

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«28» 06 2022 года

## Рабочая программа дисциплины

**ФТД.01**

Ассортиментная концепция предприятия

Учебный план: 2022-2023 38.04.02 ИБК Мен инд моды и арт-объектов ОО №2-1-64.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:  
(специальность) 38.04.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Менеджмент индустрии моды и арт-объектов  
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
2	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 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 952

Составитель (и):

кандидат экономических наук, Доцент

\_\_\_\_\_

Люби́менко

Анна

..

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента

\_\_\_\_\_

Титова Марина  
Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Титова Марина  
Николаевна

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в области стратегического анализа ассортимента продукции для принятия сбалансированных эффективных решений в профессиональной сфере

**1.2 Задачи дисциплины:**

- сформировать представления об особенностях анализа ассортимента и основных направлениях ассортиментной политики;
- показать, как формируется зависимость между стратегическими решениями в области ассортиментной политики и экономическими результатами деятельности предприятия;
- научить анализировать ассортимент в условиях внешних и внутренних ограничений;
- сформировать представления о методах стратегического анализа ассортимента, применимых для объяснения и прогнозирования успехов или упадка предприятий в условиях возрастающей неопределенности внешней среды;
- расширить и углубить теоретические знания о стратегическом развитии рационального ассортимента и сформировать системные профессиональные навыки в области стратегического анализа ассортимента легкой промышленности.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

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

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования

Менеджмент индустрии моды и арт-объектов

Мерчендайзинг

Организация и планирование предпринимательской деятельности

Бизнес-моделирование инновационных направлений деятельности

Инвестиционная политика в креативной сфере

Цифровые технологии в менеджменте

Управленческая экономика

Современные методы анализа

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПК-1: Способен разрабатывать стратегии технологической модернизации производства с учетом выбранной продуктовой стратегии</b>
<b>Знать:</b> Факторы макро- и микросреды определяющие ассортиментную политику организации
<b>Уметь:</b> идентифицировать факторы внешней среды предопределяющие решения по технологической модернизации
<b>Владеть:</b> навыками формирования ассортиментных стратегий компании
<b>ПК-2: Способен выбирать продуктовую нишу и разрабатывать продуктовую стратегию</b>
<b>Знать:</b> подходы к формированию ассортиментных стратегий
<b>Уметь:</b> обосновывать принятие решений в области формирования ассортимента компании
<b>Владеть:</b> навыками применения методов анализа ассортимента

## 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. Стратегический анализ ассортимента в деятельности предприятия	2					Д
Тема 1. Понятийный аппарат стратегического анализа ассортимента. Понятие и общая характеристика ассортимента. Факторы формирования ассортимента. Классификация ассортимента предприятий легкой промышленности. Семинар: Роль товаров-комплиментов и товаров-заменителей в ассортименте предприятия.		2	2	4	ИЛ	

Тема 2. Анализ потребительского спроса как определяющего фактора формирования ассортимента. Исследование потребителя. Сегментация рынка по основным потребителям и выбор целевого сегмента, сегментация рынка по параметрам продукции. Сравнительный анализ товаров-конкурентов. Сравнительный анализ и оценка конкурентоспособности продукции. Практическое занятие: Построение профиля идеального товара.	2	2	4	АС	
Тема 3. Сущность и задачи стратегического анализа ассортимента. Общая концепция стратегического управления. Стратегия и конкурентное преимущество предприятия. Стратегический анализ как этап стратегического управления. Установление целей предприятия. Характеристика стратегий развития бизнеса в области развития потенциала предприятий в достижении своих целей, повышения или сохранения конкурентных преимуществ. Специальные базовые стратегии. Стратегии развития продукта. Практическое занятие: Ассортиментные стратегии.	2	2	6	ИЛ	
Раздел 2. Стратегические перспективы ассортиментной политики					
Тема 4. Состояние и перспективы развития рынка товаров легкой промышленности. Семинар: Тенденции развития легкой промышленности	2	1	3,75	ИЛ	Р

Тема 5. Понятие свойства товара. Классификация свойств товаров. Характеристика потребительских свойств товаров легкой промышленности. Требования к качеству товаров. Практическое занятие: Анализ потребительских свойств товаров швейной и кожевенно-обувной подотраслей легкой промышленности.	2	2	4	АС	
Тема 6. Сущность рыночного подхода к формированию и анализу ассортиментной политики. Алгоритм формирования ассортиментной политики. Основные направления формирования ассортимента. Критерии оценки рациональности ассортимента предприятия. Классификация и характеристики ассортимента. Показатели ассортимента. Формирование оптимальной структуры ассортимента товаров. Практическое занятие: Анализ ассортимента продукции, работ и услуг.	2	2	6	ИЛ	
Раздел 3. Ключевые элементы стратегического анализа ассортимента и конкурентный анализ ассортимента					3

