

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Курганский государственный университет»
Кафедра «Менеджмент и маркетинг»

Товарная политика

Методические указания
к проведению практических занятий и выполнению самостоятельной работы
для студентов очной формы обучения направления
38.03.02 «Менеджмент» (направленность «Маркетинг»)

Кафедра: «Менеджмент и маркетинг».

Дисциплина : «Товарная политика»
(направление 38.03.02 «Менеджмент», направленность «Маркетинг»).

Составила: канд. экон. наук, доц. В.С. Миронова.

Утверждены на заседании кафедры «7» декабря 2016 г.

Рекомендованы методическим советом университета

« 12 » декабря 2016 г.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ к проведению практических занятий

Тема 1 Товар в системе маркетинга

План семинарского занятия

- 1 Понятие и классификация товаров.
- 2 Сущность товарной политики, ее цели и задачи.

Практические задания

Задание 1.1

Производитель женских наручных часов намерен обновить их ассортимент. Характеристиками наручных часов являются:

- 1) точность хода;
- 2) противоударное устройство;
- 3) пылеводонепроницаемость;
- 4) автоматический подзавод;
- 5) сигнальное устройство;
- 6) дизайн;
- 7) элементы и свойства украшений;
- 8) размеры и форма корпуса;
- 9) вес;
- 10) престижность.

Проведите исследование потребительских предпочтений среди студентов группы методом опроса. Подготовьте предложения по новым моделям часов, их дизайну и основным характеристикам. Определите две наиболее важные характеристики женских наручных часов, являющиеся критериями покупательского выбора марки. Методом опроса выявите степень соответствия нескольких марок часов этим критериям. Начертите карту восприятия, обозначив позиции каждой из марок часов.

Задание 1.2

Четыре торговые марки стиральных автоматов сравните по следующим семи показателям (таблица 1).

Таблица 1 – Потребительские характеристики стиральных автоматов

Потребительские характеристики	Samsung	Bosch	Siemens	LG
1 Возможность изменения режимов стирки и частоты вращения барабана	-2	2	2	3

2	Возможность изменения температурного режима	-1	2	1	2
3	Частота ремонта	2	3	2	-1
4	Расход порошка	-3	2	1	2
5	Доступность обслуживания	-1	2	2	1
6	Гарантия	1	2	2	-1
7	Максимальная загрузка машины	-1	3	3	1

Максимально возможный рейтинг равен +5, минимально возможный составляет -5.

Нарисуйте двухмерную карту предпочтений для стиральных автоматов марок «Samsung», «Bosch», «Siemens», «LG». Все показатели разбейте на две категории «эффективность стирки» и «качество сервиса».

Задание 1.3

Составьте многоуровневую модель товара на примере пылесоса, выделив первый уровень - товар по замыслу, второй уровень - товар в реальном исполнении, третий уровень - товар с подкреплением.

Тема 2 Стратегические решения в товарной политике

План семинарского занятия

- 1 Сущность и классификация товарных стратегий.
- 2 Разработка и внедрение нового товара на рынок.

Практические задания

Задание 2.1

ООО «Юргамышское молоко» 60% своей продукции поставляет в розничную сеть и 40% - учреждениям социальной сферы, включая детские сады, больницы, предприятия общественного питания (таблица 2).

Постройте матрицу БКГ для молочной продукции, реализуемой через розничную сеть и учреждениям социальной сферы, по координатам «Темпы роста» и «Удельный вес в общем объеме». Сделайте выводы о сбалансированности продуктового портфеля предприятия в разрезе рассматриваемых направлений продаж. Дайте предложения по развитию каждой товарной группы молочных продуктов.

