

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 21.11.2023 12:22:38
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Полиграфический институт

УТВЕРЖДАЮ

Директор
Полиграфического института



/И.В. Нагорнова/

2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Проектирование производственно-ассортиментной матрицы»

Направление подготовки

29.03.03 «Технология полиграфического и упаковочного производства»

Профиль

«Бизнес-процессы печатной и упаковочной индустрии»

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Москва

2021 г.

1. Перечень планируемых результатов изучения дисциплины, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Проектирование производственно-ассортиментной матрицы»:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ПК- 3 Способность анализировать и прогнозировать целевые запросы потребительского рынка полиграфии и упаковки, определять соответствие готового изделия заявленным потребительским характеристикам	ИПК-3.1 Использует типовые упаковочного производства и методы контроля качества выпускаемой продукции полиграфического и рынка полиграфии и смежных областей ИПК-3.2. Анализирует информацию, полученную на различных этапах производства по показателям качества; определяет соответствие полуфабрикатов и готовой продукции полиграфического и упаковочного производства заявленным потребительским характеристикам ИПК-3.3. Оценивает и прогнозирует целевые запросы потребительского рынка полиграфии и упаковки ИПК-3.4. Анализирует производственный, технологический и рыночный потенциал продукции полиграфии и упаковки ИПК-3.5. Формулирует требования к продукции полиграфического и упаковочного производства ИПК-3.6. Анализирует требования к продукции полиграфического и упаковочного производства с целью их обеспечения в процессе проектирования, изготовления и эксплуатации
ПК-10 Способность на основе анализа вырабатывать проектные предложения по организационно-технологическим решениям, ассортиментным позициям, производственным позициям, логистическим моделям полиграфического и упаковочного производства и рынкам сбыта готовой продукции	ИПК-10.1. Выполняет изучение производственного, технологического и рыночного потенциала организации ИПК-10.2. Контролирует и оценивает готовность производства и сотрудников к применению технологического обеспечения запуска новой и/или модернизированной продукции полиграфического и упаковочного производства и смежных областей

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.2.4.5 «Проектирование производственно-ассортиментной матрицы» относится к дисциплинам части Б.1.2, формируемой участниками образовательных отношений.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины «Проектирование производственно-ассортиментной матрицы» составляет 3 зачетные единицы.

Объём дисциплины по видам учебных занятий (в часах) – очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		-	6
Аудиторные занятия (всего)	72	-	72
В том числе:	-	-	-
Лекции	36	-	36
Практические занятия (ПЗ)	36	-	36
Семинары (С)	-	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа (всего)	36	-	36
В том числе:	-	-	-

Курсовой проект (работа)	-	-	-
Расчетно-графические работы	-	-	-
Реферат	-	-	-
Подготовка к практическим занятиям	10	-	10
Тестирование	8	-	8
Вид промежуточной аттестации – зачет	18	-	18
Общая трудоемкость час / зач. ед.	108/3	-	108/3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоемкость	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час		
			Контактная работа		Самостоятель- ная работа обучающихся
			Всего	лекции	
1.	Раздел 1 АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА	40	16	16	8
2.	Тема 1.1 Ассортиментная матрица		4	4	2
3.	Тема 1.2 Рыночно- ориентированные подходы планирования ассортимента		4	4	2
4.	Тема 1.3 Производственные возможности и ассортимент		4	4	2
5.	Тема 1.4 Ассортиментная политика		4	4	2
6.	Раздел 2 УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ	30	12	12	6
7.	Тема 2.1 Анализ ассортимента		4	4	2
8.	Тема 2.2 Управление ассортиментной матрицей		4	4	2
9.	Тема 2.3 Оптимизация ассортиментных позиций		4	4	2
10.	Раздел 3 СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ АССОРТИМЕНТА	20	8	8	4
11.	Тема 3.1 Управление жизненным циклом ассортимента		4	4	2

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоёмкость	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час		
			Контактная работа		Самостоятельная работа обучающихся
		Всего	лекции	практические занятия	
12.	Тема 3.2 Управление потоком создания ценности		2	2	1
13.	Тема 3.3 Инструменты лояльности		2	2	1
	Всего	90	36	36	18
	зачет	18	-	-	18
	Итого	108	36	36	36

4.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1 АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

Тема 1.1 Ассортиментная матрица

Основные понятия в области управления ассортиментом. Принципы управления ассортиментом: целевая направленность, безопасность, эффективность, совместимость, взаимозаменяемость, систематизация и соответствия. Ассортимент продукции и ассортимент услуг. Ассортиментная матрица. Виды ассортиментных матриц.

