

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Чувашский государственный аграрный университет" (ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ)

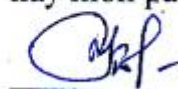
Кафедра

Экономики, менеджмента и агроконсалтинга

Рег. № 2020/38.03.07/Б1.В.03

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
научной работе



Л.М. Корнилова

31 августа 2020 г.

рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.В.03

Товарный менеджмент

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль) Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 180

в том числе:

аудиторные занятия 64

самостоятельная работа 80

часов на контроль 36

Виды контроля в семестрах:

экзамены 2

зачеты 1

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		2 (1.2)		Итого	
Неделя	17 3/6		14 5/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16	32	32
Практические	16	16	16	16	32	32
В том числе инт.	8	8	8	8	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32	64	64
Контактная работа	32	32	32	32	64	64
Сам. работа	40	40	40	40	80	80
Часы на контроль			36	36	36	36
Итого	72	72	108	108	180	180

Программу составил(и):

Ст.пр., Н.П. Зайцева

Рабочая программа дисциплины

Товарный менеджмент

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.07 ТОВАРОВЕДЕНИЕ (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 04.12.2015 г. № 1429)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль) Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров

утвержденного учёным советом вуза от 20.05.2019 протокол № 11

утвержденного учёным советом вуза от 20.04.2020 протокол № 12

Рабочая программа дисциплины актуализирована на основании приказа от 14.07.2020 г. № 98-о и решения Ученого совета ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ (протокол № 18 от 28 августа 2020 г.) в связи с изменением наименования с федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Чувашская государственная сельскохозяйственная академия» (ФГБОУ ВО Чувашская ГСХА) на федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Чувашский государственный аграрный университет» (ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ).

В рабочую программу дисциплины внесены соответствующие изменения: в преамбуле и по тексту слова «Чувашская государственная сельскохозяйственная академия» заменены словами «Чувашский государственный аграрный университет», слова «Чувашская ГСХА» заменены словами «Чувашский ГАУ», слово «Академия» заменено словом «Университет» в соответствующем падеже.

Рабочая программа одобрена на заседании выпускающей кафедры

Протокол от 31 августа 2020 г. № 1

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Целью учебной дисциплины «Товарный менеджмент» является формирование теоретических знаний и приобретение практических навыков, необходимых для эффективной деятельности и развития профессионального взгляда на выбор методов управления основополагающими характеристиками товара (продукции) на протяжении его жизненного цикла.
1.2	Задачи изучения дисциплины:
1.3	- получение знаний, необходимых для управления ассортиментом и товарными запасами на оптовых и розничных торговых предприятиях, а также для осуществления информационно-аналитической деятельности в сфере производства и на всех этапах товародвижения;
1.4	- освоение товароведческих аспектов категорийного менеджмента и мерчандайзинга;
1.5	- приобретение навыков управления процессами закупки, поставки, перевозки, хранения и реализации товаров;
1.6	- ознакомление с основными нормативно-правовыми документами в области качества и безопасности товаров, подтверждения соответствия и защиты прав потребителей;
1.7	- приобретение знаний и навыков в области организации сбора, обработки и хранения маркетинговой информации;
1.8	- овладение навыками и умениями работы с поставщиками и потребителями, а также анализ и выявление потенциала увеличения объема продаж и реализация этого потенциала;
1.9	- приобретение знаний в области организации планирования и прогнозирования;
1.10	- изучение правил и порядка проведения экспертизы и подтверждения соответствия товаров;
1.11	- приобретение знаний и навыков проведения товарной экспертизы с целью предотвращения проникновения в сферу торговли некачественных, опасных для здоровья человека, фальсифицированных и контрафактных товаров.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Экономика
2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Таможенное оформление и контроль сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров
2.2.2	Визуальный мерчандайзинг
2.2.3	Эстетика и дизайн продовольственных товаров
2.2.4	Логистика в товароведении
2.2.5	Маркетинг в АПК
2.2.6	Организация и управление коммерческой деятельностью
2.2.7	Формирование и оценка конкурентоспособности сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров
2.2.8	Производственная практика, практика по получению первичных профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
2.2.9	Сертификация систем качества
2.2.10	Экономика предприятия
2.2.11	Таможенное оформление и контроль сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров
2.2.12	Визуальный мерчандайзинг
2.2.13	Эстетика и дизайн продовольственных товаров
2.2.14	Логистика в товароведении
2.2.15	Маркетинг в АПК
2.2.16	Организация и управление коммерческой деятельностью
2.2.17	Формирование и оценка конкурентоспособности сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров
2.2.18	Системы менеджмента качества
2.2.19	Средства и методы управления качеством
2.2.20	Экономика предприятия
2.2.21	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.22	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
2.2.23	Преддипломная практика

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-7: умением анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента	
Знать:	
	принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке и реализации сырья и продвижении товаров
Уметь:	
	осуществлять товарный менеджмент при производстве, закупке, продвижении и реализации сырья и товаров
Владеть:	
	методами анализа спроса и управления ассортиментом товаров в торговом предприятии

