы, методы и направления оптимизации ассортимента товаров.
21. Виды, назначение, структура договоров с поставщиками и потребителями.
22. Требования к оформлению договоров с контрагентами.
23. Порядок заключения и исполнения договоров.
24. Ответственность за нарушение договорных обязательств.
25. Значение и содержание закупочной работы.
26. Особенности договора поставки, его содержание, структура.
27. Порядок изменения и расторжения договора поставки.
28. Контроль исполнения договора и хода поставки товаров.
29. Предъявление претензий по договорам поставки.
30. Технологические процессы товародвижения.
31. Основные требования, предъявляемые к этапам товародвижения.
32. Факторы, влияющие на организацию товародвижения.
33. Организация завоза товаров в розничные торговые предприятия.
34. Приёмка товаров по количеству.
35. Приёмка товаров по качеству.
36. Понятие и сущность товарных запасов.
37. Классификация товарных запасов.
38. Показатели, используемые при анализе, учёте и планировании товарных запасов.
39. Условия и сроки транспортирования и хранения товаров.
40. Основные мероприятия по предупреждению порчи товаров.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Ответ представлен на высоком уровне (обучающийся в полном объёме осветил рассматриваемую проблематику, привёл аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.).
Хорошо (4)	Ответ представлен на среднем уровне (обучающийся в целом осветил рассматриваемую проблематику, привёл аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.).
Удовлетворительно (3)	Ответ представлен на низком уровне (обучающийся допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.).
Неудовлетворительно (2)	Ответ представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (обучающийся не готов).

9. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Для этого требуется заявление обучающегося (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК). В случае необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учётом их индивидуальных психофизических особенностей:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников, например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
 - продолжительность сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, – не более чем на 90 минут;
 - продолжительность подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, – не более чем на 20 минут;
 - продолжительность выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 минут.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) *по дисциплине «Управление ассортиментом в торговле»* соответствует требованиям ГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06. Торговое дело.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося представлены в полном объёме.

Виды оценочных средств, включённые в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки бакалавров, по указанному направлению.

Председатель учебно-методической
комиссии Экономического факультета



Е.Н. Шаповалова