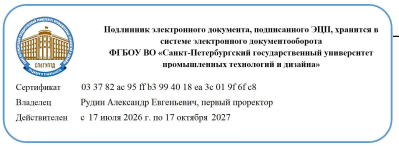
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по УР



___А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.04 Стратегический анализ ассортимента предприятий легкой промышленности

Учебный план: 2026-2027 29.04.05 ИТМ КШИ ОО №2-1-36.plx

Кафедра: 29 Менеджмента

Направление подготовки: (специальность) 29.04.05 Конструирование изделий легкой промышленности

Профиль подготовки: (специализация) Конструирование швейных изделий

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
1	УП	16	32	33	27	3	Экзамен
	РПД	16	32	33	27	3	
Итого	УП	16	32	33	27	3	
	РПД	16	32	33	27	3	

Санкт-Петербург
2026

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 Минобрнауки России от 22.09.2017 г. № 970

Составитель (и):

кандидат технических наук, Доцент _____ Петрова Ирина Евгеньевна

кандидат экономических наук, Доцент _____ Любименко Анна Игоревна

От кафедры составителя: _____ Титова Марина Николаевна
Заведующий кафедрой менеджмента

От выпускающей кафедры: _____ Сурженко Евгений
Заведующий кафедрой Яковлевич

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

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-2: Способен осуществлять отбор и анализ патентной и другой научно-технической информации, необходимой на различных стадиях конструирования изделий легкой промышленности, проводить сравнительный анализ и оценку эстетического и технического уровня аналогичной отечественной и зарубежной продукции
Знать: методы анализа стратегических позиций предприятия легкой промышленности, осуществляющего производственно-коммерческую деятельность
Уметь: анализировать влияние внешних и внутренних факторов на деятельность предприятия легкой промышленности в связи с формированием товарного ассортимента и выведением на рынок планируемых к разработке моделей одежды, обуви и кожевенно- галантерейных изделий
Владеть: навыками проведения сравнительного анализа и коммерческой проработки товарного ассортимента на базе использования портфельных матриц
ОПК-3: Способен анализировать требования, предъявляемые потребителем к изделиям легкой промышленности, технические возможности предприятия для их выполнения и разрабатывать структуру рационального ассортимента одежды, обуви, аксессуаров, изделий из кожи и меха, кожгалантереи
Знать: методы исследования покупательских предпочтений с целью разработки рациональной структуры ассортимента
Уметь: определить отличительные особенности ассортимента (специфику), а также рыночного, производственного и технологического потенциала предприятия с целью определения конструкторско- технологических требований к разработке планируемой продукции
Владеть: навыками группировки изделий предприятий легкой промышленности по классификационным признакам, определенным на основе потребительских предпочтений
ОПК-6: Способен разрабатывать научно-техническую, нормативную и конструкторско-технологическую документацию на новые изделия легкой промышленности с учетом конструктивно-технологических, эстетических, экономических, экологических и иных требований потребителей и производственных условий
Знать: методы определения и получения продукции с заданными свойствами в соответствии с требованиями потребителей
Уметь: разрабатывать НТД на новые конкурентоспособные изделия легкой промышленности
Владеть: навыками внедрения результатов маркетингового исследования при разработке ассортимента предприятия
ОПК-7: Способен формулировать цели проекта, анализировать результаты предпроектных исследований, разрабатывать образцы изделий легкой промышленности, осуществлять авторский контроль поэтапного изготовления швейных, трикотажных изделий, одежды, обуви, аксессуаров, кожгалантереи, изделий из кожи и меха
Знать: методы анализа стратегических позиций предприятия легкой промышленности, осуществляющего производственно-коммерческую деятельность
Уметь: анализировать влияние внешних и внутренних факторов на деятельность предприятия легкой промышленности в связи с формированием товарного ассортимента и выведением на рынок планируемой к разработке новой продукции
Владеть: навыками коммерческой проработки товарного ассортимента на базе использования портфельных матриц

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: общие экономические законы, регламентирующие профессиональную деятельность и трудовые отношения; основы формирования базовых конкурентных стратегий, конкурентного преимущества; стратегический анализ как информационная база, позволяющая провести процесс целеполагания и выбора стратегических альтернатив
Уметь: адаптировать действие общих экономических законов к условиям российской социально-экономической системы применять на практике методы стратегического анализа
Владеть: навыками обобщать и анализировать информацию, влияющую на стратегический выбор направлений развития ассортимента