ПК-6: навыками управления основными характеристиками товаров (количественными, качественными, ассортиментными и стоимостными) на всех этапах жизненного цикла с целью оптимизации ассортимента, сокращения товарных потерь и сверхнормативных товарных запасов	
Знать:	
	основные организационные и управленческие функции, связанные с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров
Уметь:	
	осуществлять товарный менеджмент при производстве, закупке, продвижении и реализации сырья и товаров; анализировать рекламации и претензии к качеству товаров, готовить заключения по результатам их рассмотрения
Владеть:	
	пониманием основных требований, предъявляемых современным бизнесом к менеджеру, ответственному за разработку и реализацию мероприятий товарного менеджмента

ПК-5: способностью применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации сырья и товаров с учетом их потребительских свойств	
Знать:	
	специфику разработки и реализации методов и механизмов осуществления мероприятий товарного менеджмента
Уметь:	
	находить способы оптимизации расходов на управление ассортиментным профилем
Владеть:	
	принципами товарного менеджмента в организации товароведной и коммерческой деятельности

ПК-4: системным представлением об основных организационных и управленческих функциях, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров	
Знать:	
	основные понятия, категории и инструменты в сфере товарного менеджмента
Уметь:	
	- эффективно взаимодействовать с поставщиками и покупателями; - высказать собственную точку зрения по профессиональным вопросам
Владеть:	
	- знаниями об организационной и экономической составляющей товарного менеджмента; - знаниями об управленческих функциях, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров

ОПК-2: способностью находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях	
Знать:	
	- структуру и основных участников рынка услуг в области товарного менеджмента; - основные этапы планирования мероприятий в области товарного менеджмента
Уметь:	
	владеть культурой мышления, способностью к восприятию информации, обобщению, анализу, постановке цели и выбору путей ее достижения
Владеть:	
	навыками кооперации с коллегами, работе в коллективе, способностью к осуществлению функций руководителя подразделения предприятия

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
------------	---------------

3.1.1	- принципы товарного менеджмента в организации товароведной и коммерческой деятельности;
3.1.2	- методы изучения и анализа потребительского рынка товаров, формирования спроса и стимулирования сбыта;
3.1.3	- принципы формирования ассортимента и управления товарными потоками на всех этапах товародвижения.
3.2	Уметь:
3.2.1	- осуществлять контроль за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товарно-материальных ценностей;
3.2.2	- осуществлять товарный менеджмент при производстве, закупке, продвижении и реализации сырья и товаров и осуществлять продвижение товаров;
3.2.3	- осуществлять товарный менеджмент при производстве, закупке, продвижении и реализации сырья и товаров и осуществлять продвижение товаров;
3.2.4	- осуществлять приемку товаров по количеству и качеству;
3.2.5	- оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации;
3.2.6	- выявлять причины возникновения дефектов продукции и товарных потерь;
3.2.7	- оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации;
3.2.8	- осуществлять контроль за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товарно-материальных ценностей.
3.3	Владеть:
3.3.1	- правилами проведения идентификации и методами обнаружения фальсификации товаров на всех этапах товародвижения;
3.3.2	- методами анализа спроса и управления ассортиментом товаров в торговом предприятии.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Раздел 1 Сущность товарного менеджмента, его роль и место в рыночной экономике						
1.1	Тема 1. Основные понятия товарного менеджмента /Лек/	1	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1 Э1	2	
1.2	Тема 1. Основные понятия товарного менеджмента /Пр/	1	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	опрос
1.3	Тема 1. Основные понятия товарного менеджмента /Ср/	1	6	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	индивидуальное домашнее задание
1.4	Тема 2. Жизненный цикл продукции /Лек/	1	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	
1.5	Тема 2. Жизненный цикл продукции /Пр/	1	4	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	опрос
1.6	Тема 2. Жизненный цикл продукции /Ср/	1	4	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	индивидуальное домашнее задание
1.7	Тема 3. Технологический цикл новых товаров /Лек/	1	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	
1.8	Тема 3. Технологический цикл новых товаров /Пр/	1	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	опрос
1.9	Тема 3. Технологический цикл новых товаров /Ср/	1	6	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	индивидуальное домашнее задание
1.10	Тема 4. Характеристика потребностей /Лек/	1	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	
1.11	Тема 4. Характеристика потребностей /Пр/	1	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	опрос