Тема 1.2 Рыночно-ориентированные подходы планирования ассортимента

Конкурентная стратегия и сегментация потребителей/заказчиков как основа для формирования ассортимента. Рынки полиграфических услуг и технологий. Правила определения целевой аудитории: предметно-видовой сегмент, локация, цена, качество, сроки. Рынки B2C, B2B, B2G. Рыночно-ориентированная матрица. Позиционирование товарной категории на основе выделения конкурентных преимуществ. Показатели качества как категория оценки потребительских ценностей.

Тема 1.3 Производственные возможности и ассортимент

Производственные возможности и приоритеты. Структура себестоимости как фактор планирования производственной программы. Производственные факторы, воздействующие на выбор специализации и ассортиментную политику. Распределение ресурсов между категориями ассортимента.

Тема 1.4 Ассортиментная политика

Формирование ассортиментной матрицы. Методы изучения спроса для формирования ассортимента. Синхронизация производственных возможностей с рыночными приоритетами. Приоритезация ассортимента. Методы оптимизации ассортиментного портфеля. Ассортиментная политика и стратегия.

Раздел 2 УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ

Тема 2.1 Анализ ассортимента

Методология анализа ассортимента. Выделение параметров товарных потоков ассортиментных позиций. Методики расчета параметров ассортиментных позиций: спрос, потребительское поведение, сезонность спроса, ценовой диапазон, эргономика заказа, технологичность, конкурентоспособность коммерческого предложения. Матрица соответствия стратегическим целям МакКинзи. Матрица БКГ. Матрица совмещенного ABC/XYZ. Анализ прибыльности товарных групп (ассортиментных позиций). Анализ ассортимента с использованием IT-решений и моделирования. Прогнозная аналитика для анализа ассортимента. Формирование сбалансированного ассортимента категории.

Тема 2.2 Управление ассортиментной матрицей

Определение стратегии и тактики управления ассортиментом. Категорийный менеджмент. Цели и принципы. Преимущества категорийного управления. Показатели эффективности ассортиментной позиции. Основные финансовые показатели результативности категории. Качественные показатели ассортимента, технологичность и ресурсная составляющая. Технологии управления развитием

ассортимента. Дерево ассортиментных целей. Балансировка ассортимента по ширине, по глубине. Альтернативные сценарии. Корректировка цен внутри категорий ассортимента, ценообразование. Программы лояльности внутри ассортиментных категорий.

Тема 2.3 Оптимизация ассортиментных позиций

Оптимизация структуры категории на основе анализа рентабельности ассортимента и использования матричных методов. Методы дифференциации от ассортимента конкурентов. Правила создания коммерческих предложений. Декомпозиция ассортиментных позиций исходя из ресурсных и рыночных возможностей. Расстановка приоритетов. Распределение ассортимента по форматам и кластерам. Рост продаж за счет локализации/дифференциации ассортимента. Процессы оптимизации ассортимента. Правила ввода-вывода ассортиментных категорий. Технологические цепочки производства и аутсорсинг при оптимизации ассортиментной политики. Основные направления поддержки продаж и развития ассортиментных категорий

Раздел 3 СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ АССОРТИМЕНТА

Тема 3.1 Управление жизненным циклом ассортимента

Модель жизненного цикла. Концепция и структура жизненного цикла продукта. Типы ЖЦП с учетом целевого запроса. Основные подходы к разработке продукта: каскадный метод, гибкие методологии. Система улучшений элементов и характеристик изделия, ассортиментной позиции. Разработка новых видов продукции. Классификация подходов и методов развития жизненного цикла продуктов по объектам управления «Персонал»-«Процессы»-«Инструменты». Выявление критических требований к продукции. Критические требования: цена, качества, функциональность, дизайн, эргономика. Пороговые требования: доступность, послепродажного обслуживания, реклама, репутация, профессиональная компетенция. Показатели эффективности базовых процессов производства