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Стратегический анализ ассортимента в деятельности предприятия	1				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.		1	1	4	
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	3	3	
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	4	6	
Раздел 2. Стратегические перспективы ассортиментной политики					Р
Тема 4. Состояние и перспективы развития рынка товаров легкой промышленности. Семинар: Тенденции развития легкой промышленности		2	2	2	
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	4	2	

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	4	6	
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	4	2	
Тема 8. Портфельный анализ ассортимента. Цели и основные этапы портфельного анализа. Анализ ассортимента предприятия по матрице Бостонской консультационной группы (БКГ). Модифицированная матрица БКГ. Матрица «McKincey» – «General Electric» («экран бизнеса»). Практическое занятие: Оценка уровня конкурентоспособности товаров		2	4	2	
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	6	6	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		16	32	33	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		24,5	
Всего контактная работа и СР по дисциплине		50,5		57,5	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ОПК-2	Описывает методы анализа стратегических позиций предприятия легкой промышленности, осуществляющего производственно- коммерческую деятельность: Проводит сравнительный анализ и оценку конкурентоспособности продукции. Проводит коммерческие проработки товарного ассортимента на базе использования портфельных матриц

ОПК-3	Характеризует методы исследования покупательских предпочтений с целью разработки рациональной структуры ассортимента; Идентифицирует отличительные особенности ассортимента (специфику), а также рыночного, производственного и технологического потенциала предприятия с целью определения конструкторско-технологических требований к разработке планируемой продукции; Проводит группировки изделий предприятий легкой промышленности по классификационным признакам, определенным на основе потребительских предпочтений
ОПК-6	Описывает методы определения и получения продукции с заданными свойствами в соответствии с требованиями потребителей; Разрабатывает НТД на новые конкурентоспособные изделия легкой промышленности; Прорабатывает планы внедрения результатов маркетингового исследования при разработке ассортимента предприятия
ОПК-7	Рассказывает классификацию ассортимента в зависимости от степени удовлетворения
	и характера удовлетворяемым товаром потребностей Проводит анализ влияние внешних и внутренних факторов на деятельность предприятия легкой промышленности в связи с формированием товарного ассортимента и выведением на рынок планируемой к разработке новой продукции. Разрабатывает основные направления формирования ассортимента на базе использования портфельных матриц
ОПК-8	Описывает общую концепцию стратегического управления, установление целей организации, дает понятие миссии предприятия, цели предприятия в области формирования ассортимента Адаптирует действие общих экономических законов к условиям российской социально-экономической системы применяет на практике методы стратегического анализа. Обобщает и анализирует информации, влияющей на стратегический выбор направлений развития ассортимента

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в	
	течение семестра. Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
	Семестр 1
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 «McKincey» – «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.

6.3.2 Типовые тестовые задания

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы) находятся в Приложении к данной РПД

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения
6.4.1 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»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная	+	Письменная		Компьютерное тестирование		Иная	

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Гришина, С. А.	Современные концепции менеджмента: стратегический менеджмент	Тула: Тульский государственный педагогический университет имени Л.Н. Толстого	2021	https://www.iprbookshop.ru/119707.html
Клавсуц, И. Л., Клавсуц, Д. А.	Стратегический менеджмент	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет	2022	https://www.iprbookshop.ru/126600.html
Климин, А. И., Зайченко, И. М., Смирнова, А. М.	Современный стратегический анализ	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого	2021	https://www.iprbookshop.ru/116149.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				

Томпсон, А. А., А., Дж., Зайцев, Л. Г., Соколова, М. И.	Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/74945.html
Кузнецова, Е. Ю., Крылатков, П. П., Минеева, Т. А., Подоляк, О. О., Кузнецова, Е. Ю.	Современный стратегический анализ	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ	2016	http://www.iprbookshop.ru/68473.html
Титова М. Н., Петрова И. Е.	Стратегический анализ ассортимента предприятий легкой промышленности	СПб.: СПбГУПТД	2016	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3426
Попович А. М.	Стратегический менеджмент	Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского	2016	http://www.iprbookshop.ru/59657.html
Ополченова, Е. В.	Современный стратегический анализ	Москва: Российская международная академия туризма, Университетская книга	2016	http://www.iprbookshop.ru/51871.html
Киселева Ю. А., Темнова Н. К.	Стратегический менеджмент	СПб.: СПбГУПТД	2016	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3624
Петрова И. Е.	Стратегический анализ ассортимента предприятий легкой промышленности	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017315