1.12	Тема 4. Характеристика потребностей /Ср/	1	6	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	индивидуальное домашнее задание
1.13	Тема 5. Характеристика потребителей /Лек/	1	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	
1.14	Тема 5. Характеристика потребителей /Пр/	1	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	2	опрос
1.15	Тема 5. Характеристика потребителей /Ср/	1	6	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	индивидуальное домашнее задание
1.16	Тема 6. Использование социологических методов исследования в товарном менеджменте /Лек/	1	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	
1.17	Тема 6. Использование социологических методов исследования в товарном менеджменте /Пр/	1	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	опрос
1.18	Тема 6. Использование социологических методов исследования в товарном менеджменте /Ср/	1	6	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	индивидуальное домашнее задание
1.19	Тема 7. Категорийный менеджмент /Лек/	1	4	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	2	
1.20	Тема 7. Категорийный менеджмент /Пр/	1	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	2	опрос
1.21	Тема 7. Категорийный менеджмент /Ср/	1	6	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	индивидуальное домашнее задание
1.22	Зачет /Зачёт/	1	0	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	
	Раздел 2. Раздел 2. Стратегическое управление в товарном менеджменте						
2.1	Тема 8. Товарные линии и их роль в товарном менеджменте /Лек/	2	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	
2.2	Тема 8. Товарные линии и их роль в товарном менеджменте /Пр/	2	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	опрос
2.3	Тема 8. Товарные линии и их роль в товарном менеджменте /Ср/	2	8	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	индивидуальное домашнее задание
2.4	Тема 9. Управление товарными запасами /Лек/	2	4	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	2	
2.5	Тема 9. Управление товарными запасами /Пр/	2	4	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	опрос
2.6	Тема 9. Управление товарными запасами /Ср/	2	8	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	индивидуальное домашнее задание
2.7	Тема 10. Стратегии деловых взаимоотношений с поставщиками /Лек/	2	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	
2.8	Тема 10. Стратегии деловых взаимоотношений с поставщиками /Пр/	2	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	опрос

2.9	Тема 10. Стратегии деловых взаимоотношений с поставщиками /Ср/	2	6	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	
2.10	Тема 11. Стратегия закупки товара /Лек/	2	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	
2.11	Тема 11. Стратегия закупки товара /Пр/	2	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	2	опрос
2.12	Тема 11. Стратегия закупки товара /Ср/	2	6	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	
2.13	Тема 12. Принципы работы и специфика централизованной и децентрализованной системы заказов /Лек/	2	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	
2.14	Тема 12. Принципы работы и специфика централизованной и децентрализованной системы заказов /Пр/	2	2	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	2	опрос
2.15	Тема 12. Принципы работы и специфика централизованной и децентрализованной системы заказов /Ср/	2	6	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	индивидуальное домашнее задание
2.16	Тема 13. Хранение и размещение товаров на складах /Лек/	2	4	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	2	
2.17	Тема 13. Хранение и размещение товаров на складах /Пр/	2	4	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	опрос
2.18	Тема 13. Хранение и размещение товаров на складах /Ср/	2	6	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	индивидуальное домашнее задание
2.19	Контроль /Экзамен/	2	36	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	
2.20	Контроль /Экзамен/	2	0	ОПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7	Л1.1Л2.1	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Примерный перечень вопросов к зачету

Примерный перечень вопросов к зачету

Вопросы для оценки знаний теоретического курса

1. Понятие и объекты товарного менеджмента
2. Сущность и классификация методов товарного менеджмента
3. Понятие и этапы жизненного цикла товара
4. Функциональные пищевые продукты и их характеристика
5. Методология создания пищевых продуктов и ее направления
6. Система технологического цикла ФПП
7. Этапы технологического цикла ФПП
8. Требования, предъявляемые к деятельности специалистов на каждом этапе технологического цикла ФПП
9. Характеристика модели повышения эффективности коммуникации с потребителем
10. Этапы инновационной деятельности при разработке ФПП
11. Проектирование пищевых продуктов
12. Понятие и характеристика потребностей
13. Способы формирования потребностей
14. Факторы, влияющие на процесс формирования общественных потребностей
15. Потребительская стоимость и ее характеристики
16. Спрос и методы его прогнозирования
17. Факторы характеристик потребителей
18. Цель и назначение сегментирования рынка
19. Сегментация рынка на основе укрупненных классификационных характеристик потребителей
20. Виды сегментирования рынка