Таблица 2 – Товарные группы молочных продуктов ООО «Юргамышское молоко»

Товарные группы	Темп роста к предыдущему году, %		Удельный вес в общем объеме, %	
	Предыдущий год	Текущий год	Предыдущий год	Текущий год
Объем производства продукции	169	119	100	100
Направление 1. Товары, реализуемые через розничную сеть	194	116	60	60
Ряд 1. Кисломолочная продукция	110	92	14	12
Ряд 2. Молоко	115	159	11	15
Ряд 3. Творог	107	113	7	8
Ряд 4. Сметана	100	102	8	9
Ряд 5. Масло крестьянское фасованное 0,18 кг	100	100	6	6
Ряд 6. Сыр «Адыгейский»	100	124	3	4
Ряд 7. Десерты	100	97	5	4
Направление 2. Товары, реализуемые учреждениям социальной сферы	156	121	40	40
Ряд 8. Сыворотка	110	227	2	3
Ряд 9. Кефир	108	137	4	5
Ряд 10. Молоко	116	112	6	4
Ряд 11. Творог	113	123	4	5
Ряд 12. Сметана	105	107	4	4
Ряд 13. Масло крестьянское	102	106	9	9
Ряд 14. Масло топленое	130	163	5	6
Ряд 15. Сухое молоко	148	142	8	6

Тема 3 Планирование жизненного цикла товара

План семинарского занятия

- 1 Модель жизненного цикла товара и характеристика ее стадий.
- 2 Товарные стратегии на разных этапах жизненного цикла товара.

Практические задания

Задание 3.1

ООО «Курганские прицепы» разработало новую модель автоприцепа «Зауралец» и запланировало ее выпуск на 10 лет (таблица 3).

Таблица 3 – План выпуска нового автоприцепа «Зауралец»

Показатели	Годы									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 Объем сбыта, штук	20	50	150	240	350	430	490	500	470	410
2 Издержки на годовой объем сбыта, тыс. р.	1550	3650	9450	13200	15750	16700	19257	19500	18100	15580

Определите временные границы этапов жизненного цикла автоприцепа «Зауралец», если общие границы выпуска изделия составляют 10 лет.

Сформулируйте задачи маркетинга по этапам ЖЦТ и предложите товарные стратегии на разных этапах жизненного цикла товара.

Установите цену на автоприцеп «Зауралец», если рентабельность изделия составляет 25% к себестоимости и рассчитайте годовую прибыль от реализации продукции.

Постройте графики «объем сбыта - годы», «издержки - годы», «прибыль - годы».

Тема 4 Формирование номенклатуры и ассортимента товаров

План семинарского занятия

1 Понятия номенклатуры и ассортимента товаров. Показатели товарной номенклатуры.

2 Управление ассортиментом продукции предприятия.

Практические задания

Задание 4.1

Рассчитайте показатели товарной номенклатуры магазина «Эльдорадо», включая широту, глубину, насыщенность (длину), гармоничность (согласованность).

Товарная номенклатура представлена в таблице 4.

Таблица 4 – Товарная номенклатура магазина «Эльдорадо»

	Товарные линии		
	Телевизоры	Холодильники	Стиральные машины
Насыщенность товарной номенклатуры	1 Телевизор «SONI» с экраном 106 см 2 Телевизор «SONI» с экраном 120 см 3 Телевизор «LG» с экраном 51 см 4 Телевизор «LG» с экраном 102 см 5 Телевизор «SAMSUNG» с экраном 81 см 6 Телевизор «SAMSUNG» с экраном 36 см	1 Холодильник «BOSCH» высотой 1,8м, цвет белый 2 Холодильник «BOSCH» высотой 2м, цвет стальной 3 Холодильник «SAMSUNG» высотой 1,6 м, цвет стальной 4 Холодильник «SAMSUNG» высотой 1,7 м, цвет белый	1 Стиральный автомат «LG» с загрузкой белья 3 кг 2 Стиральный автомат «LG» с загрузкой белья 6 кг 3 Стиральный автомат «BOSCH» с загрузкой белья 5 кг 3 Стиральный автомат «BOSCH» с загрузкой белья 6 кг 4 Стиральный автомат «Канди» с загрузкой белья 5 кг 5 Стиральная машина «Канди» с загрузкой белья 3 кг

Задание 4.2

Проведите анализ ассортиментной группы «Микроволновые печи» магазина «Бирюса» по показателю удельного веса товарной позиции в общем объеме реализации данной группы продукции.