Тема 3.2 Управление потоком создания ценности

Основные характеристики потока создания ценности для ассортиментной категории. Виды потоков. Определения показателей эффективности процесса. Методы картирования. Типы карт потоков. Технология построения карт потока создания ценности. Источники и инструменты сбора данных. Отслеживание и оптимизация показателей потока ценности. Метрики оценивания. Модель идеального состояния: количественные и качественные характеристики. Компетенции персонала. Время и ресурсы «переналадки». Система улучшений

Тема 3.3 Инструменты лояльности

Анализ стратегий и бизнес-процессов, влияющих на стоимость, приоритеты, потребительское поведение. Выбор оптимального пути заказчика. Анализ альтернатив. Воронка продаж. Мотивирующие факторы размещения заказа. Цифровые сервисы клиентского сопровождения от «идеи концепта до реализации заказа». Программы лояльности. Правила разработки и практического использования.

4.3. Практические занятия / лабораторные занятия

Раздел 1 АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

- *Анализ рынка полиграфических услуг. Сегментация*
- *Разработка рыночно-ориентированной ассортиментной матрицы*
- *Анализа производственных возможностей*

Кейс «Изучение спроса для формирования ассортимента. Инструменты мониторинга»

Раздел 2 УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ

- *Матричный анализ ассортимента (матрица БКГ, матрица совмещенного ABC/XYZ)*
- *Разработка таблицы показателей эффективности ассортиментной позиции*
- *Формирование «дерева» ассортиментных целей*

Кейс «Распределение ассортимента по кластерам»

Раздел 3 СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ АССОРТИМЕНТА

- *Выявление критических требований к продукции и процессам*

- *Модель жизненного цикла для ассортиментной позиции Кейс «Путь заказчика»*
Проект «ТЗ на разработку цифровой модели бизнес-процесса»

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

1. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 405 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3959-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426168>
2. Тебекин, А. В. Управление качеством : учебник для вузов / А. В. Тебекин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 410 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03736-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468586>
3. Бузукова, Е. А. Управление ассортиментом и основы категорийного менеджмента : учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Бузукова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15602-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520552>
4. Управление ассортиментом товаров : учебник / С.Н. Рыжиков, Ю.М. Демидова. — Москва: КНОРУС, 2023. — 324 с. — (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-406-11481-0

5.2. Дополнительная литература

1. Маклаков, Г. В. Эффективность коммерческой деятельности : монография / Г. В. Маклаков. — Москва : Дашков и К, 2016. — 232 с. — ISBN 978-5-394-02599-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/70612>
2. Каплина С.А. Управление ассортиментом товаров: учебник - М.: Издательство Феникс, 2020. — 228 с. — ISBN. 978-5-222-27571-9

5.3. Электронные образовательные ресурсы

Электронный образовательный ресурс размещен в СДО Московского Политеха: <https://online.mospolytech.ru/local/crw/course.php?id=13598>

5.4. Лицензионное программное обеспечение

1. R7 Office
2. <https://webinar.ru/> экосистема сервисов для онлайн-коммуникаций
3. Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment (виртуальная обучающая среда Moodle)
4. www.figma.com Онлайн сервис

5.5. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Российская национальная библиотека <http://www.nlr.ru>
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru/index.php>
3. Электронная библиотека <http://books.atheism.ru/philosophy/>
4. Единое окно доступа к образовательным ресурсам Федеральный портал <http://window.edu.ru>
5. Научная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru>
6. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru>
7. 25 KPI для сбалансированной системы показателей инноваций <https://bscdesigner.com/ru/innovation-kpi.htm>
8. Разработка стратегии развития проект Дмитрия Рыцева

- <https://strategium.space/news/razrabotka-strategii-etapy-metody/>
9. Ремесло Бизнес-моделирования <https://bizmodelgu.ru/>
 10. Описание бизнес-процессов <https://www.businessstudio.ru>
 11. Канал Владимира Репина <https://www.youtube.com/user/VladimirRepinBPM>

6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Лекционная аудитория, аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, оснащённая комплектом технических средств для презентации (трансляции) учебных материалов.
2. Аудитория для проведения практических и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации.
3. Аудитория для лиц с ОВЗ.
4. Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы и курсового проектирования. Библиотека, читальный зал.

7. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

7.1. Методические рекомендации преподавателю

Данный раздел настоящей рабочей программы предназначен для начинающих преподавателей и специалистов-практиков, не имеющих опыта преподавательской работы.

Дисциплина «Проектирование производственно-ассортиментной матрицы» формирует у обучающихся компетенции ПК-3, ПК-10. В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который, наряду с традиционной ролью носителя знаний, выполняет функцию организатора научно-поисковой работы обучающегося, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении лекционных и практических занятий по дисциплине «Проектирование производственно-ассортиментной матрицы».

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Проектирование производственно-ассортиментной матрицы» осуществляется на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках образовательной программы и учебного плана по направлению 29.03.03 Технология полиграфического и упаковочного производства.

Подробное содержание отдельных разделов дисциплины «Проектирование производственно-ассортиментной матрицы» рассматривается в п.4.2 рабочей программы.

Методика определения итогового семестрового рейтинга обучающегося по дисциплине «Проектирование производственно-ассортиментной матрицы» представлена в составе ФОС по дисциплине в п.8 настоящей рабочей программы.

Примерные темы кейсов и варианты тестовых заданий для текущего контроля и перечень вопросов к зачету по дисциплине представлены в составе ФОС по дисциплине в п.8 настоящей рабочей программы.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, необходимых в ходе преподавания дисциплины «Проектирование производственно-ассортиментной матрицы», приведен в п.5 настоящей рабочей программы.

7.2. Методические указания обучающимся

Получение углубленных знаний по дисциплине достигается за счет активной самостоятельной работы обучающихся. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с учебной и научной литературой по проблемам дисциплины, анализа научных концепций.

В рамках дисциплины предусмотрены различные формы контроля уровня достижения обучающимися заявленных индикаторов освоения компетенций. Форма текущего контроля – активная работа на практических занятиях, решение кейс-задач, выполнение проектных заданий, тестирование. Формой промежуточного контроля по данной дисциплине является зачет, в ходе которого оценивается уровень достижения обучающимися заявленных индикаторов освоения компетенций.

Методические указания по освоению дисциплины.

Лекционные занятия проводятся в соответствии с содержанием настоящей рабочей программы и представляют собой изложение теоретических основ дисциплины.

Посещение лекционных занятий является обязательным.

Конспектирование лекционного материала допускается как письменным, так и компьютерным способом.

Регулярное повторение материала лекций, размещенных в ЛМС, по каждому разделу в рамках подготовки к текущим формам аттестации по дисциплине является одним из важнейших видов самостоятельной работы студента в течение семестра, необходимой для качественной подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине.

Проведение практических занятий по дисциплине «Проектирование производственно-ассортиментной матрицы» осуществляется в следующих формах:

- опрос по материалам, рассмотренным на лекциях и изученным самостоятельно по рекомендованным информационным источникам;
- анализ и обсуждение практических ситуаций по темам.

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным.

Подготовка к практическим занятиям включает в себя изучение конспектов лекционного материала и рекомендованной литературы для адекватного понимания условия и способа решения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

Методические указания по выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы

Изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине проводится на регулярной основе в разрезе каждого раздела в соответствии с приведенными в п.7 рабочей программы рекомендациями для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине «Проектирование производственно-ассортиментной матрицы». Список основной и дополнительной литературы по дисциплине приведен в п.5 настоящей рабочей программы.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Проектирование производственно-ассортиментной матрицы» проходит в форме зачета. Примерный перечень вопросов по дисциплине «Проектирование производственно-ассортиментной матрицы» и критерии оценки ответа обучающегося на зачете для целей оценки достижения заявленных индикаторов сформированности компетенции приведены в составе ФОС по дисциплине в п.8 настоящей рабочей программы.