21. Роль и назначение социологических методов изучения потребительского поведения
 22. Типы социологических исследований
 23. Виды социологических исследований
 24. Этапы и индикаторы социологических исследований
 25. Методы социологических исследований
 26. Выборочный метод социологического исследования
 27. Понятие и назначение категорийного менеджмента
 28. Понятие ассортимента и его назначение
 29. Виды ассортимента товаров
 30. Понятие и назначение ассортиментной политики
 31. Факторы формирования ассортимента
 32. Процесс управления ассортиментом продукции
 33. Показатели эффективности продаж
 34. Основные виды анализа эффективности ассортиментной политики
- Вопросы на оценку понимания/умений студента
1. Как задачи товарного менеджмента вы знаете?
 2. Назовите основные принципы товарного менеджмента
 3. Какова роль и назначение экономических методов товарного менеджмента?
 4. Охарактеризуйте процесс осуществления административно – правовых методов товарного менеджмента
 5. Дайте классификацию социологических методов товарного менеджмента?
 6. Дайте классификацию психологических методов товарного менеджмента?
 7. Какими экономическими характеристиками характеризуется каждый этап ЖЦТ?
 8. Назовите основные способы получения новинок
 9. Какие цели создания новинок вы можете назвать?
 10. Какие три основные стратегии охвата рынка вы можете назвать?
 11. Назовите основные каналы распространения информации о продукте
 12. Почему организации необходимо своевременно выявлять и выводить с рынка нерентабельные и морально устаревшие товары?
 13. Что такое новая товарная категория?
 14. Как вы понимаете термин перспективные функциональные продукты?
 15. Какой фактор необходимо учесть при решении вопроса о создании ФПП?
 16. Назовите примерную структуру специалистов различных направлений, участвующих в технологическом цикле ФПП
 17. Назовите основные меры воздействия на потребителя при негативном восприятии ФПП
 18. Укажите предпосылки для разработки и внедрения на потребительский рынок новых товаров (на примере функциональных пищевых продуктов)
 19. Что представляет собой система технологического цикла функциональных пищевых продуктов?
 20. Характеристика отдельных этапов технологического цикла функциональных пищевых продуктов
 21. Требования к отдельным этапам технологического цикла и деятельности специалистов
 22. Укажите факторы, повышающие эффективность взаимодействия с потребителем
 23. Охарактеризуйте назначение и структуру системы модельного проектирования пищевых продуктов
 24. Сформулируйте концепцию инновационной деятельности при разработке новых товаров (на примере функциональных пищевых продуктов)
 25. Дайте ваше определение понятию потребность
 26. Какие классификации потребностей вы можете назвать?
 27. Назовите основные факторы, которые оказывают прямое влияние на формирование потребностей
 28. Раскройте понятие системного подхода к исследованию потребностей
 29. Дайте определения понятиям «потребительная стоимость», «ценность», «полезность»
 30. Расскажите о методах прогнозирования спроса
 31. Прогнозирование потребностей
 32. Дайте определение термину общественный класс
 33. Назовите факторы социального порядка
 34. Что такое референтная группа?
 35. Назовите основные этапы жизненного цикла семьи
 36. Назовите основные факторы психологического порядка
 37. Что такое избирательное восприятие?
 38. С какой целью проводится маркетинговое сегментирование рынка?
 39. Для чего нужен показатель интенсивности потребления?
 40. Роль и назначение торговой панели как типа социологических исследований
 41. Назовите отличительные признаки производственных и потребительских панелей
 42. Назовите отличительные признаки описательного исследования
 43. Охарактеризуйте монографическое исследование
 44. Что такое социологическая анкета?
 45. Какие вопросы бывают в анкетах?
 46. Что означает термин прессованный вопрос?
 47. Какие виды интервью вы знаете?
 48. Охарактеризуйте методику проведения фокус – группы
 49. Из каких элементов состоит товарный ассортимент?
 50. Каким образом можно определить показатель новизны ассортимента?

51. Каким ученым была разработана методология анализа оценки эффективности ассортиментной политики?
52. Как при помощи матрицы БКГ можно оценить ассортимент товаров?
53. Какие проблемы эффективности управления ассортиментом можно решить за счет ABC – анализа?
54. Для каких целей используют комбинирование ABC и XYZ анализы?

5.2. Примерный перечень вопросов к экзамену

Вопросов к экзамену

Вопросы для оценки знаний теоретического курса

1. Понятие «торговая деятельность». Цели и задачи торговой деятельности
 2. Социальная функция торговли
 3. Виды торговой деятельности. Основные направления торговой деятельности
 4. Современные тенденции развития рынков оптовой и розничной торговли
 5. Формы торгового обслуживания и их применение
 6. Операции процесса продажи товаров при различных формах торгового обслуживания
 7. Самообслуживание. Операции процесса продажи и методы их выполнения при самообслуживании
 8. Продажа товаров по образцам. Операции процесса продажи и методы их выполнения при реализации товаров по образцам
 9. Продажа товаров по каталогам. Операции процесса продажи и методы их выполнения при индивидуальном обслуживании покупателей
 10. Рекомендуемые формы торгового обслуживания
 11. Основы экономической классификации торговых предприятий
 12. Выделение ключевых критериев классификации и проблемных зон при классификации современных торговых предприятий
 13. Деление торгового зала на зоны или площади
 14. Требования рациональной организации торгового зала для совершаемых здесь операций
 15. Зоны или площади торгового зала. Установочная площадь магазина – формулы расчета
 16. Степень эффективности использования площади торгового зала
 17. Площадь выкладки (экспозиционная) и методика ее исчисления
 18. Определении ширины проходов. Магистральные (основные) и боковые проходы
 19. Линейная планировка торгового зала
 20. Боковая планировка торгового зала
 21. Смешанная планировка торгового зала
 22. Ассортимент торгового предприятия и принципы его формирования. Ассортимент производственного предприятия
 16. Сущность и значимость формирования ассортимента в коммерческой деятельности торгового предприятия
 17. Ассортиментная матрица. Основные показатели насыщенности товарного ассортимента
 18. Показатели экономического анализа ассортимента торгового предприятия
 19. Основные риски при формировании ассортимента торгового предприятия
 20. Процесс закупки. Формирование оптимального ассортимента товаров торговых предприятий, воздействие на производителей товаров
 21. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров
 22. Централизованная и децентрализованная доставка товаров в магазины
 23. Согласование количества и ассортимента, подлежащих очередной доставке товаров
 24. Способы определения количества товаров, завозимых покупателям в очередную доставку
 25. Ассортимент товаров в представляемых заказах. Минимальные нормы доставки
 26. Три способа передачи заказов поставщику. Порядок отборки товаров
 27. Потребности непосредственных получателей товаров, их складские площади
 28. Порядок этапов процесса приемки, хранения и подготовки товаров к продаже
 29. Проверка полноты и правильности составления всех необходимых сопроводительных документов на поступивший в магазин товар
 30. Количественная проверка поступившей в магазин партии товаров
 31. Проверка качества поступивших товаров. Акт об установлении расхождения в количестве или несоответствии по качеству
 32. Обеспечение сохранности товаров по количеству и качеству
 33. Подготовка товаров к продаже
 34. Состав услуг розничной торговли. Процесс услуги реализации товаров и его этапы
 35. Реализация товаров вне магазина. Услуги по оказанию помощи в совершении покупки и при ее использовании
 36. Информационно-консультационные услуги. Услуги по созданию удобств покупателю
- Вопросы на оценку понимания/умений студента
1. Проясните содержания перечня услуг, оказываемых предприятием торговли, и его формирование в соответствии с ассортиментом товаров, специализацией магазина, его местонахождением, спецификой обслуживаемого контингента покупателей и совместностью оказываемых услуг.
 2. Выскажите своё мнение о рекомендуемом перечне услуг, оказываемых покупателям в магазинах.
 3. Поясните требования социального назначения услуги торговли. Требования эстетики услуги торговли
 4. Поясните взаимосвязь организационной структуры торговой фирмы и ее задач. Какая, на Ваш взгляд, организационная структура подходит для небольших магазинов?
 5. Поясните особенности организации региональных сетей универмагов.
 6. Выскажите суждение о детальной структуре товарного отдела. Организация магазина компании.
 7. Поясните содержание мотивационных программ для персонала магазинов.