Исходные данные представлены в таблице 5.

Результаты ABC-анализа ассортиментной группы «Микроволновые печи» представьте в виде расчетной таблицы. По результатам анализа сделайте выводы.

Таблица 5 – Исходные данные для ABC-анализа ассортиментной группы «Микроволновые печи» магазина «Бирюса»

Товарная позиция	Объем продаж, тыс. р	Удельный вес, %	Нарастающий итог по удельному весу	Группа
1 Микроволновая печь Fusion MWFS-1802	750			
2 Микроволновая печь Fusion MWFS-1803	712			
3 Микроволновая печь SUPRA MWS-2103	643			
4 Микроволновая печь SUPRA MWS-2116	560			
5 Микроволновая печь SUPRA MWS-2117	473			
6 Микроволновая печь SAMSUNG ME-81KRW	380			
7 Микроволновая печь SAMSUNG ME-81MRTB	317			
8 Микроволновая печь SAMSUNG MR-243BW	275			
9 Микроволновая печь LG MH-6022U	269			
10 Микроволновая печь LTRAN FMO-1731IX	255			

Тема 5 Разработка новых товаров

План семинарского занятия

- 1 Разработка и внедрение нового товара на рынок.
- 2 Этапы и методы планирования новых товаров.

Практические задания

Задание 5.1

Для совершенствования товарного ассортимента ООО «Мастер» проведите исследование ассортимента деревообрабатывающих станков методом анкетирования. Данные о деревообрабатывающих станках сведены в таблице 6.

Таблица 6 - Технические характеристики деревообрабатывающих станков ООО «Мастер»

Наименование станка	Технические характеристики
1	2
1 Фуговальный односторонний Модель СФ4-1Б	Фугование по плоскости и под углом. Мах ширина и min длина обработки 400мм, п=4500 об/мин, N дв 3 кВт, т=705 кг. Габариты 2064x1020x1200мм. Комплектование 2-х / 4-х пазовым ножевым валом. Цена 654 тыс. р.
2 Специальный фуговальный односторонний Модель ССФ6-1	Фугование по плоскости и под углом. Мах ширина и min длина обработки 630мм, п=4500 об/мин, N дв 5,5 кВт, т=1000 кг. Габариты 2564x1230x1200мм. Комплектование 2-х / 4-х пазовым ножевым валом. Цена 973 тыс. р.
3 Фуговально-рейсмусовый двухсторонний Модель С2ФР6	Фугование одновременно с двух сторон. Шир. обраб. 20-600мм, толщ.обраб.8-170мм. Мах толщ. снимаемого слоя одним ножевым валом 6 мм. Скорость подачи 8/11м/мин; п нижн. нож. вала 4500 об/мин; п верх. нож. вала 5100об/мин. Установ. Мдв-16кВт; т=1800кг. Габариты 2700x1360x1230мм. Цена 1280 тыс. р.
4 Специальный четырехсторонний продольно-фрезерный Модель СС35-4	Плоская и профильная обраб. Ширина обр.аб. 40-350мм. Толщ. обраб. 8-80 мм. Скорость подачи 8/11м/мин. Частота вращения шпинделя: верхнего 4500об/мин, нижнего и вертикального 5100об/мин. Установленная N дв 23,5 кВт; т=2250кг. Габариты 2600x1150x1575мм. Цена 1125 тыс. р.
5 Автоподатчик Модель АР-4 (к станкам СФ4-1Б, ФСШ-1Р)	Предназначен для механической подачи заготовок. Ширина заготовки 50-400 мм. Толщина заготовки 12-100 мм. Наименьшая длина 400 мм. Наибольшая разнотолщинность подаваемого материала 15 мм. Скорость подачи, м/мин-8,12,16,24. Масса 90 кг. Габариты 760x630x645. Цена 650 тыс. р.
6 Сверлильно-пазовальный Модель СВП-1К	Выборка пазов и сверления отверстий. Мах. диаметр высверливаемого отверстия 20 мм. Мах.глубина 125мм. Мах. длина паза 200 мм. Мах/min расстояние от оси шпинделя до стола 130/10 мм. Угол наклона стола 45 град. N дв=3 кВт. т=347 кг. Габаритные размеры 955x955x1390 мм. Цена 938 тыс. р.

