

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 15.05.2026 17:38:41
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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

ТОВАРНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Товарные стратегии предприятия» входит в программу магистратуры «Современный маркетинг и управление продажами» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 4 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Очно-заочное и заочное отделение. Дисциплина состоит из 3 разделов и 6 тем и направлена на изучение инструментария стратегического управления товаром, формирование способности анализировать и оптимизировать ассортимент, развитие навыков рыночного позиционирования товара, подготовку к практической деятельности в сферах маркетинга и управления продуктом.

Целью освоения дисциплины является сформировать у студентов системное понимание товарной стратегии предприятия, включая ассортиментную и рыночную составляющие, а также практические навыки разработки, анализа и корректировки товарных стратегий на основе решения кейсов и ситуационных заданий.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Товарные стратегии предприятия» 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-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.2 Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения; УК-2.3 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы; УК-2.5 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля;
ПК-3	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-3.1 Знает основные стратегические и тактические аспекты установления цен в канале товародвижения на международных рынках; ПК-3.2 Знает особенности ценообразования на материальный и нематериальный товар на международных рынках; ПК-3.3 Умеет разработать стратегию ценообразования с учетом рыночных факторов на международных рынках; ПК-3.4 Владеет инструментами инструментами оценки ценности товарного предложения (соответствия цены ожиданиям рынка);
ПК-4	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-4.1 Знает составляющие системы товародвижения на рынке, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек на международных рынках; ПК-4.2 Знает основные формы выхода компании на международный рынок; ПК-4.3 Умеет управлять процессами поставки и товародвижения на отраслевых рынках международного уровня; ПК-4.4 Владеет навыками моделирования и проектирования деятельности предприятия на международных рынках товаров и услуг; ПК-4.5 Знает основные каналы распределения и продвижения товаров в международном маркетинге;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Товарные стратегии предприятия» 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 «Товарные стратегии предприятия».

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-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	НИРМ; Маркетинговый аудит; Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование;	Преддипломная практика;
ПК-3	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	НИРМ;	
ПК-4	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	Маркетинг розничной торговли**; Ценообразование в маркетинге; Категорийный маркетинг**; Маркетинговый аудит; НИРМ;	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 «Товарные стратегии предприятия» составляет «2» зачетные единицы.

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

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			4
Контактная работа, ак.ч	18		18
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	18		18
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	54		54
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	0		0
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Определение, цели, задачи, элементы и стратегические решения в рамках товарной стратегии предприятия.	1.1	Товарная стратегия: сущность, цели, элементы и стратегические решения в товарной стратегии.	Идентификация составляющих товарной стратегии, формулировка её цели для различных типов предприятий. Анализ стратегических документов. Структурирование элементов стратегии, принятие решений по разработке, выводу, модификации и элиминации товаров	СЗ
		1.2	Комплексный анализ товарной стратегии предприятия.	Аудит товарной стратегии и выявление зоны роста. Стратегическая карта товара. Товарная стратегия для стартапа	СЗ
Раздел 2	Ассортиментная стратегия как часть товарной стратегии: определение, элементы, цели, задачи.	2.1	Ассортиментная стратегия: понятие и элементы. Цели и задачи ассортиментной стратегии.	Базовые инструменты управления ассортиментом. Формирование ассортимента интернет-магазина. Расчет показателей ассортимента. Количественные методы для оптимизации ассортимента. Управление ассортиментом в условиях дефицита бюджета.	СЗ
		2.2	Проектирование ассортиментной стратегии.	Разработка комплексной ассортиментной стратегии и для конкретного бизнеса. Гармонизация ассортимента.	СЗ
Раздел 3	Рыночная стратегия как часть товарной стратегии: определение, цели, задачи, элементы.	3.1	Рыночная стратегия товара: цели, задачи, элементы.	Разработка рыночной стратегии для конкретного товара/бренда. Матрица рыночных альтернатив.	СЗ
		3.2	Комплексная разработка рыночной стратегии как части товарной стратегии.	Интегрирование товарной, ассортиментной и рыночной стратегии в единый план. Оценка эффективности рыночной стратегии.	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.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. 1. Котлер, Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы : практическое руководство / Ф. Котлер, Р. Бергер, Н. Бикхофф. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 134 с. - ISBN 978-5-9614-5582-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2234517> (дата обращения: 15.05.2026). – Режим доступа: по подписке.

2. 2. Николаева, М. А. Товарная политика : учебник для бакалавриата / М.А. Николаева. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2024. — 256 с. - ISBN 978-5-91768-615-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2084243> (дата обращения: 07.05.2026). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. 1. Алексеева, Н. Н. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности : учебник / Н. Н. Алексеева, Е. И. Андреева. – Москва : РИО Российской таможенной академии, 2023. - 231 с. – ISBN 978-5-9590-1287-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2203119> (дата обращения: 15.05.2026). – Режим доступа: по подписке.

2. 2. Григорьев, М. Н. Управление товародвижением : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 91 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20436-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569292> (дата обращения: 15.05.2026).

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 <https://mega.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 «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>
- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>
- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Наукометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Товарные стратегии предприятия».

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

РАЗРАБОТЧИКИ

Доцент кафедры маркетинга

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП

Зам. декана ОЗ и ЗО

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО

Заведующий кафедрой

Должность

Иванов А.М.

Фамилия И.О

Черняев М.В.

Фамилия И.О

Лукина А.В.

Фамилия И.О