

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гнатюк Сергей Иванович
Должность: Первый проректор
Дата подписания: 19.08.2025 11:07:38
Уникальный программный ключ:
5ede28fe5b714e680817c5c132d4ba193a6b442c

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Луганский государственный аграрный университет имени К.Е. Ворошилова»
(Славяносербский техникум ЛГАУ)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.14 ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА

Специальность 38.02.04 – Коммерция (по отраслям)

Заочная форма обучения

пгт. Славяносербск, 2024

Основная профессиональная образовательная программа среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена разработана на основании государственного образовательного стандарта по специальности 38.02.04 Коммерция(по отраслям) утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.05.2014 г. № 539, зарегистрированного приказом Министерства юстиции Российской Федерации от 25 июня 2014 г № 32855, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление

Организация – разработчик: филиал «Славяносербский техникум» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный аграрный университет имени К.Е. Ворошилова»

Разработчик: преподаватель общепрофессиональных дисциплин Анохина О.Н.

Рассмотрена на заседании цикловой комиссии бухгалтерско-экономических дисциплин протокол № 1 от 29 августа 2024г.

Председатель цикловой комиссии  Н.И.Шварёва

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП. 14 ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Товарная политика» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01 – 07.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 06 ОК 07 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.6 ПК 1.7 ПК 1.9 ПК 1.10 ПК 2.8 ПК 3.4- 3.8	применять терминологию, лексику и основные категории товарной политики организаций; осуществлять оценку эффективности различных видов товарной политики; применять основные инструменты и методы управления качеством и конкурентоспособностью организаций;	теоретические основы формирования современной товарной политики организаций; роль товарной политики в повышении конкурентоспособности и качества продукции; особенности товарных стратегий организаций на внешних рынках; особенности ассортиментной, марочной, брендинговой, инновационной товарной политики организаций.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	66
в т.ч. в форме практической подготовки	6
в т. ч.:	
теоретическое обучение	4
практические занятия	6
самостоятельная работа	56
Промежуточная аттестация (ДЗ)	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Тема 1. Сущность товарной политики организации	<u>Содержание учебного материала.</u> Сущность товарной политики. Алгоритм процесса управления товарными системами. Формирование курса деятельности и товарной стратегии.		ОК 01, 02, 03, 04 06, 07
	<u>Семинарское занятие.</u> Взаимосвязь между условиями рынка, задачами, ресурсами и товарной политикой организации		
Тема 2. Основные стратегические решения в товарной политике	<u>Содержание учебного материала.</u> Стратегии формирования привлекательного товарного предложения. Разработка и внедрение нового товара на рынок. Вариация товара. Элиминация товара. Сервисное и гарантийное обслуживание.		ОК 01, 02, 03, 04 06, 07 ПК 1.3, 1.4, 1.6, 1.7, 1.9, 1.10, 2.8 ПК 3.4-3.8
	Практические занятия № 1 Сервисное и гарантийное обслуживание		
Тема 3. Политика обновления продукта – основа конкурентоспособности организации	<u>Содержание учебного материала.</u> Сущность товарной политики. Алгоритм процесса управления товарными системами. Формирование курса деятельности и товарной стратегии.		ОК 01, 02, 03, 04 06, 07 ПК 1.3, 1.4, 1.6, 1.7, 1.9, 1.10, 2.8 ПК 3.4-3.8
	Практические занятия № 2 Разработка нового товара, составление жизненного цикла		
	Самостоятельная работа обучающегося. Основные методы генерирования новых идей.		
Тема 4. Особенности ассортиментной товарной политики	<u>Содержание учебного материала</u> Понятие и классификация ассортимента. Управление ассортиментом. Основные направления в области формирования ассортимента Факторы формирования		ОК 01, 02, 03, 04 06, 07 ПК 1.3, 1.4, 1.6,