8. Выскажите суждение о способах материальной мотивации продавцов.
9. Поясните содержание контракта по материальной мотивации (КММ).
10. Сравните преимущества и недостатки нематериальных методов мотивации персонала.
11. Выскажите мнение о роли корпоративной культуры как метода мотивации.
12. Выскажите мнение об основных составляющих нематериальной мотивации.
13. Корпоративная социальная политика. Корпоративная культура.
14. Обоснуйте необходимость составления этического кодекса и миссии корпорации.
15. Соревнования, корпоративная социальная политика и корпоративные праздники.
16. Поясните понятие личной продажи. Ответная продажа. Продажа представителям торговли.
17. Выскажите мнение о миссионерских и технических продажах.
18. Поясните отличия созидательных продаж и консультативных. Процесс личных продаж. Стил коммуникаций при личных продажах.
19. Выскажите мнение о методах управления торговым персоналом. Финансовые стимулы. Другие мотивирующие средства.
20. Поясните критерии выбора стиля коммуникаций при личных продажах.
21. Выскажите суждение о преимуществах и недостатках прямого маркетинга.
22. Выскажите суждение о преимуществах и недостатках прямого маркетинга и маркетинговых коммуникациях.
23. Выскажите суждение о различных видах прямого маркетинга.
24. Поясните роль первичных компонентов в процессе прямого маркетинга.
25. Выскажите суждение о процессе разработки стратегии прямого маркетинга.
26. Сравните средства доставки информации в прямом маркетинге.
27. Поясните роль средств массовой информации в организации прямого маркетинга.
28. Поясните сущность, роль и функции оптовой торговли.
29. Выскажите свое мнение о необходимости использования посредников-оптовиков.
30. Выскажите суждение о необходимости правильного понимания и практического применения различных форм звенности оптовой торговли. Коэффициент звенности товарооборота.
31. Выскажите суждение о преимуществах и недостатках складского и транзитного видах товарооборота
32. Поясните содержание функций оптовой торговли. Функция преодоления пространственного разрыва и др
33. Поясните содержание классификации предприятий оптовой торговли, функционирующих на товарном рынке
34. Выскажите суждение о формах организации оптовой торговли на товарном рынке
35. Поясните цели и задачи оптовых предприятий
36. Поясните содержание оперативной деятельности и структуры аппарата оптового предприятия
37. Выскажите суждение о существующих видах предприятий оптовой торговли в мировой экономике
38. Поясните суть и задачи рекламы в магазине. Средства внешней магазинной рекламы
39. Выскажите суждение об основных средствах внутренней рекламы магазина и о возможных цветовых решениях
40. Проанализируйте типы текстов рекламных сообщений
41. Поясните необходимость оборудования для рекламной выкладки товаров в торговом зале.
42. Выскажите свое мнение о цветовом оформлении интерьера магазина
43. Выскажите суждение о необходимости рекламной выкладки товаров в торговом зале
44. Выскажите мнение о необходимости рекламных указателей в магазине
45. Приведите аргументы «за» и «против» проведения рекламных мероприятий в магазине

5.3. Тематика курсовых работ (курсовых проектов)

не предусмотрено

5.4. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

Тематика рефератов

1. Дизайн и планировка магазина, распределение площади
2. Динамика развития товарной системы (ТС) продовольственными и непродовольственными товарами. Управление ТС в области рассматриваемых групп товаров
3. Защита прав и имущественных интересов торгового предприятия
4. Защита прав потребителей
5. Значение и функции менеджера в создании и развитии товарных систем
6. Информационная система торговой организации
7. Конкуренция на основе «затраты - результат». Ее сущность
8. Лицензирование торговой деятельности
9. Материальная ответственность работников торгового предприятия
10. Менеджмент торговой организации. Предпринимательство и менеджмент
11. Модель информационной системы распределительной организации.
12. Модель производственно – информационной системы
13. Необходимость и условия развития торговых предприятий в современных условиях.
14. Необходимость и условия управления товарообменом
15. Общая характеристика рыночной торговли
16. Общие положения о купле-продаже товара
17. Общие принципы и функции менеджмента в сфере торговли
18. Общие требования безопасности, предъявляемые к продавцу продовольственных товаров и его знаниям
19. Определение и классификация товарных систем
20. Определение ТС продовольственными и непродовольственными товарами.