1	2
7 Одношпиндельный фрезерный с шипорезной кареткой Модель ФСШ-1Р	Мах толщ. загот. 100 мм. Мах вертикал. перемещение шпинделя 110 мм. Частота вращения шпинделя 3000/4500/6000/9000 об/мин. Подача - ручная. Ход каретки до 800 мм. Посадочный диаметр инструмента 32,40 мм. N дв 5 кВт. Габаритные размеры 1475x1050x1300 мм, т=650 кг. Цена 1074 тыс. р.
8 Круглопильный универсальный Модель ЦУ 14	Распил, прод. и попер. Раскрой листов. Выборка пазов и четверти диск. фрезой, h пропила 140 мм. Мах шир. попереч. пилки с помощью каретки 600 мм. Диамет. Пилы 180-450 мм. Вертик. ход пилы 100 мм. Посад, диам. пил 32/50 мм, N дв=5,5 кВт, n=3000 об/мин, т=640 кг. Габариты 1920x1470x1150мм. Цена 492 тыс. р.
9 Строгально-пильная машина СПМ-1	Шир. фугов. и рейсмус, до 250 мм. Толщ. рейсмус. 10-180 мм. Толщ. пропила до 85мм. Мах диаметр: пилы-315 мм, фрезы-125 мм. Пазовапие и сверление. Подача заготовок-ручная. N дв=3 кВт. Габариты 1200x725x1000 мм, m =250 кг. Цена 839 тыс. р.
10 Шлифовальный Шл11С-9К	Предназначен для плоской и профильной обработки. Размеры деталей: длина не ограничена, ширина 900 мм, толщина 400 мм. Размер лепты 6237 x150.Диаметр лепескового круга 250 мм. Скорость резания 26,5 м/с . Мощность электродвигателя ленты 3 кВт. Мощность электродвиг. шлифовальной головки 0,37 кВт. Число оборотов двигателя шлиф. ленты 2840 об/мин .двигателя шлиф.головки 1450 об/мин, т=400 кг. Цена 11435 тыс. р.

Разработайте анкету для потребителей деревообрабатывающих станков, используя следующие рекомендации:

- 1) формулировка вопросов должна быть конкретной, ясной и однозначной;
- 2) анкета должна быть лаконичной и содержать оптимальное количество вопросов;
- 3) все вопросы должны быть поставлены в соответствии с логикой исследования;
- 4) анкета не должна быть монотонной, навевать скуку и вызывать усталость;
- 5) трудные и неоднозначные вопросы помещаются в конце анкеты.

Заполните анкеты. Обработайте результаты анкетирования, сделайте выводы и разработайте предложения по совершенствованию товарного ассортимента деревообрабатывающих станков ООО «Мастер».

Тема 6 Обеспечение качества и конкурентоспособности товаров

План семинарского занятия

- 1 Понятие и факторы конкурентоспособности товара.
- 2 Система показателей и методика оценки конкурентоспособности товара.

Практические задания

Задание 6.1

Проведите исследование качества минеральной воды «Свежесть» торговой марки «Зауральские напитки» одним из методов экспертных оценок - методом опроса студентов в группе. Опросный лист представлен в таблице 7.

Таблица 7 - Опросный лист «Исследование качества минеральной воды «Свежесть» торговой марки «Зауральские напитки»»

Вопросы	Ответы
1 Как часто Вы употребляете минеральную воду?	
2 Какой торговой марки минеральную воду Вы предпочитаете?	
3 Удовлетворяют ли Вас предлагаемые магазинами объемы бутылок минеральной воды?	
4 Какой объем бутылки Вы предпочитаете?	
5 Устраивает ли Вас существующая цена на минеральную воду?	
6 Какая цена за 1 литр на минеральную воду Вас устраивает?	
7 Какие качества Вы цените в минеральной воде?	
8 Что Вас не устраивает в минеральной воде?	
9 Считаете ли Вы минеральную воду «Свежесть» экологически чистой?	
10 Какую Вы предпочитаете минеральную воду: газированную или негазированную?	