	ассортимента.		1.7, 1.9, 1.10, 2.8 ПК 3.4-3.8
	Практические занятия № 3 Составление широты и глубины ассортимента товара		
Тема 5. Брендинг как инструмент маркетинговой политики	<u>Содержание учебного материала.</u> Процесс создания бренда. Определение стоимости бренда. Основные стратегии бренда. Процесс управления брендом. Тенденции развития брендинга .		ОК 01, 02, 03, 04 06, 07 ПК 1.3, 1.4, 1.6, 1.7, 1.9, 1.10, 2.8 ПК 3.4-3.8
	Практическое занятие № 4 Разработка марки бренда товара		
	<u>Самостоятельная работа обучающегося.</u> Мировые примеры Брендинга		
Тема 6 . Управление марочными активами основа формирования мировой товарной политики	<u>Содержание учебного материала.</u> Определение имиджа марки. Содержание основных марочных стратегий. Марка как инструмент влияния в каналах распределения		ОК 01, 02, 03, 04 06, 07 ПК 1.3, 1.4, 1.6, 1.7, 1.9, 1.10, 2.8 ПК 3.4-3.8
	<u>Практическое занятие № 5</u> Составление основных марочных стратегий		
Тема 7. Роль и значение товарной информации в формировании товарной политики.	<u>Содержание учебного материала.</u> Виды и формы товарной информации. Роль и значение информационных знаков. Страховое кодирование.		ОК 01, 02, 03, 04 06, 07 ПК 1.3, 1.4, 1.6, 1.7, 1.9, 1.10, 2.8 ПК 3.4-3.8
Тема 8.Формирование качества товаров как важнейшее направление товарной политики	<u>Содержание учебного материала.</u> Понятие качества товаров. Свойства и показатель качества. Методы оценки качества. Статистические инструменты качества товаров.		ОК 01, 02, 03, 04 06, 07 ПК 1.3, 1.4, 1.6, 1.7, 1.9, 1.10, 2.8 ПК 3.4-3.8
	Практические занятия № 6 Определение качества товара органолептическим способом		
ВСЕГО			

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета «Организации коммерческой деятельности и логистики».

Оборудование учебного кабинета: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; комплект учебных пособий «Организации коммерческой деятельности и логистики»; схемы, таблицы, графики, и др..

Технические средства обучения: компьютер и мультимедиапроектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Балащов В.В. Франт-офис и бек-офис бренда. - Спб.: Питер, 2012.-231.
2. Васильева О.И. Эффективность сервисного обслуживания продукции — М.: Экономика, 2011-176с.
3. Голубков Е.П. Технология принятия управленческих решений._М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2010
4. Доминин В.М. Брендинг: новые технологии в России.-2-е изд.-СПб.:2011
5. Шоул Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество.-М.: Альпина Бизнес Букс, 2012.-238с.
6. Артюхова Т.З.; Ерёмин В.В. Маркетинг ч.1-2 Учебное пособие 3-е издание Томск: Изд-во Ництп, 2011
7. Багиев и др. Маркетинг: Учебник для вузов — М.: ОАО Изд-во Экономика, 2011.-703с.
8. Черник Н. Товарная политика предприятия. Учебник. -М.: Тетра Системс, 2010.-144с.

Дополнительные источники:

1. Иванов С. Продажи на 100%. Эффективные техники продвижения товаров и услуг. - Изд-во: Альпина Бизнес Букс, 2011 — 482с.
 2. Исикава К. Японские методы управления качеством.-М.: Экономика, 2009.
 3. Федько В.П. Альбеков А.У. Маркировка и сертификация товаров и услуг: Научно-практическое пособие.- 4-е изд. -М., 2012.-192с.
 4. Журналы: «Вопросы изобретательства», «Планеты и лицензии», «Стандарты и качество», «Тара и упаковка», «Практика торговли», «Современная торговля».
- Парфентьева Т.Р., Миронова Н.Б., Петухова А.А. Оборудование торговых предприятий. — М.: ИЦ «Академия», 2011

Интернет-ресурсы:

1. www.garant.ru – справочно-правовая система «Гарант»;
2. www.consultant.ru – справочно-правовая система Консультант Плюс;
3. www.torgrus.ru – Новости и технологии торгового бизнеса;
4. www.nta-rus.ru – Национальная торговая ассоциация;
5. www.forte-it.ru/kodeks/basetorg - информационно-правовая система «Кодекс», информационная база: Эксперт: Торговля;
6. www.sovtorg.panor.ru – Современная торговля

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения	Основные показатели оценки результатов	Формы и методы контроля и оценки
Знать: Теоретические основы формирования современной товарной политики организаций; роль товарной политики в повышении конкурентоспособности и качества продукции; особенности товарных стратегий организаций на внешних рынках; особенности ассортиментной, марочной, брендинговой, инновационной товарной политики организаций.	Знание целей, задач и предмета учебной дисциплины, ее межпредметные связи. Взаимосвязь между условиями рынка, задачами, ресурсами и товарной политикой организации Управление ассортиментом. Основные направления в области формирования ассортимента	Тестирование; устный и письменный опрос; анализ выполнения домашнего задания.
Уметь: . применять терминологию, лексику и основные категории товарной политики организаций; осуществлять оценку эффективности различных видов товарной политики; применять основные инструменты и методы управления качеством и конкурентоспособностью организаций;	Разрабатывать новый товар, составление жизненного цикла Определять широту и глубину ассортимента товара Разрабатывать марки бренда товара Составление основных марочных стратегий Определение качества товара органолептическим способом	Оформление отчетов по практическим работам. Оценка выполнения практических работ.