21. Принятие решения на уровне торгового предприятия, района, региона, области, республики, страны, внешнеторговой деятельности
22. Организация «перекрестной продажи»
23. Организация и управление закупок товаров
24. Организация рекламы
25. Основные функции розничной торговли, размещение сети розничных магазинов
26. Основные функции розничной торговли, стратегия управления
27. Основы стратегического планирования в торговой организации и его реализация
28. Особенности управления предприятиями торговли
29. Потребительская стоимость и затраты, их анализ и взаимозависимость.
30. Регулирование затрат на основе потребительской стоимости в системе менеджмента
31. Потребительская стоимость и потребительские свойства
32. Система улучшения потребительских свойств, их взаимосвязь
33. Предприятие оптовой торговли, его виды и эффективность
34. Проблемы формирования товарного предложения в области продовольственных и непродовольственных товаров
35. Процесс анализа предложений о поставках. Выбор круга поставщиков
36. Процесс управления и развития товарными системами
36. Реклама в торговле продовольственными и непродовольственными товарами
37. Роль цен в планировании сбыта.
38. Особенности ценообразования продовольственных и непродовольственных товаров
39. Службы закупки и продаж продовольственных и непродовольственных товаров
40. Службы закупки и продаж продовольственных и непродовольственных товаров
41. Формирование предложения и спроса на продовольственные и непродовольственные товары
42. Состав и роль центров закупки. Процесс заказов службы закупок
43. Современные концепции решения проблем управления товарными системами
44. Современные концепции решения проблем управления ТС. Системный подход к управлению ТС
45. Состав, роль центров закупки и процесс закупки товаров
46. Состояние и развитие ТС продовольственных и непродовольственных товаров
47. Стандартизация и сертификация в торговле
48. Сущность и задачи рыночной информации. Классификация источников
49. Планирование информации по исследуемым группам товаров. Показатели информационной службы. Управление информацией ТС
50. Теория и практика управления формирования торговых предприятий
51. Техника безопасности на предприятиях торговли
52. Товарная политика. Определение товарной стратегии продовольственных и непродовольственных товаров. Алгоритм процесса управления ТС
53. Товарное предложение. Анализ функциональной модели торгового предприятия. Классификация функций и связь между функциями и службами предприятия
54. Торговая организация и сфера ее функционирования
55. Торговое предприятие и его размер. Предприятие оптовой торговли, его виды и эффективность
56. Управление запасами по системе с фиксированным размером заказа
57. Управление обновлением продукции. Учет риска при планировании обновления продукции
58. Управление товарными системами
59. Условия и задачи торговли товарами в рыночных условиях
60. Установление цены на ассортиментные товары, взаимосвязанные товары, дополняющие товары.
61. Индексы цен товаров отдельных групп и их взаимосвязь
62. Учет спроса на товары при размещении товарных секций
63. Формирование предложения и спроса на продовольственные
64. Цели и стратегия развития торговой организации
65. Штрафные санкции за нарушение деятельности торговых предприятий
66. Эволюция системы хозяйствования (продаж) на уровне предприятия.
67. Изменение условий и задач торговли товарами в рыночных условиях

Примерные темы эссе

1. Исследование теоретических аспектов применения методов управления ассортиментом.
2. Исследование теоретических аспектов товарной политики.
3. Исследование теоретических аспектов ассортиментной политики.
4. Исследование методов снижения товарных потерь.
5. Управление товарным ассортиментом предприятий розничной (оптовой) торговой сети.
6. Методы качественных и количественных маркетинговых исследований выявления потребительских предпочтений.
7. Обоснование целесообразности разработки нового продукта.
8. Ценообразование в розничных (оптовых) торговых предприятиях.
9. Планирование и организация закупок товаров в розничной (оптовой) торговой сети.
10. Оптимизация и совершенствование системы складского хозяйства предприятий розничной (оптовой) торговой сети.
11. Анализ торговых операций предприятий розничной (оптовой) торговой сети.
12. Влияние элементов внешней и внутренней среды на формирование ассортимента предприятий розничной (оптовой) торговой сети.
13. Особенности процесса управления в категориальном менеджменте.

