

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 26.05.2025 16:53:17
Уникальный программный ключ:
sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Экономический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

КАТЕГОРИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

МАРКЕТИНГ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Категорийный маркетинг» входит в программу бакалавриата «Маркетинг» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 7 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 3 разделов и 11 тем и направлена на изучение инструментов категорийного маркетинга в деятельности торговых предприятий

Целью освоения дисциплины является обеспечение теоретических знаний принципов категорийного маркетинга и практических навыков разработки мероприятий категорийного маркетинга

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Категорийный маркетинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; УК-1.3 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;
ПК-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.1 Применяет современные подходы при разработке концепции продукта и формировании стратегии ценообразования, в том числе и на международных рынках; ПК-2.2 Использует современные подходы при разработке сбытовой политики компании и политики продвижения, в том числе и на международных рынках; ПК-2.3 Формирует и используют оптимальные каналы распределения, а также создает эффективную систему товародвижения; ПК-2.4 Умеет использовать современные техники и методы продаж, а также применяет современные подходы при оценке динамики продаж и их прогнозировании; ПК-2.5 Демонстрирует навыки в управлении бюджетом компании, в том числе рекламным бюджетом и бюджетом на продвижение; ПК-2.6 Умеет интегрировать различные инструменты продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций;
ПК-3	Способность управлять маркетинговой деятельностью организации	ПК-3.1 Владеет современными методиками управления маркетингом и умеет их применять в бизнес-процессе; ПК-3.2 Владеет современными методиками управления маркетингом и умеет их применять в бизнес-процессе; ПК-3.3 Определяет наиболее оптимальный вариант при сравнении нескольких вариантов решения при разработке программы маркетинговой деятельности компании; ПК-3.4 Формирует имидж компании и ее продуктов в процессе осуществления деятельности на рынке; ПК-3.5 Применяет современные модели развития и управления брендом компании на рынке;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Категорийный маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Категорийный маркетинг».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Основы международных стандартов учета и аудита**; Основы предпринимательства**; Тренинг: работа с международной статистикой**; Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**; Страховой бизнес**; Умный город: практика внедрения цифровых технологий**; Основы трейдинга на фондовом рынке**; Ознакомительная практика; Проектно-технологическая практика; Экономическая география; Математика (Часть 1); Микроэкономика; Макроэкономика; Мировая экономика; Экономическая статистика; Математика (Часть 2); Маркетинг; Навыки и технологии публичных презентаций**; Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**; Теория и практика международного бизнеса**; Тайм-менеджмент**; Математическая логика и теория алгоритмов**; Визуализация пространственных данных в экономике**; Комплаенс документации**; Управление талантами**; Основы налоговых правоотношений в учете**; Самокоучинг**; Корпоративное мошенничество: как обезопасить бизнес**; Дизайн-мышление**; Эмоциональный интеллект**; Нейромаркетинг**;	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		Персональный брендинг**; Малое предпринимательство в рыночной экономике**; Моделирование бизнес-процессов**; Бизнес в Интернет**; Методы оптимальных решений**; Основы бизнес-аналитики**; Phygital-технологии в экономике**; Креативная экономика в городах и регионах**; Брендинг территорий**; Девелопмент: городские и региональные инвестиционные проекты**; Современные финансовые технологии**; Основы финансового прогнозирования**; Цифровой банкинг**; Коммуникации в экономике и управлении**; Технологический суверенитет в многополярном мире**; Креативность и инновации в бизнесе**; Основы научных исследований**; Безопасность в цифровой среде**; Международные экономические организации**; "Мягкая сила" в мировой экономике**; Мировые финансовые центры**; История финансовых потрясений в мировой экономике**; Ценообразование в маркетинге**; Маркетинговое управление бизнес-процессами**; Контент-маркетинг**; Маркетинговое администрирование**; Экономика и финансы устойчивого развития**; Цифровые технологии в управлении**; Психология личности и профессиональное самоопределение**;	
ПК-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Проектно-технологическая практика; Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах**; Маркетинг продаж**; Контент-маркетинг**; Маркетинговое	Преддипломная практика; Marketing logistics**; B2B маркетинг; Маркетинговые коммуникации; Маркетинговая логистика**;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		администрирование**; ATL коммуникации**; BTL коммуникации**; Маркетинговые исследования; Маркетинг взаимоотношений и партнерства; Брендинг; Маркетинг в отраслях и сферах деятельности; Поведение потребителей; Управление продуктом; Визуализация данных с использованием инструментов искусственного интеллекта**; Ценообразование в маркетинге**; Маркетинговое управление бизнес-процессами**; Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**; Тайм-менеджмент**; Управление проектами; Основы предпринимательства**; Продвинутый Excel**; Основы проектной деятельности в управлении маркетингом;	"Зеленый" маркетинг**; Позиционирование городов мира: поиск идентичности**;
ПК-3	Способность управлять маркетинговой деятельностью организации	Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах**; Маркетинг продаж**; ATL коммуникации**; BTL коммуникации**; Брендинг; Международный маркетинг; Управление продуктом; Искусственный интеллект в цифровом маркетинге; Основы предпринимательства**; Проектно-технологическая практика;	Marketing logistics**; B2B маркетинг; Маркетинговые коммуникации; Маркетинговая логистика**; "Зеленый" маркетинг**; Позиционирование городов мира: поиск идентичности**; Преддипломная практика;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Категорийный маркетинг» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			7
Контактная работа, ак.ч.	34		34
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		34
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	56		56
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

Общая трудоемкость дисциплины «Категорийный маркетинг» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			8
Контактная работа, ак.ч.	34		34
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		34
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	65		65
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Введение в категорийный маркетинг	1.1	Понятие и ключевые задачи категорийного маркетинга	СЗ
		1.2	Управлением ассортиментом с помощью инструментов категорийного маркетинга	СЗ
		1.3	Управление категорийным маркетингом. Функции категориного менеджера	СЗ
		1.4	Основные показатели эффективности категорийного маркетинга	СЗ
Раздел 2	Стратегия и ассортиментная политика розничного предприятия	2.1	Этапы формирования ассортимента розничного предприятия	СЗ
		2.2	Конкурентные стратегии и позиционирование розничного предприятия	СЗ
		2.3	Положение об ассортиментной политике розничного предприятия	СЗ
Раздел 3	Методология категорийного маркетинга	3.1	Выделение категории с помощью построения модели принятия решения потребителем	СЗ
		3.2	Товарный классификатор и ассортиментная матрица. Ассортиментный минимум	СЗ
		3.3	Основные роли категорий в ассортименте	СЗ
		3.4	Распределение торговых площадей между категориями	СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Ауд. 105. Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM – 1105 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом	Ауд. 105. Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio,

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	монитор 21" Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM – 1105 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Бузукова, Е. А. Категорийный менеджмент. Теоретические основы : учебник для вузов / Е. А. Бузукова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14458-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497073>

2. Бузукова, Е. А. Управление ассортиментом и основы категорийного менеджмента : учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Бузукова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 181 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15602-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509159>

Дополнительная литература:

1. ИЛюха С. Арифметика категорийного менеджмента. Москва: 1С-Публишинг, 2018, с.360. 2. Маркетинг торгового предприятия / Парамонова Т.Н., Красюк И.Н., Лукашевич В.В. - М.: Дашков и К, 2018, 2021. - 284 с.: ISBN 978-5-394-02068-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415048>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevier.com/locate/scopus>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Категорийный маркетинг».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

Старший преподаватель

Должность, БУП

Подпись

Калыгина Валентина

Викторовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Лукина Анастасия

Владимировна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Зобов Александр

Михайлович

Фамилия И.О.