Тема 7. Анализ внешней и внутренней среды предприятия. Составляющие внешней и внутренней окружающей среды. Метод SWOT-анализа. Метод PEST-анализа. Практическое занятие: Анализ внутренних ресурсов и возможностей предприятия.	1	2	2	АС	
Тема 8. Портфельный анализ ассортимента. Цели и основные этапы портфельного анализа. Анализ ассортимента предприятия по матрице Бостонской консультационной группы (БКГ). Модифицированная матрица БКГ. Матрица «McKinsey» – «General Electric» («экран бизнеса»). Практическое занятие: Оценка уровня конкурентоспособности товаров	2	2	2	ИЛ	
Тема 9. Анализ ассортиментной матрицы. Формирование ассортиментной матрицы и показатели ее анализа. Анализ концентрации продаж (ABC-анализ). Анализ стабильности ассортимента (XYZ-анализ). Совмещенный ABC/ XYZ-анализ. Матрица "Маркон". Морфологический анализ ассортимента. Практическое занятие: Применение матричного метода анализа ассортимента.	2	2	6	АС	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	17	17	37,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25				
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>	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
ПК-2	Характеризует понятие ассортимента и товарной номенклатуры, . характеристики ассортимента по местонахождению товаров Анализирует потребительский спрос как определяющий фактор формирования ассортимента Делает сравнительный анализ товаров-конкурентов и оценку конкурентоспособности продукции.	Перечень вопросов практико-ориентированные задания
ПК-1	Раскрывает сущность рыночного подхода к формированию и анализу ассортиментной политики, алгоритм формирования сортиментной политики, основные направления формирования ассортимента.  Определяет факторы внешней среды предопределяющие решения по технологической модернизации.  Проводит конкурентный анализ: ключевых факторов успеха по формированию ассортиментных стратегий компании	Перечень вопросов практико-ориентированные задания

##### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа

Зачтено	Обучающийся своевременно выполнил задания; возможно допуская несущественные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
Не зачтено	Обучающийся не выполнил (выполнил частично) задания; 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 2	
1	Понятие ассортимента и товарной номенклатуры. Характеристика ассортимента по местонахождению товаров
2	Классификация ассортимента в зависимости от широты охвата товаров
3	Классификация ассортимента в зависимости от степени удовлетворения и характера удовлетворяемым товаром потребностей
4	Состав промышленного и торгового ассортимента
5	Основные характеристики ассортимента, используемые для анализа процессов управления ассортиментом на уровне предприятия
6	Классификация ассортимента предприятий легкой промышленности
7	Общие и специфические факторы формирования ассортимента
8	Исследование и анализ потребительского спроса как определяющего фактора формирования ассортимента
9	Сравнительный анализ и оценка конкурентоспособности продукции
10	Стратегический анализ как этап стратегического управления
11	Основные задачи стратегического анализа ассортимента и пути их решения
12	Специальные базовые стратегии: Стратегии развития продукта.
13	Стратегии предприятия в условиях растущего рынка. Матрица «продукт – рынок» И. Ансоффа.
14	Виды ассортиментных стратегий
15	Анализ составляющих внешней и внутренней среды предприятия в целях планирования ассортимента
16	Методы стратегического анализа: SWOT-анализ
17	Методы стратегического анализа: PEST-анализ
18	Цели и основные этапы портфельного анализа ассортимента
19	Анализ ассортимента предприятия по матрице Бостонской консультационной группы (БКГ)
20	Матрица «McKinsey» – «General Electric» («экран бизнеса»).
21	Формирование ассортиментной матрицы и показатели ее анализа.
22	Анализ концентрации продаж (ABC-анализ)
23	Анализ стабильности ассортимента (XYZ-анализ)
24	Сущность управленческого анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия
25	Анализ прибыльности товарных групп
26	Сущность рыночного подхода к формированию и анализу ассортиментной политики
27	Алгоритм формирования ассортиментной политики
28	Основные направления формирования ассортимента
29	Критерии оценки рациональности ассортимента предприятия
30	Анализ устойчивости положения бизнеса на рынках по методике М. Портера “концепция пяти сил конкуренции”
31	Понятие конкурентной стратегии. Ключевые позиции выбора типов конкурентных преимуществ по М. Портеру.
32	Стратегический анализ развития бизнеса: виды базовых стратегий развития бизнеса.
33	Общая концепция стратегического управления. Стратегия и конкурентное преимущество предприятия. Основные виды конкурентных преимуществ.
34	Конкурентный анализ: ключевые факторы успеха предприятий легкой промышленности
35	Общая концепция стратегического управления: Установление целей организации. Понятие миссии предприятия. Цели предприятия в области формирования ассортимента.

## 5.2.2 Типовые тестовые задания

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

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	
Delta Jeans	45000	52000	15000
Backbarry	3250	3500	1115
Undina	52000	47000	22000
Reachmore	18500	22500	8500
Modabeach	2700	3300	900
Karoline	2500	3000	500
Lianndra	85000	95000	15000
	208950	226300	63015
		71830,00	

## 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 и включает теоретический вопрос и практико-ориентированное задание. На ответ обучающимся дается один час.

## 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>				
Титова М. Н., Петрова И. Е.	Стратегический анализ ассортимента предприятий легкой промышленности	СПб.: СПбГУПТД	2016	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3426">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3426</a>
Кузнецова, Е. Ю., Крылатков, П. П., Минеева, Т. А., Подольяк, О. О., Кузнецова, Е. Ю.	Современный стратегический анализ	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ	2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/68473.html">http://www.iprbookshop.ru/68473.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Томпсон, А. А., А. Дж., Зайцев, Л. Г., Соколова, М. И.	Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/74945.html">http://www.iprbookshop.ru/74945.html</a>
Ополченова, Е. В.	Современный стратегический анализ	Москва: Российская международная академия туризма, Университетская книга	2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/51871.html">http://www.iprbookshop.ru/51871.html</a>

Петрова И. Е.	Стратегический анализ ассортимента предприятий легкой промышленности	СПб.: СПбГУПТД	2017	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017315">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017315</a>
Попович А. М.	Стратегический менеджмент	Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского	2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/59657.html">http://www.iprbookshop.ru/59657.html</a>
Киселева Ю. А., Темнова Н. К.	Стратегический менеджмент	СПб.: СПбГУПТД	2016	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3624">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3624</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)

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

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