

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«29» 06 2021 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.14** Бизнес в сфере модной индустрии и мерчендайзинг

Учебный план: ФГОС3+\_2021-2022\_29.04.01\_ITM\_ОО\_Тех обув и кож-галант изделий №2-1- 32.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:  
(специальность) 29.04.01 Технология изделий легкой промышленности

Профиль подготовки: Технология обувных и кожевенно-галантерейных изделий  
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

| Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа<br>обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоё<br>мкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |       |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|-------|
|                           | Лекции                           | Практ.<br>занятия |                |                   |                          |                                      |       |
| 4                         | УП                               | 18                | 18             | 35,75             | 0,25                     | 2                                    | Зачет |
|                           | РПД                              | 18                | 18             | 35,75             | 0,25                     | 2                                    |       |
| Итого                     | УП                               | 18                | 18             | 35,75             | 0,25                     | 2                                    |       |
|                           | РПД                              | 18                | 18             | 35,75             | 0,25                     | 2                                    |       |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 29.04.01 Технология изделий легкой промышленности, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22.09.2017 г. № 964

Составитель (и):

кандидат экономических наук, Доцент  
доктор экономических наук, Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Любименко Анна  
Титова Марина  
Николаевна

От кафедры составителя:  
Заведующий кафедрой менеджмента

\_\_\_\_\_

Титова Марина  
Николаевна

От выпускающей кафедры:  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Лобова Людмила  
Владиславовна

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в области управления субъектами и объектами индустрии моды и продвижения продукции в розничных сетях торговли, формирования и поддержки положительного имиджа компании.

**1.2 Задачи дисциплины:**

- Рассмотреть инструменты и методы управления продвижением
- Раскрыть принципы управления объектом исследования
- Изучить типы управленческих структур организации: функции и иерархия должностей, процессы и процедуры управления творческим процессом в области проектирования одежды и обуви.
- Показать особенности и специфику продвижения в индустрии моды
- Сформировать навыки идентификации потребностей целевых рынков потребителей и разработки предложений по совершенствованию/адаптации товаров к нуждам целевых потребителей

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Бренд-менеджмент в индустрии моды
- Деловое общение и методы коммуникации
- Управление проектами
- Стратегический анализ ассортимента предприятий легкой промышленности
- Теория, методы и организация принятия управленческих решений
- Современные формы организации процессов швейного производства
- Мировые культуры и межкультурные коммуникации

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ОПК-6: Способен анализировать получаемую производственную информацию, обобщать, систематизировать результаты производственных работ с использованием современной техники и технологии**

**Знать:** – методы исследования внутренней (производственной) информации для совершенствования технологических процессов, формирования политики бренда и его идентичности, с учетом специфики производства, качества производимой продукции и ее ориентации на определенные потребности и сегменты потребителей

**Уметь:** – проводить исследования возможностей технологических процессов и оборудования конкретного производства с использованием компьютерных технологий для формирования концепции бренда на основе ориентации на определенные уровни модного рынка, с учетом величины партии товара, повторяемости моделей, особенностей спроса, который они удовлетворяют

**Владеть:** – навыками анализа информации на основе использования прикладных программ для выявления перспектив развития коллекций, товарных брендов и суббрендов и ассортиментных линий для оптимизации деятельности предприятия в целях повышения престижа бренда

## 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий  | Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа |               | СР<br>(часы) | Инновац.<br>формы<br>занятий | Форма<br>текущего<br>контроля |
|--|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|-------------------------------|
|  |                           | Лек.<br>(часы)    | Пр.<br>(часы) |              |                              |                               |
| Раздел 1. Организация бизнеса в модной индустрии   | 4                         |                   |               |              |                              | Д                             |
| Тема 1. Fashion бизнес: субъекты, объекты управления, специфика отрасли, организационные структуры   |                           | 2                 |               | 2            | ИЛ                           |                               |
| Тема 2. Мода: структура и сегментация индустрии моды. Иерархия модной индустрии.<br>Практическое занятие: Подходы к классификации потребителей моды.   |                           | 2                 | 2             | 2            | АС                           |                               |
| Тема 3. Fashion-маркетинг (особенности маркетинга нового товара).<br>Современные каналы товародвижения и продвижения в среде Интернет.<br>Практическое занятие: Особенности маркетинга модного товара. |                           | 2                 | 2             | 2            | ИЛ                           |                               |