7.2 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

7.3 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

7.4 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

Приложение

рабочей программы дисциплины __ Стратегический анализ ассортимента предприятий легкой промышленности

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

<table>
<tr><td>№ п/п</td><td>Условия типовых практико-ориентированных заданий (задач, кейсов)</td></tr>
<tr><td colspan="2">Семестр 1</td></tr>
<tr><td>1</td><td>Определите характеристики ассортимента предприятия легкой промышленности по данным таблицы:
<table>
<tr><td>Наименование группы</td><td>Название</td></tr>
<tr><td>Туники</td><td></td></tr>
<tr><td>М-2.04</td><td>Туника Бирюзовая Клетка</td></tr>
<tr><td>М-2.04</td><td>Туника Розовая Клетка</td></tr>
<tr><td>М-237</td><td>Туника Лилия</td></tr>
<tr><td>М-252</td><td>Туника Клетка</td></tr>
<tr><td>Платья</td><td></td></tr>
<tr><td>М-1.01</td><td>Платье Темно-розовое</td></tr>
<tr><td>М-1.01</td><td>Платье Сирень</td></tr>
<tr><td>М-1.01</td><td>Платье Терракотовое</td></tr>
<tr><td>М-1.01</td><td>Платье Гусиная лапка</td></tr>
<tr><td>М-1.02</td><td>Платье Клетка Терракот</td></tr>
<tr><td>М-1.02</td><td>Платье Белые Узоры</td></tr>
<tr><td>М-1.02</td><td>Платье Синее</td></tr>
<tr><td>М-1.02</td><td>Платье Огурцы</td></tr>
<tr><td>М-1.10</td><td>Платье Снежок Синий</td></tr>
<tr><td>М-1.11</td><td>Платье Синее</td></tr>
<tr><td>М-1.11</td><td>Платье Тёмно-розовое</td></tr>
<tr><td>М-1.11</td><td>Платье Оливка</td></tr>
<tr><td>М-1.11</td><td>Платье Сирень</td></tr>
<tr><td>М-1.11</td><td>Платье Охра</td></tr>
<tr><td>Жилеты</td><td></td></tr>
<tr><td>М-293</td><td>Жилет Терракот</td></tr>
<tr><td>М-293</td><td>Жилет Чёрный</td></tr>
<tr><td>Блузы</td><td></td></tr>
<tr><td>М-126</td><td>Жакет Охра</td></tr>
<tr><td>М-126</td><td>Жакет Фисташка</td></tr>
<tr><td>М-126</td><td>Жакет Джинса</td></tr>
<tr><td>М-126</td><td>Жакет Оливка</td></tr>
<tr><td>М-135</td><td>Блуза Качели Круги</td></tr>
<tr><td>М-135</td><td>Блуза Качели Морозные узоры</td></tr>
<tr><td>М-2.05</td><td>Блуза Клетка</td></tr>
<tr><td>М-2.05</td><td>Блуза Сиреневый меланж</td></tr>
<tr><td>М-2.05</td><td>Блуза Абстракция</td></tr>
<tr><td>Топы</td><td></td></tr>
<tr><td>М-02</td><td>Топ Красный</td></tr>
<tr><td>М-2.08</td><td>Топ Голубой Хлопок</td></tr>
<tr><td>М-2.08</td><td>Топ Коралл</td></tr>
<tr><td>М-2.08</td><td>Топ Мятный Хлопок</td></tr>
<tr><td>М-2.08</td><td>Топ Пыльная Роза</td></tr>
<tr><td>М-2.08</td><td>Топ Синий</td></tr>
<tr><td>М-2.08</td><td>Топ Хаки</td></tr>
<tr><td>М-75</td><td>Топ Синяя бабочка</td></tr>
<tr><td>М-75</td><td>Топ Белая бабочка</td></tr>
<tr><td>Юбки</td><td></td></tr>
<tr><td>М-3.01</td><td>Юбка Голубая</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>2</td><td>Проведите АВС и XYZ анализ ассортимента предприятия легкой промышленности на основании данных таблицы:
<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование группы</td><td rowspan="2">Название</td><td rowspan="2">Цена реализации, руб.</td><td rowspan="2">Средний запас по позиции, руб.</td><td colspan="4">Объем реализации, шт.</td></tr>
<tr><td>I кв.</td><td>II кв.,</td><td>III кв.</td><td>IV кв.</td></tr>
<tr><td>М-2.04</td><td>Туника Бирюзовая Клетка</td><td>700</td><td>245,00</td><td>300</td><td>250</td><td>100</td><td>230</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