Обработайте результаты опроса, рассчитайте удельный вес каждого ответа в количестве опрошенных студентов в процентах, сделайте выводы и разработайте предложения по совершенствованию качества минеральной воды «Свежесть» торговой марки «Зуральские напитки».

Задание 6.2

Для повышения конкурентоспособности продукции ООО «КАВЗ» проведите исследование методом SWOT-анализа. Покажите в матрице реальное положение дел в ООО «КАВЗ» и состояние его проблемы. Используя сильные стороны предприятия и открывающиеся перед ним возможности, предложите ряд мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности автобусов.

Покупателями продукции ООО «КАВЗ» являются различные транспортные компании, занимающиеся организацией перевозок пассажиров в пределах города и на междугородних маршрутах. Характеристики автобусов предприятий-конкурентов приведены в таблице 8.

Таблица 8 – Характеристики автобусов предприятий-конкурентов

Показатель	Ед. измер.	КАВЗ-4238	Higer KLQ 6885	Yutong ZK 6899
1 Технические характеристики				
1.1 Ресурс кузова	лет	7	10	12
1.2 Количество посадочных мест	мест	35	35	35
1.3 Емкость топливного бака	л	170	220	200
1.4 Объем двигателя	л	6,7	5,9	6,7
1.5 Мощность двигателя	л.с.	210	210	230
1.6 Максимальная скорость	км/ч	105	110	115
2 Экономические характеристики				
2.1 Цена	руб	2800000	3290000	4370000
2.2 Расход топлива	л/100 км	30	20	22
3 Внешний вид				
3.1 Размеры	Д×Ш×В, мм	10000×2500×3085	8860×2450×3365	9025×2480×3330
3.2 Полная масса	кг	12250	11000	13200
3.3 Количество дверей	шт.	2	2	2

Постройте дерево оценки потребительских свойств автобусов по техническим, экономическим характеристикам и внешнему виду.

Опрошенным экспертам - студентам группы следует выставить ранги в зависимости от важности параметра, от 1 - как самого важного параметра до 2, 3 и т. д.

На основе таблицы ранжирования определяются коэффициенты предпочтительности свойств, веса подцелей (V_i) по формуле:

$$V_i = \frac{2}{n} \left(1 - \frac{\sum_{j=1}^m r_{ij}}{m(n+1)} \right), \quad (1)$$

где n - количество целей;

m - количество экспертов;

i - номер цели;

j - номер эксперта;

r_{ij} - ранг i -цели по мнению j -го эксперта.

При этом должно соблюдаться условие:

$$\sum V_i = 1; \quad 0 < V_i < 1.$$

Сформулируйте идеи по совершенствованию качества автобуса КАВЗ-4238, снижению его себестоимости, улучшению сервисного обслуживания.

Тема 7 Разработка упаковки

План семинарского занятия

- 1 Сущность, роль и функции упаковки.
- 2 Стратегии и этапы процесса разработки упаковки.

Практические задания

Задание 7.1

Разработайте вопросы для анкетного опроса потребителей азербайджанского 100% гранатового сока емкостью 1 литр для выяснения их предпочтений относительно упаковки этого товара.

Какие требования предъявляются к упаковке? Укажите информационные и изобразительные элементы, наносимые на упаковку. Проанализируйте влияние упаковки на потребление гранатового сока с марочным именем «NEW FIDAN»). Рассмотрите целесообразность разработки экологически безопасной упаковки.

Сделайте несколько вариантов предложений по совершенствованию упаковки анализируемого товара:

- 1) принципиально новый вариант упаковки;
- 2) новый дизайн упаковки;
- 3) размещение новой информации на прежней упаковке;

- 4) нанесение на упаковку новых знаков и др.
Спланируйте процесс разработки упаковки по этапам.