|  |  |       |    |       |    |   |
|--|--|-------|----|-------|----|---|
| Тема 4. Стратегии формирования ассортиментных групп. Формирование комплекта, костюмного ансамбля. Роль капсульных и лимитированных коллекций.<br>Практическое занятие: Планирование ассортимента.                                |  | 2     | 2  | 2     |    |   |
| Тема 5. Специфика установления цен на товары класса «люкс», «бридж», массовые коллекции. Целевые цены, цены на продукцию собственных торговых марок (СТМ).<br>Практическое занятие: Особенности ценообразования на модные товары |  | 2     | 2  | 7,75  |    |   |
| Раздел 2. Мерчендайзинг в сфере модной индустрии   |  |       |    |       |    |   |
| Тема 6. Планирование мероприятий мерчендайзинга. Управление работой с товарами.<br>Семинар: История мерчендайзинга модных домов  |  | 2     | 2  | 2     | ИЛ |   |
| Тема 7. Мерчендайзинг в системе маркетинговых коммуникаций. POS-средства.  |  | 2     | 2  | 2     |    | Э |
| Тема 8. Визуальный мерчендайзинг. Планировка пространства магазина.<br>Практическое занятие: Планирование outdoor и indoor мероприятий мерчендайзинга.   |  | 2     | 2  | 4     | АС |   |
| Тема 9. Разработка стратегии мерчендайзинга. Показатели эффективности мерчендайзинга.<br>Практическое занятие: Анализ эффективности мерчендайзинга.  |  | 2     | 4  | 12    |    |   |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)  |  | 18    | 18 | 35,75 |    |   |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)  |  | 0,25  |    |       |    |   |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>  |  | 36,25 |    | 35,75 |    |   |

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

#### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

##### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 5.1.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения  | Наименование оценочного средства   |
|-----------------|---|--|
| ОПК-6           | <p>Описывает основные этапы изготовления изделий легкой промышленности; виды технологических процессов и оборудования производства изделий легкой промышленности; методы сбора и обработки научно-технической информации; методы по систематизации и обобщению информации.</p> <p>Сравнивает и сопоставляет производственную информацию; анализирует технологические процессы и технические характеристики оборудования; обобщает и систематизирует результаты производственных работ с использованием современной техники и технологии.</p> <p>Анализирует производственную информацию для дальнейшего использования при разработке технологий и выборе оборудования в производстве изделий легкой промышленности; методами обобщения и систематизации результатов производственных работ с использованием современной техники и технологии.</p> | <p>Вопросы для устного собеседования</p> <p>Практико-ориентированное задание</p> |

### 5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций |   |
|------------------|--|---|
|                  | Устное собеседование                             | Письменная работа   |
| Зачтено          |  | Обучающийся своевременно выполнил практические работы и представил результаты в форме презентации (Microsoft Office Power Point); возможно допуская несущественные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.     |
| Не зачтено       |  | Обучающийся не выполнил (выполнил частично) практические работы, не представил результаты в форме презентации (Microsoft Office Power Point); допустил существенные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |

### 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

#### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п     | Формулировки вопросов   |
|-----------|---|
| Семестр 4 |   |
| 1         | Fashion-бизнес: отраслевые особенности, основные понятия  |
| 2         | Индустрия моды: субъекты, предметы, потребители   |
| 3         | Концепция жизненного цикла модного товара   |
| 4         | Определение мерчендайзинга, цели и задачи мерчендайзинга  |
| 5         | Механизм действия мерчендайзинга. Четыре принципа мерчендайзинга.   |
| 6         | Поведенческие особенности потребителей продукции индустрии моды.  |
| 7         | Организация мерчендайзинга в компании. Схема организации мерчендайзинга в компании.   |
| 8         | Ценообразование: товары класса «люкс», «бридж», массовые коллекции  |
| 9         | Типология организационных структур управления компаниями индустрии моды   |
| 10        | Методы мерчендайзинга поставщика, оптового и розничного посредника.   |
| 11        | Анализ и планирование продаж. ABC – XYZ анализ.   |
| 12        | Особенности взаимодействия оптовых и производственных компаний с розничными сетями. Учет особенностей магазина.   |
| 13        | Особенности взаимодействия оптовых и производственных компаний с розничными сетями. Организация места продажи товара.   |
| 14        | Основы формирования ассортиментных групп (основы композиции костюмного ансамбля).   |
| 15        | Мерчендайзинг в розничной торговле. Проведение специальных акций в магазинах.   |
| 16        | Торговый зал. Эффективная организация торгового пространства. Виды планировки торговых площадей.  |
| 17        | Эффективность использования торговых площадей: основные показатели.   |
| 18        | Расположение товарных групп, зон для продвижения товара, точек действия, оформление входной и прикассовой зоны.   |
| 19        | Цветовые сочетания в интерьере и выкладке товара. Цветовая символика, связь цветов со специализацией магазина и целевой группой покупателей, влияние цветов на продажи. |
| 20        | Принципы композиции. Особенности восприятия покупателем форм и объемов.   |
| 21        | Оценка конкурентоспособности модного изделия  |
| 22        | Основные процедуры мерчендайзинга. Календарь мерчендайзинга   |
| 23        | Способы выделения отдельных видов товаров с помощью экспозиции и рекламы.   |