14. Стратегическое планирование в управлении ассортиментом.
 15. Методы стимулирования продаж в предприятиях розничной (оптовой) торговой сети.
 16. Особенности сегментации рынка и выбор целевых сегментов.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Кони́на Н.Ю.	Менеджмент: учебник	М.: Аспект Пресс, 2018	Электронный ресурс

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Гродзенский С. Я.	Менеджмент качества: учебное пособие	М.: Проспект, 2015	Электронный ресурс

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Федеральный образовательный портал ЭСМ
----	--

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	ОС Windows XP
6.3.1.2	SuperNovaReaderMagnifier
6.3.1.3	1С: Предприятие 8. Сельское хозяйство. Комплект для обучения в высших и средних УЗ.
6.3.1.4	bCad Витрина
6.3.1.5	VisualStudio 2015
6.3.1.6	Office 2007 Suites
6.3.1.7	GIMP
6.3.1.8	MozillaFirefox
6.3.1.9	MozillaThinderbird
6.3.1.10	7-Zip
6.3.1.11	Справочная правовая система КонсультантПлюс
6.3.1.12	Электронный периодический справочник «Система Гарант»
6.3.1.13	OfficeStandard 2013
6.3.1.14	LibreOffice
6.3.1.15	ОС Windows Vista
6.3.1.16	ОС Windows 7
6.3.1.17	ОС Windows 8
6.3.1.18	ОС Windows 10
6.3.1.19	Ubuntu (Mint)
6.3.1.20	Project Expert 7 Holding
6.3.1.21	OpenOffice 4.1.1

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Электронная библиотечная система издательства «Лань». Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://e.lanbook.com
---------	--

6.3.2.2	Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента»). Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://www.studentlibrary.ru
6.3.2.3	Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://znanium.com/
6.3.2.4	Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ www.biblio-online.ru ». Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. https://www.biblio-online.ru/
6.3.2.5	Электронная система «Госфинансы». Полнотекстовая электронная система, постоянно пополняемая. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://www.gosfinansy.ru/
6.3.2.6	
6.3.2.7	Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ». Полнотекстовый, обновляемый. Доступ по локальной сети академии
6.3.2.8	Национальная электронная библиотека. Доступ посредством использования сети «Интернет» на 32 терминала доступа. https://нэб.рф/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
Аудитория	Вид работ	Назначение	Оснащенность
45a	Пр	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (6 шт.), стулья (18 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.), стол компьютерный (10 шт.), стулья (10 шт.), демонстрационное оборудование (компьютер Intel G32603 3 GHz 3 М (10 шт.), полотно рулонное (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия
51a	Пр	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы ученические (15 шт.), стулья (29 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.), демонстрационное оборудование (белая лаковая магнитно-маркерная доска (1 шт.), проектор Toshiba (1 шт.), ноутбук Acer (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия
38a	Лек	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (17 шт.) (3-хместных - 6, 2-хместных - 11), стулья (38 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.), трибуна (1 шт.), демонстрационное оборудование (экран рулонный настенный (1 шт.), проектор Acer (1 шт.), ноутбук Acer (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия
35a	Лек	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (30 шт.), стулья (60 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска аудиторная (1 шт.), трибуна (1 шт.), демонстрационное оборудование (белая лаковая магнитно-маркерная доска (1 шт.), проектор Toshiba (1 шт.), ноутбук Acer (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия
236	СР	Помещение для самостоятельной работы	Демонстрационная техника (интерактивная доска Hitachi Starboard FX-63 D (1 шт.), ноутбук Acer Asp T2370 (1 шт.), проектор Toshiba (1 шт.)), стол полированный (3 шт.), стол ученический (7 шт.), стол компьютерный (11 шт.), стул (20 шт.), стулья, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации (10 шт.)
123	СР	Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации (19 шт.), столы (17 шт.), компьютерный стол 6-и местный (3 шт.), стулья ученические (34 шт.), стулья п/м (18 шт.), стеллажи с литературой, видеоувеличитель Optelec Wide Screen (1 шт.)

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Методика изучения курса предусматривает наряду с лекциями и семинарами практические занятия, организацию самостоятельной работы студентов, проведение консультаций, руководство докладами студентов для выступления на научно-практических конференциях, осуществление текущего, промежуточного и итогового форм контроля. Система знаний по дисциплине «Товарный менеджмент» формируется в ходе аудиторных и внеаудиторных (самостоятельных) занятий. Используя лекционный материал, учебники и учебные пособия, дополнительную литературу, проявляя творческий подход, студент готовится к практическим занятиям, рассматривая их как пополнение, углубление,

систематизация своих теоретических знаний.

Дисциплина «Товарный менеджмент» изучается студентами в первом и втором и семестрах. Для освоения дисциплины студентами необходимо:

1. Посещать лекции, на которых в сжатом и системном виде излагаются основы дисциплины: даются определения понятий, законов, которые должны знать студенты; раскрываются закономерности поведения экономических субъектов. Студенту важно понять, что лекция есть своеобразная творческая форма самостоятельной работы. Надо пытаться стать активным соучастником лекции: думать, сравнивать известное с вновь получаемыми знаниями, войти в логику изложения материала лектором, следить за ходом его мыслей, за его аргументацией, находить в ней кажущиеся вам слабости. Во время лекции можно задать лектору вопрос, желательно в письменной форме, чтобы не мешать и не нарушать логики проведения лекции. Слушая лекцию, следует зафиксировать основные идеи, положения, обобщения, выводы. Работа над записью лекции завершается дома. На свежую голову (пока еще лекция в памяти) надо уточнить то, что записано, обогатить запись тем, что не удалось зафиксировать в ходе лекции, записать в виде вопросов то, что надо прояснить, до конца понять. Важно соотнести материал лекции с темой учебной программы и установить, какие ее вопросы нашли освещение в прослушанной лекции. Тогда полезно обращаться и к учебнику. Лекция и учебник не заменяют, а дополняют друг друга.

