

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» 06 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.14

Бизнес в сфере модной индустрии и мерчендайзинг

Учебный план: ФГОС3+_2020-2021_29.04.05_ИТМ_ОЗО_КШИ.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:
(специальность) 29.04.05 Конструирование изделий легкой промышленности

Профиль подготовки: Конструирование швейных изделий
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очно-заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
4	УП	17	17	37,75	0,25	Зачет
	РПД	17	17	37,75	0,25	
Итого	УП	17	17	37,75	0,25	
	РПД	17	17	37,75	0,25	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 29.04.05 Конструирование изделий легкой промышленности, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22.09.2017 г. № 970

Составитель (и):

доктор экономических наук, Заведующий кафедрой _____

Титова Марина
Николаевна

кандидат экономических наук, Доцент _____

Любименко Анна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента _____

Титова Марина
Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой _____

Сурженко Евгений
Яковлевич

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
- Современные формы организации процессов швейного производства
- Стратегический анализ ассортимента предприятий легкой промышленности
- Управление проектами
- Теория, методы и организация принятия управленческих решений
- Мировые культуры и межкультурные коммуникации

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-8: Способен прогнозировать потребности рынков в продукции легкой промышленности, разрабатывать план и анализировать эффективность мероприятий по улучшению потребительских свойств и качества одежды, обуви, кожгалантереи и аксессуаров, изделий из кожи и меха

Знать: преимущества и недостатки продукции легкой промышленности основных конкурентов на отечественном и зарубежном рынке

Уметь: проводить сравнительный анализ своих разработок с аналогичной отечественной и зарубежной продукцией и обоснованно выбирать наиболее значимые конструктивно-технологические, эстетические, экономические, экологические и иные требования потребителей

Владеть: навыками выполнения научно-исследовательских и экспериментальных работ, связанных с решением художественных и конструкторских задач и выполнением конструктивно-технологических, эстетических, экономических, экологических и иных требований потребителей

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (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. Moda: структура и сегментация индустрии моды. Иерархия модной индустрии. Практическое занятие: Подходы к классификации потребителей моды.		2	1	3	АС	
Тема 3. Fashion-маркетинг (особенности маркетинга нового товара). Современные каналы товародвижения и продвижения в среде Интернет. 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. Практическое занятие: Планирование	2	2	2		
Тема 5. Специфика установления цен на товары класса «люкс», «бридж», массовые коллекции. Целевые цены, цены на продукцию собственных торговых марок (СТМ). Практическое занятие: Особенности ценообразования на модные товары	1	2	8,75		
Раздел 2. Мерчендайзинг в сфере модной индустрии					
Тема 6. Планирование мероприятий мерчендайзинга. Управление работой с товарами. Семинар: История мерчендайзинга модных домов	2	2	2	ИЛ	Э
Тема 7. Мерчендайзинг в системе маркетинговых коммуникаций. POS-средства.	2	2	2		
Тема 8. Визуальный мерчендайзинг. Планировка пространства магазина. Практическое занятие: Планирование outdoor и indoor мероприятий мерчендайзинга.	2	2	4	АС	
Тема 9. Разработка стратегии мерчендайзинга. Показатели эффективности мерчендайзинга. Практическое занятие: Анализ эффективности мерчендайзинга.	2	4	12		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	17	17	37,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине	34,25		37,75		

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-8	<p>Дает характеристику способов прогнозирования потребности рынков в продукции легкой промышленности.</p> <p>Разрабатывает план по улучшению потребительских свойств и качества изделий легкой промышленности.</p> <p>Применяет способы анализа эффективности мероприятий по улучшению потребительских свойств и качества изделий легкой промышленности, в том числе одежды, обуви, кожгалантереи и аксессуаров, изделий из кожи и меха.</p>	<p>Перечень вопросов</p> <p>Практикоориентированные задания</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 РПД

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

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

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

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

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Office Standart Russian Open No Level Academic

Microsoft Windows

Microsoft Windows Home Russian Open No Level Academic Legalization Get Genuine (GGK) + Microsoft Windows Professional (Pro – профессиональная) Russian Upgrade Open No Level Academic

Microsoft Windows Professional Upgrade Академическая лицензия

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 __ Стратегический анализ ассортимента предприятий легкой промышленности по направлению подготовки 29.04.01 Технология изделий легкой промышленности