#### 5.2.2 Типовые тестовые задания

#### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы) находятся в Приложении к данному РГД

### 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

#### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет проводится в письменной форме. Он включает письменный ответ на вопрос из перечня вопросов для устного собеседования и выполнение двух практических заданий. Время на подготовку студента составляет 1 час. Использование студентом справочных и вспомогательных материалов допускается.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

| Автор   | Заглавие  | Издательство       | Год издания | Ссылка  |
|---|---|--------------------|-------------|---|
| <b>6.1.1 Основная учебная литература</b>              |   |                    |             |   |
| Грошев, И. В.,<br>Краснослободцев, А. А.              | Системный бренд-менеджмент  | Москва: ЮНИТИ-ДАНА | 2017        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/71225.html">http://www.iprbookshop.ru/71225.html</a>   |
| Любименко А. И.,<br>Титова М. Н.,<br>Чигиринова М. В. | Мерчендайзинг   | СПб.: СПбГУПТД     | 2017        | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017575">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017575</a> |
| <b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>        |   |                    |             |   |
| Любименко А. И.                                       | Fashion-бизнес и мерчендайзинг (для 262000.68 и 262200.68)                      | СПб.: СПбГУПТД     | 2015        | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2639">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2639</a>       |
| Чигиринова М. В.,<br>Любименко А. И.                  | Бренд-менеджмент в индустрии моды. Практические занятия. Самостоятельная работа | СПб.: СПбГУПТД     | 2017        | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017548">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017548</a> |
| Титова М. Н.,<br>Чигиринова М. В.,<br>Любименко А. И. | Маркетинг, мерчендайзинг и менеджмент в дизайне                                 | СПб.: СПбГУПТД     | 2015        | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2597">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2597</a>       |
| Любименко А. И.,<br>Чигиринова М. В.                  | Мерчендайзинг   | СПб.: СПбГУПТД     | 2016        | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3082">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3082</a>       |
| Кузнецова М. М.                                       | Современная индустрия моды. Практические занятия                                | СПб.: СПбГУПТД     | 2017        | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017283">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017283</a> |

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Легкая промышленность» [Электронный ресурс].

URL: [http://window.edu.ru/catalog/?p\\_rubr=2.2.75.9](http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.9)

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Менеджмент и организация управления» [Электронный ресурс].

URL: [http://window.edu.ru/catalog/?p\\_rubr=2.2.76.2](http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.76.2)

База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

Microsoft Office Standart Russian Open No Level Academic

### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Аудитория            | Оснащение   |
|----------------------|---|
| Компьютерный класс   | Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду |
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска   |

## Приложение

рабочей программы дисциплины \_\_ Бизнес в сфере модной индустрии и мерчендайзинг  
наименование дисциплины

по направлению подготовки 29.04.01 Технология изделий легкой промышленности  
наименование ОП (профиля): Технология обувных и кожевенно-галантерейных изделий