М-2.04	Туника Розовая Клетка	700	283,75	450	325	80	180
М-237	Туника Лилия	600	201,25	225	185	95	200
М-252	Туника Клетка	600	213,75	320	150	80	205
М-1.01	Платье Темно-розовое	500	168,75	180	155	70	170
М-1.01	Платье Сирень	500	158,75	170	145	60	160
М-1.01	Платье Терракотовое	500	143,75	155	130	45	145
М-1.01	Платье Гусиная лапка	900	153,75	165	140	55	155
М-1.02	Платье Клетка Терракот	1250	173,75	185	160	75	175
М-1.02	Платье Белые Узоры	1250	203,75	215	190	105	205
М-1.02	Платье Синее	500	153,75	165	140	55	155
М-1.02	Платье Огурцы	1250	175,75	187	162	77	177
М-1.10	Платье Снежок Синий	1600	144,75	156	131	46	146
М-1.11	Платье Синее	1400	203,75	215	190	105	205
М-1.11	Платье Тёмно-розовое	1400	168,75	180	155	70	170
М-1.11	Платье Оливка	1400	133,75	145	120	35	135
М-1.11	Платье Сирень	1400	163,75	175	150	65	165
М-1.11	Платье Охра	1400	188,75	200	175	90	190
М-293	Жилет Терракот	500	60,25	50	27	22	42
М-293	Жилет Чёрный	700	74,25	70	47	29	51
М-126	Жакет Охра	1350	106,75	100	75	42	110
М-126	Жакет Фисташка	1350	156,75	150	125	92	160
М-126	Жакет Джинса	1350	121,75	115	90	57	125

М-126	Жакет Оливка	1350	211,75	205	180	147	215
М-135	Блуза Качели Круги	600	311,75	305	280	247	315
М-135	Блуза Качели Морозные узоры	500	321,75	315	290	257	325
М-2.05	Блуза Клетка	700	331,75	325	300	267	335
М-2.05	Блуза Сиреневый меланж	600	264,75	258	233	200	268
М-2.05	Блуза Абстракция	600	291,75	285	260	227	295
М-02	Топ Красный	450	640	170	550	1590	150
М-2.08	Топ Голубой Хлопок	750	665	170	550	1690	150
М-2.08	Топ Коралл	750	730	270	650	1650	250
М-2.08	Топ Мятный Хлопок	750	812,5	300	680	1890	280
М-2.08	Топ Пыльная Роза	750	755	270	650	1750	250
М-2.08	Топ Синий	750	480	70	450	1250	50
М-2.08	Топ Хаки	750	567,5	120	500	1450	100
М-75	Топ Синяя бабочка	500	600	140	520	1520	120
М-75	Топ Белая бабочка	500	668,75	200	580	1615	180
М-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.
М-2.04	Туника Бирюзовая Клетка	700	880	468,23
М-2.04	Туника Розовая Клетка	700	1035	468,23
М-237	Туника Лилия	600	705	401,34
М-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 Тёмно-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
М-2.08	Топ Мятный Хлопок	750	3150	501,67
М-2.08	Топ Пыльная Роза	750	2920	501,67

	М-2.08	Топ Синий	750	1820	501,67
	М-2.08	Топ Хаки	750	2170	501,67
	М-75	Топ Синяя бабочка	500	2300	334,45
	М-75	Топ Белая бабочка	500	2575	334,45
	М-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
Lianndra	85000	95000	15000	20000
	208950	226300	63015	71830,00

Сделайте соответствующие выводы.