АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ «РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ» БАШКИРСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
экономики и предпринимательства
2 сентября 2020 г., протокол №1

Зав. кафедры /Жилина Е.В

Тематика

курсовых работ по дисциплине «Категорийный менеджмент»

на 2020-2021 учебный год

1. Категорийный менеджмент – новый подход к управлению ассортиментом.
2. Ключевые направления категорийного менеджмента.
3. Проблемы перехода управления коммерческой деятельностью на категорийный менеджмент и пути их разрешения.
4. Внедрение категорийного менеджмента за рубежом и возможности использования в Российских условиях.
5. ECR как отправная точка для развития категорийного менеджмента.
6. Развитие категорийного менеджмента в торговых сетях.
7. Основные компоненты категорийного менеджмента.
8. Управление категориями как управление стратегическими бизнес-единицами.
9. Критерий оценки потребительских свойств товара определенной категории.
10. Фокус-группы и их использование для оценки товара.
11. Разработка стратегии категорийного менеджмента.
12. Составление карт потребительских характеристик товаров на торговом предприятии.
13. Разработка категорийного классификатора.
14. Организационная структура коммерческой службы торгового предприятия при переходе на категорийный менеджмент.
15. Организационные изменения в предприятии при переходе на категорийный менеджмент.
16. Система мотивации категорийного менеджера.
17. Определение задач, функциональных обязанностей и зон ответственности категорийных менеджеров.
18. Информационная технология в категорийном менеджменте.
19. Организация партнерских отношений при категорийном подходе к управлению коммерческими процессами.
20. Категорийный менеджмент как инструмент управления цепочкой поставок.
21. Использование EDI и ECR – систем в категорийном менеджменте.
22. Этапы перехода на категорийный менеджмент.
23. Формирование ассортименте при категорийном управлении.
24. Ассортиментная матрица и его использование в коммерческой деятельности предприятия.
25. Разработка карты потребительских характеристик товаров.
26. Разработка категорийного классификатора.

27. Организация изучения потребителей как основа для управления ассортиментом.
28. Структурирование категорий в торговом предприятии.
29. Роль отдельных категорий в деятельности торгового предприятия и ее определение.
30. Кросс-категориальный анализ ассортимента торгового предприятия.
31. Анализ сбалансированности ассортимента товаров торгового предприятия.
32. Оперативное управление ассортиментом товаров в торговом предприятии.
33. Жизненный цикл товара и его влияние на развитие ассортимента. Балансировка ассортимента товаров по глубине и ширине.
34. Ценообразование при управлении товарными категориями.
35. Категорийный мерчендайзинг и стимулирование продаж.
36. Основные принципы распределения торгового пространства под отдельные товарные категории.
37. Стимулирования продаж для товарных категорий.