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

| № п/п                              | Условия типовых практико-ориентированных заданий (задач, кейсов)   |                              |                                      |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
|------------------------------------|--|------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|---------|----------------------------|---------|-----------|----|------|--------|---------------------|----|-----|-------|--------------------------|----|-----|-------|---------------------------|----|------|--------|----------------------|-----|-----|-------|----------------------|-----|-----|-------|-----------|-----|-----|-------|----------------|----|-----|-------|-----------|-----|----|------|----------|-----|----|------|
| 1                                  | <p>Определите основные факторы, определяющие уровень цен на модную продукцию следующих категорий товаров:</p> <p>Люкс;<br/>Бридж;<br/>Средний плюс;<br/>Масс-маркет</p>  |                              |                                      |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| 2                                  | <p>Планируя закупки модных товаров, определите, какие товарные группы являются наиболее приоритетными, а какие следует исключить или сохранить в минимальном объеме в магазине, если известны следующие данные:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Товар</th> <th style="text-align: center;">Стоимость шт., руб.</th> <th style="text-align: center;">Годовой объем продаж, шт.</th> <th style="text-align: center;">Годовой объем продаж (выручка), руб.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Итого</td> <td></td> <td style="text-align: center;">11000</td> <td style="text-align: center;">851020</td> </tr> <tr> <td>1. Джинсы</td> <td style="text-align: center;">65</td> <td style="text-align: center;">5500</td> <td style="text-align: center;">357500</td> </tr> <tr> <td>2. Джинсовые куртки</td> <td style="text-align: center;">80</td> <td style="text-align: center;">745</td> <td style="text-align: center;">59600</td> </tr> <tr> <td>3. Джинсовые юбки (мини)</td> <td style="text-align: center;">95</td> <td style="text-align: center;">179</td> <td style="text-align: center;">17005</td> </tr> <tr> <td>4. Джинсовые юбки (макси)</td> <td style="text-align: center;">90</td> <td style="text-align: center;">2743</td> <td style="text-align: center;">246870</td> </tr> <tr> <td>5. Джинсовые рубашки</td> <td style="text-align: center;">100</td> <td style="text-align: center;">340</td> <td style="text-align: center;">34000</td> </tr> <tr> <td>6. Джинсовые жилетки</td> <td style="text-align: center;">130</td> <td style="text-align: center;">196</td> <td style="text-align: center;">25480</td> </tr> <tr> <td>7. Платья</td> <td style="text-align: center;">115</td> <td style="text-align: center;">592</td> <td style="text-align: center;">68080</td> </tr> <tr> <td>8. Комбинезоны</td> <td style="text-align: center;">45</td> <td style="text-align: center;">567</td> <td style="text-align: center;">25515</td> </tr> <tr> <td>9. Бриджи</td> <td style="text-align: center;">130</td> <td style="text-align: center;">65</td> <td style="text-align: center;">8450</td> </tr> <tr> <td>10. Кеды</td> <td style="text-align: center;">120</td> <td style="text-align: center;">71</td> <td style="text-align: center;">8520</td> </tr> </tbody> </table> | Товар                        | Стоимость шт., руб.                  | Годовой объем продаж, шт.          | Годовой объем продаж (выручка), руб. | Итого                            |         | 11000                      | 851020  | 1. Джинсы | 65 | 5500 | 357500 | 2. Джинсовые куртки | 80 | 745 | 59600 | 3. Джинсовые юбки (мини) | 95 | 179 | 17005 | 4. Джинсовые юбки (макси) | 90 | 2743 | 246870 | 5. Джинсовые рубашки | 100 | 340 | 34000 | 6. Джинсовые жилетки | 130 | 196 | 25480 | 7. Платья | 115 | 592 | 68080 | 8. Комбинезоны | 45 | 567 | 25515 | 9. Бриджи | 130 | 65 | 8450 | 10. Кеды | 120 | 71 | 8520 |