2. Посещать практические занятия, к которым следует готовиться и активно на них работать. Задание к практическому занятию выдает преподаватель. Задание включает в себя основные вопросы, задачи, тесты и рефераты для самостоятельной работы, литературу. Семинарские и практические занятия начинаются с вступительного слова преподавателя, в котором называются цель, задачи и вопросы занятия. В процессе проведения занятий преподаватель задает основные и дополнительные вопросы, организует их обсуждение. На практических занятиях решаются задачи, разбираются тестовые задания и задания, выданные для самостоятельной работы, заслушиваются реферативные выступления. Студенты, пропустившие занятие, или не подготовившиеся к нему, приглашаются на консультацию к преподавателю. Практическое занятие заканчивается подведением итогов: выводами по теме и выставлением оценок.

3. Систематически заниматься самостоятельной работой, которая включает в себя изучение нормативных документов, материалов учебников и статей из экономической литературы, решение задач, написание докладов, рефератов, эссе. Задания для самостоятельной работы выдаются преподавателем.

4. Под руководством преподавателя заниматься научно-исследовательской работой, что предполагает выступления с докладами на научно-практических конференциях и публикацию тезисов и статей по их результатам.

5. При возникающих затруднениях при освоении дисциплины «Товарный менеджмент», для неуспевающих студентов и студентов, не посещающих занятия, проводятся еженедельные консультации, на которые приглашаются неуспевающие студенты, а также студенты, испытывающие потребность в помощи преподавателя при изучении дисциплины.

При изучении дисциплины «Товарный менеджмент» следует усвоить:

- принципы товарного менеджмента при закупке и реализации сырья и товаров;
- способы обеспечения эффективного продвижения товаров от производителя до потребителя с использованием современных методов продажи;
- приемы мерчандайзинга и рекламы;
- методы разработки ассортиментной политики предприятия;
- навыки принимать своевременные и обоснованные решения по вопросам организации и управления торговым предприятием.

Рекомендации по подготовке к лекциям. При подготовке к очередному лекционному занятию необходимо:

1. Максимально подробно разработать материал, излагавшийся на предыдущем лекционном занятии, при этом выделить наиболее важную часть изложенного материала (основные определения и формулы).

2. Постараться запомнить основные формулы.

3. Постараться максимально четко сформулировать (подготовить) вопросы, возникшие при разборе материала предыдущей лекции.

4. Сравнить лекционный материал с аналогичным материалом, изложенным в литературе, попытаться самостоятельно найти ответ на возникшие при подготовке вопросы.

Желательно:

1. Изучая литературу, ознакомиться с материалом, изложение которого планируется на предстоящей лекции.

2. Определить наиболее трудную для вашего понимания часть материала и попытаться сформулировать основные вопросы по этой части.

Изучение наиболее важных тем или разделов учебной дисциплины завершают практические и лабораторные занятия, которые обеспечивают: контроль подготовленности студента; закрепление учебного материала; приобретение опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, в том числе аргументации и защиты выдвигаемых положений и тезисов.

Лабораторному занятию предшествует самостоятельная работа студента, связанная с освоением материала, полученного на лекциях, и материалов, изложенных в учебниках и учебных пособиях, а также литературе, рекомендованной преподавателем.

Рекомендации по подготовке к практическим занятиям. При подготовке к практическим занятиям необходимо:

1. Выучить основные формулы и определения, содержащиеся в лекционном материале.

2. Уточнить область применимости основных формул и определений.

3. Приложить максимум усилий для самостоятельного выполнения домашнего задания.

4. Максимально четко сформировать проблемы (вопросы), возникшие при выполнении домашнего задания.

Желательно:

1. Придумать интересные на наш взгляд примеры и задачи (ситуации) для рассмотрения их на предстоящем лабораторном занятии.

2. Попытаться выполнить домашнее задание, используя методы, отличные от тех, которые изложены преподавателем на лекциях (практических занятиях). Сравнить полученные результаты.

Требования, предъявляемые к выполнению контрольных заданий. При выполнении контрольных заданий следует:

1. Получить четкий ответ на все вопросы, содержащиеся в контрольном задании.
2. Максимально четко изложить способ выполнения контрольного задания.
3. Оформить задание в соответствии с предъявленными требованиями.
4. По возможности, осуществить проверку полученных результатов.

По согласованию с преподавателем или по его заданию студенты могут готовить рефераты по отдельным темам дисциплины.

Основу докладов составляет, как правило, содержание подготовленных студентами рефератов. Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает по результатам тестирования и зачета. Тестирование организовывается в компьютерных классах. Все вопросы тестирования обсуждаются на лекционных и лабораторных занятиях. Подготовка к зачету предполагает изучение конспектов лекций, рекомендуемой литературы и других источников, повторение материалов лабораторных и практических занятий.

ПРИЛОЖЕНИЯ