наименование ОП (профиля): _ Технология швейных изделий

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

№ п/п	Условия типовых практико-ориентированных заданий (задач, кейсов)							
Семестр 1								
1	Определите характеристики ассортимента предприятия легкой промышленности по данным таблицы:							
	Наименование группы	Название						
	Туники							
	М-2.04	Туника Бирюзовая Клетка						
	М-2.04	Туника Розовая Клетка						
	М-237	Туника Лилия						
	М-252	Туника Клетка						
	Платья							
	М-1.01	Платье Темно-розовое						
	М-1.01	Платье Сирень						
	М-1.01	Платье Терракотовое						
	М-1.01	Платье Гусиная лапка						
	М-1.02	Платье Клетка Терракот						
	М-1.02	Платье Белые Узоры						
	М-1.02	Платье Синее						
	М-1.02	Платье Огурцы						
	М-1.10	Платье Снежок Синий						
	М-1.11	Платье Синее						
	М-1.11	Платье Тёмно-розовое						
	М-1.11	Платье Оливка						
	М-1.11	Платье Сирень						
	М-1.11	Платье Охра						
	Жилеты							
	М-293	Жилет Терракот						
	М-293	Жилет Чёрный						
	Блузы							
	М-126	Жакет Охра						
	М-126	Жакет Фисташка						
	М-126	Жакет Джинса						
	М-126	Жакет Оливка						
	М-135	Блуза Качели Круги						
	М-135	Блуза Качели Морозные узоры						
	М-2.05	Блуза Клетка						
	М-2.05	Блуза Сиреневый меланж						
	М-2.05	Блуза Абстракция						
	Топы							
	М-02	Топ Красный						
	М-2.08	Топ Голубой Хлопок						
	М-2.08	Топ Коралл						
	М-2.08	Топ Мятный Хлопок						
	М-2.08	Топ Пыльная Роза						
	М-2.08	Топ Синий						
	М-2.08	Топ Хаки						
	М-75	Топ Синяя бабочка						
	М-75	Топ Белая бабочка						
	Юбки							
	М-3.01	Юбка Голубая						
2	Проведите ABC и XYZ анализ ассортимента предприятия легкой промышленности на основании данных таблицы:							
	Наименование группы	Название	Цена реализации, руб.	Средний запас по позиции, руб.	Объем реализации, шт.			
					I кв.	II кв.,	III кв.	IV кв.
	М-2.04	Туника Бирюзовая Клетка	700	245,00	300	250	100	230

M-2.04	Туника Розовая Клетка	700	283,75	450	325	80	180
M-237	Туника Лилия	600	201,25	225	185	95	200
M-252	Туника Клетка	600	213,75	320	150	80	205
M-1.01	Платье Темно-розов ое	500	168,75	180	155	70	170
M-1.01	Платье Сирень	500	158,75	170	145	60	160
M-1.01	Платье Терракотовое	500	143,75	155	130	45	145
M-1.01	Платье Гусиная лапка	900	153,75	165	140	55	155
M-1.02	Платье Клетка Терракот	1250	173,75	185	160	75	175
M-1.02	Платье Белые Узоры	1250	203,75	215	190	105	205
M-1.02	Платье Синее	500	153,75	165	140	55	155
M-1.02	Платье Огурцы	1250	175,75	187	162	77	177
M-1.10	Платье Снежок Синий	1600	144,75	156	131	46	146
M-1.11	Платье Синее	1400	203,75	215	190	105	205
M-1.11	Платье Тёмно-розов ое	1400	168,75	180	155	70	170
M-1.11	Платье Оливка	1400	133,75	145	120	35	135
M-1.11	Платье Сирень	1400	163,75	175	150	65	165
M-1.11	Платье Охра	1400	188,75	200	175	90	190
M-293	Жилет Терракот	500	60,25	50	27	22	42
M-293	Жилет Чёрный	700	74,25	70	47	29	51
M-126	Жакет Охра	1350	106,75	100	75	42	110
M-126	Жакет Фисташка	1350	156,75	150	125	92	160