| Товар                              | Стоимость шт., руб.  | Годовой объем продаж, шт.    | Годовой объем продаж (выручка), руб. |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| Итого                              |  | 11000                        | 851020                               |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| 1. Джинсы                          | 65   | 5500                         | 357500                               |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| 2. Джинсовые куртки                | 80   | 745                          | 59600                                |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| 3. Джинсовые юбки (мини)           | 95   | 179                          | 17005                                |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| 4. Джинсовые юбки (макси)          | 90   | 2743                         | 246870                               |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| 5. Джинсовые рубашки               | 100  | 340                          | 34000                                |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| 6. Джинсовые жилетки               | 130  | 196                          | 25480                                |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| 7. Платья                          | 115  | 592                          | 68080                                |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| 8. Комбинезоны                     | 45   | 567                          | 25515                                |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| 9. Бриджи                          | 130  | 65                           | 8450                                 |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| 10. Кеды                           | 120  | 71                           | 8520                                 |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| 3                                  | <p>Определите показатели и виды эффективности участия компании индустрии моды в выставке, если известно:</p> <p>Регистрационный сбор с каждой фирмы - 14900 руб.</p> <p>Расценки на выставочную площадь:</p> <table style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Наименование (ед. измерения)</th> <th style="text-align: right;">Цена (руб.)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Необорудованная площадь (1 кв. м )</td> <td style="text-align: right;">6000,00</td> </tr> <tr> <td>Оборудованная площадь (1 кв. м )</td> <td style="text-align: right;">7800,00</td> </tr> <tr> <td>Открытая площадь (1 кв. м)</td> <td style="text-align: right;">2500,00</td> </tr> </tbody> </table> <p>В стоимость оборудованной площади входят (из расчета на 1 стенд от 6 кв.м. и более): стеновые конструкции, ковровое покрытие, фризровая панель без надписи, 1 стол 80x80x75h (d80x75h), 2 стула, розетка на 1,5 кВт (220В), электроподключение до 5 кВт, настенная вешалка, корзина для бумаг.</p> <p>Минимальный размер линейного выставочного стенда - 6 кв. м. Минимальная глубина стендов - 2 м.</p> <p>Наценка за расположение (обзорность) стенда (в % от стоимости аренды необорудованной площади):</p>   | Наименование (ед. измерения) | Цена (руб.)                          | Необорудованная площадь (1 кв. м ) | 6000,00                              | Оборудованная площадь (1 кв. м ) | 7800,00 | Открытая площадь (1 кв. м) | 2500,00 |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| Наименование (ед. измерения)       | Цена (руб.)  |                              |                                      |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| Необорудованная площадь (1 кв. м ) | 6000,00  |                              |                                      |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| Оборудованная площадь (1 кв. м )   | 7800,00  |                              |                                      |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |
| Открытая площадь (1 кв. м)         | 2500,00  |                              |                                      |                                    |                                      |                                  |         |                            |         |           |    |      |        |                     |    |     |       |                          |    |     |       |                           |    |      |        |                      |     |     |       |                      |     |     |       |           |     |     |       |                |    |     |       |           |     |    |      |          |     |    |      |