Тема 8 Товарная марка и марочная политика

План семинарского занятия

- 1 Сущность и классификация товарных марок.
- 2 Управление товарной маркой.

Практические задания

Задание 8.1

Проведите процедуру отбора марочного названия для товаров «шоколад» и «велосипед» (можно взять любые другие товары). Исследование должно включать тест на ассоциации, тест на произношение, тест на запоминание, тест на предпочтение.

Тест на ассоциации:

в опросный лист включается список марочных названий, респондентам предлагается подобрать ассоциации, связанные с каждым из них.

Тест на запоминание:

группе зачитывается список марочных названий и предлагается написать запомнившиеся.

Тест на предпочтение:

респондентам предлагаются поочередно пары марочных названий для выбора одного из них.

Тема 9. Сервис в товарной политике

План семинарского занятия

- 1 Сущность, цель, значение и функции сервиса.
- 2 Виды сервиса.

Практические задания

Задание 9.1

В мебельном центре «Алые паруса» организовали сервисную службу по техническому и торговому обслуживанию покупателей.

Предложите несколько вариантов форм обслуживания покупателей по техническому и торговому обслуживанию до и после покупки мебели. Обоснуйте свои предложения.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ к выполнению самостоятельной работы

Усвоение дисциплины «Товарная политика» требует самостоятельной проработки теоретических вопросов. Темы самостоятельной работы студентов приведены в таблице 8.

Таблица 8 – Темы самостоятельной работы студентов

Наименование вида самостоятельной работы	Рекомендуемая трудоемкость, акад. час
	Очная форма обу- чения
Самостоятельное изучение тем дисциплины:	21
1 Маркетинговая концепция товара	6
2 Способы конкурентного дифференцирования	5
3 Сила бренда и капитал марки	5
4 Маркетинговый подход к разработке нового товара	5
Подготовка к практическим занятиям (по 1 часу на каждое занятие)	15
Подготовка к рубежным контролям (по 2 часа на каждый рубеж)	4
Подготовка к экзамену	54
Всего:	94

Список литературы

- 1 Кудрявцева Л.В. Товарная политика предприятия: Учебное пособие. – Воронеж. Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета, 2016. – 87 с.
- 2 Анн Х., Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг: Учебник для вузов. 4-е изд. /Под ред. Г.Л. Багиева. – СПб.: Питер, 2015. – 736 с.
- 3 Беляев В.И. Маркетинг: Основы теории и практики. Учебник. 4-е изд. –М.: КноРус, 2014. – 680с.
- 4 Годин А.М. Маркетинг. Учебник. 8-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. – 672с.
- 5 Кеворков В.В., Кеворков В.Д. Практикум по маркетингу. Учеб. пособие. – М.: КноРус, 2013. – 540с.
- 6 Калюжнова Н.Я. Маркетинг: Общий курс. Учеб. пособие. 4-е изд. - СПб, Омега-Л, 2012. – 476с.
- 7 Капон Н., Колчанов В., Дж. Макхалберт. Управление маркетингом. Учебник. – СПб.: Питер, 2013. – 832с.
- 8 Котлер Ф. Десять смертных грехов маркетинга. – М.: Альпина Паб-лишерз, 2015. – 157с.
- 9 Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. – М.: Альпина Пабблишерз, 2015. – 216с.
- 10 Маслова Т.Д., Бажук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг. Учебник, 3-е изд.- СПб.: Питер, 2016. – 380с.

Миронова Валентина Сергеевна

Товарная политика

Методические указания
к проведению практических занятий и выполнению самостоятельной работы
для студентов очной формы обучения направления
38.03.02 «Менеджмент» (направленность «Маркетинг»)

Авторская редакция

Подписано в печать	Формат 60*84 1/16	Бумага 65 г/м ²
Печать цифровая	Усл. печ. л. 1,25	Уч.-изд. л. 1,25
Заказ	Тираж 25	Не для продажи

БИЦ Курганского государственного университета.
640020, г. Курган, ул. Советская, 63/4.
Курганский государственный университет.