M-126	Жакет Джинса	1350	121,75	115	90	57	125
M-126	Жакет Оливка	1350	211,75	205	180	147	215
M-135	Блуза Качели Круги	600	311,75	305	280	247	315
M-135	Блуза Качели Морозные узоры	500	321,75	315	290	257	325
M-2.05	Блуза Клетка	700	331,75	325	300	267	335
M-2.05	Блуза Сиреневый меланж	600	264,75	258	233	200	268
M-2.05	Блуза Абстракция	600	291,75	285	260	227	295
M-02	Топ Красный	450	640	170	550	1590	150
M-2.08	Топ Голубой Хлопок	750	665	170	550	1690	150
M-2.08	Топ Коралл	750	730	270	650	1650	250
M-2.08	Топ Мятный Хлопок	750	812,5	300	680	1890	280
M-2.08	Топ Пыльная Роза	750	755	270	650	1750	250
M-2.08	Топ Синий	750	480	70	450	1250	50
M-2.08	Топ Хаки	750	567,5	120	500	1450	100
M-75	Топ Синяя бабочка	500	600	140	520	1520	120
M-75	Топ Белая бабочка	500	668,75	200	580	1615	180
M-3.01	Юбка Голубая	600	902,5	150	600	2510	250

3

Проведите маржинальный анализ ассортимента предприятия легкой промышленности и постройте матрицу «Маркон»

Наименование группы	Название	Цена реализации, руб.	Объем реализации, шт.	Средние переменные издержки, руб.
M-2.04	Туника Бирюзовая Клетка	700	880	468,23
M-2.04	Туника Розовая Клетка	700	1035	468,23
M-237	Туника Лилия	600	705	401,34
M-252	Туника Клетка	600	755	401,34

М-1.01	Платье Темно-розовое	500	575	334,45
М-1.01	Платье Сирень	500	535	334,45
М-1.01	Платье Терракотовое	500	475	334,45
М-1.01	Платье Гусиная лапка	900	515	602,01
М-1.02	Платье Клетка Терракот	1250	595	836,12
М-1.02	Платье Белые Узоры	1250	715	836,12
М-1.02	Платье Синее	500	515	334,45
М-1.02	Платье Огурцы	1250	603	836,12
М-1.10	Платье Снежок Синий	1600	479	1070,23
М-1.11	Платье Синее	1400	715	936,45
М-1.11	Платье Темно-розовое	1400	575	936,45
М-1.11	Платье Оливка	1400	435	936,45
М-1.11	Платье Сирень	1400	555	936,45
М-1.11	Платье Охра	1400	655	936,45
М-293	Жилет Терракот	500	141	334,45
М-293	Жилет Чёрный	700	197	468,23
М-126	Жакет Охра	1350	327	903,01
М-126	Жакет Фисташка	1350	527	903,01
М-126	Жакет Джинса	1350	387	903,01
М-126	Жакет Оливка	1350	747	903,01
М-135	Блуза Качели Круги	600	1147	401,34
М-135	Блуза Качели Морозные узоры	500	1187	334,45
М-2.05	Блуза Клетка	700	1227	468,23
М-2.05	Блуза Сиреневый меланж	600	959	401,34
М-2.05	Блуза Абстракция	600	1067	401,34
М-02	Топ Красный	450	2460	301,00
М-2.08	Топ Голубой Хлопок	750	2560	501,67
М-2.08	Топ Коралл	750	2820	501,67

M-2.08	Топ Мятный Хлопок	750	3150	501,67
M-2.08	Топ Пыльная Роза	750	2920	501,67
M-2.08	Топ Синий	750	1820	501,67
M-2.08	Топ Хаки	750	2170	501,67
M-75	Топ Синяя бабочка	500	2300	334,45
M-75	Топ Белая бабочка	500	2575	334,45
M-3.01	Юбка Голубая	600	3510	401,34

4 Проведите портфельный анализ ассортимента предприятия легкой промышленности с применением матрицы BCG на основании следующих данных:
Объем продаж отрасли (Емкость рынка) составила в предшествующем году 500000 тыс. руб., в текущем году 650000 тыс. руб.

Наименование группы (бренда)	Объем продаж, тыс. руб.		Объем прибыли, тыс. руб.	
	Предшествующий год	Текущий год	Предшествующий год	Текущий год
Delta Jeans	45000	52000	15000	18000,00
Backbarry	3250	3500	1115	1190
Undina	52000	47000	22000	19740
Reachmore	18500	22500	8500	11000
Modabeach	2700	3300	900	1200
Karoline	2500	3000	500	700
Liandra	85000	95000	15000	20000
	208950	226300	63015	71830,00

Сделайте соответствующие выводы.