|                           | <p>- угловой (открыты 2 стороны, не менее 9 кв.м) + 10%</p> <p>- торцевой (открыты 3 стороны, не менее 18 кв.м) + 15%</p> <p>- островной (открыты 4 стороны, не менее 36 кв.м) + 20%</p> <p>Реклама в каталоге:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• цветная страница ..... 7000 руб.</li> <li>• цветная 2 или 3 страница обложки..... 11000 руб.</li> </ul> <p>Реклама в путеводителе: размещение логотипа компании 4 000 руб.</p> <p>Анализируемая организация выбрала минимальный размер выставочного стенда оборудованной площади. В путеводителе был размещен логотип, а также помещена реклама в каталог выставки на цветную страницу.</p> <p>По итогам работы выставки было заключено контрактов на поставку одежды, производимой организацией на сумму 200000 руб., себестоимость продукции 100000 руб. В период выставки розничным потребителям было продано продукции на сумму 50000 руб., себестоимость проданной продукции 25000 руб.</p>                      |                         |                                     |  |                                     |      |      |      |                      |     |     |     |                           |       |       |       |                  |     |     |     |                           |       |       |       |                          |    |    |    |                    |       |       |       |                    |    |    |    |
|---------------------------|--|-------------------------|-------------------------------------|--|-------------------------------------|------|------|------|----------------------|-----|-----|-----|---------------------------|-------|-------|-------|------------------|-----|-----|-----|---------------------------|-------|-------|-------|--------------------------|----|----|----|--------------------|-------|-------|-------|--------------------|----|----|----|
| 4                         | <p>Определите эффективность мерчендайзинга магазина одежды, если известны следующие данные:</p> <p>Площадь магазина - 100 м<sup>2</sup></p> <p>Площадь, занятая торговым оборудованием – 80 м<sup>2</sup></p> <p>Выручка от реализации товаров за месяц составила – 3800000 р.</p> <p>Число посетителей за месяц составило 10000 чел.</p> <p>Количество операций по продаже товаров составило по данным кассового учета: 5000.</p>   |                         |                                     |  |                                     |      |      |      |                      |     |     |     |                           |       |       |       |                  |     |     |     |                           |       |       |       |                          |    |    |    |                    |       |       |       |                    |    |    |    |
| 5                         | <p>Оцените эффективность рекламной компании магазина модной одежды, если известно:</p> <table border="1" data-bbox="261 987 1303 1391"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Анализ продаж и прибыли</th> <th colspan="2">Текущий период</th> <th>Аналогичный период предыдущего года</th> </tr> <tr> <th>план</th> <th>факт</th> <th>факт</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Объем реализации, шт</td> <td>450</td> <td>500</td> <td>420</td> </tr> <tr> <td>Выручка от реализации, р.</td> <td>60000</td> <td>70000</td> <td>55000</td> </tr> <tr> <td>Средняя цена, р.</td> <td>133</td> <td>140</td> <td>131</td> </tr> <tr> <td>Прибыль от реализации, р.</td> <td>30000</td> <td>35000</td> <td>28000</td> </tr> <tr> <td>Рентабельность продаж, %</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>51</td> </tr> <tr> <td>Бюджет рекламы, р.</td> <td>15000</td> <td>16000</td> <td>10000</td> </tr> <tr> <td>Знание продукта, %</td> <td>35</td> <td>37</td> <td>33</td> </tr> </tbody> </table> | Анализ продаж и прибыли | Текущий период                      |  | Аналогичный период предыдущего года | план | факт | факт | Объем реализации, шт | 450 | 500 | 420 | Выручка от реализации, р. | 60000 | 70000 | 55000 | Средняя цена, р. | 133 | 140 | 131 | Прибыль от реализации, р. | 30000 | 35000 | 28000 | Рентабельность продаж, % | 50 | 50 | 51 | Бюджет рекламы, р. | 15000 | 16000 | 10000 | Знание продукта, % | 35 | 37 | 33 |
| Анализ продаж и прибыли   | Текущий период   |                         | Аналогичный период предыдущего года |  |                                     |      |      |      |                      |     |     |     |                           |       |       |       |                  |     |     |     |                           |       |       |       |                          |    |    |    |                    |       |       |       |                    |    |    |    |
|                           | план   | факт                    | факт                                |  |                                     |      |      |      |                      |     |     |     |                           |       |       |       |                  |     |     |     |                           |       |       |       |                          |    |    |    |                    |       |       |       |                    |    |    |    |
| Объем реализации, шт      | 450  | 500                     | 420                                 |  |                                     |      |      |      |                      |     |     |     |                           |       |       |       |                  |     |     |     |                           |       |       |       |                          |    |    |    |                    |       |       |       |                    |    |    |    |
| Выручка от реализации, р. | 60000  | 70000                   | 55000                               |  |                                     |      |      |      |                      |     |     |     |                           |       |       |       |                  |     |     |     |                           |       |       |       |                          |    |    |    |                    |       |       |       |                    |    |    |    |
| Средняя цена, р.          | 133  | 140                     | 131                                 |  |                                     |      |      |      |                      |     |     |     |                           |       |       |       |                  |     |     |     |                           |       |       |       |                          |    |    |    |                    |       |       |       |                    |    |    |    |
| Прибыль от реализации, р. | 30000  | 35000                   | 28000                               |  |                                     |      |      |      |                      |     |     |     |                           |       |       |       |                  |     |     |     |                           |       |       |       |                          |    |    |    |                    |       |       |       |                    |    |    |    |
| Рентабельность продаж, %  | 50   | 50                      | 51                                  |  |                                     |      |      |      |                      |     |     |     |                           |       |       |       |                  |     |     |     |                           |       |       |       |                          |    |    |    |                    |       |       |       |                    |    |    |    |
| Бюджет рекламы, р.        | 15000  | 16000                   | 10000                               |  |                                     |      |      |      |                      |     |     |     |                           |       |       |       |                  |     |     |     |                           |       |       |       |                          |    |    |    |                    |       |       |       |                    |    |    |    |
| Знание продукта, %        | 35   | 37                      | 33                                  |  |                                     |      |      |      |                      |     |     |     |                           |       |       |       |                  |     |     |     |                           |       |       |       |                          |    |    |    |                    |       |       |       |                    |    |    |    |