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине независимо от результатов текущего контроля.

8. Фонд оценочных средств по дисциплине

8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. Формы контроля формирования компетенций

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции	Форма контроля	Этапы формирования (разделы дисциплины)
ПК- 3 Способность анализировать и прогнозировать целевые запросы потребительского рынка полиграфии и упаковки, определять соответствие готового изделия заявленным потребительским характеристикам	ИПК-3.1 Использует типовые упаковочного производства и методы контроля качества выпускаемой продукции полиграфического и рынка полиграфии и смежных областей ИПК-3.2. Анализирует информацию, полученную на различных этапах производства по показателям качества; определяет соответствие полуфабрикатов и готовой продукции полиграфического и упаковочного производства заявленным потребительским характеристикам	Промежуточный контроль: зачет Текущий контроль: опрос на практических занятиях, тестирование, кейс	Раздел 1-3

	<p>ИПК-3.3. Оценивает и прогнозирует целевые запросы потребительского рынка полиграфии и упаковки</p> <p>ИПК-3.4. Анализирует производственный, технологический и рыночный потенциал продукции полиграфии и упаковки</p> <p>ИПК-3.5. Формулирует требования к продукции полиграфического и упаковочного производства</p> <p>ИПК-3.6. Анализирует требования к продукции полиграфического и упаковочного производства с целью их обеспечения в процессе проектирования, изготовления и эксплуатации</p>		
<p>ПК-10 Способность на основе анализа вырабатывать проектные предложения по организационно-технологическим решениям, ассортиментным позициям, производственным позициям, логистическим моделям полиграфического и упаковочного производства и рынкам сбыта готовой продукции</p>	<p>ИПК-10.1. Выполняет изучение производственного, технологического и рыночного потенциала организации</p> <p>ИПК-10.2. Контролирует и оценивает готовность производства и сотрудников к применению технологического обеспечения запуска новой и/или модернизированной продукции полиграфического и упаковочного производства и смежных областей</p>	<p>Промежуточный контроль: зачет</p> <p>Текущий контроль: опрос на практических занятиях, тестирование, кейс</p>	<p>Раздел 1-3</p>

8.2. Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания

8.2.2. Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях

(формирование компетенций ПК-3, ПК-10, индикаторы: ИПК-3.1, ИПК-3.2, ИПК-3.3, ИПК-3.4, ИПК-3.5; ИПК-3.6; ИПК-10.1, ИПК-10.2)

«5» (отлично): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

«4» (хорошо): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся с корректирующими замечаниями преподавателя ответил на все контрольные вопросы, достаточно активно работал на практических занятиях.

«3» (удовлетворительно): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями с замечаниями преподавателя; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные практическими занятиями; обучающийся ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

8.2.3 Критерии оценки кейс-задач и проектных решений

(формирование компетенций ПК-3, ПК-10, индикаторы: ИПК-3.1, ИПК-3.2, ИПК-3.3, ИПК-3.4, ИПК-3.5; ИПК-3.6; ИПК-10.1, ИПК-10.2)

«5» (отлично): материал подобран корректно, его актуальность и достаточность для проектного решения допустима и обоснована. Релевантность материала проектному целеполаганию высокая. Нарушение прав иных авторов отсутствует. Структура работы качественно продумана, отражает проектное решение в полном объеме. Логика изложения последовательная с корректной расстановкой акцентов. Стилистическое и визуальное оформление соответствует правилам оформления документации проекта, докладов и презентаций. Графические объекты авторские. Сформулированы качественные выводы, определены индустриальные проблемы технологического, организационно-производственного и практического характера. Предложены авторские обоснованные варианты их решения. Проведена оценка реалистичности и эффективности предложенных вариантов решения проблем.

«4» (хорошо): материал избыточен или недостаточен для развития проектной концепции/решения кейса. Нарушение прав иных авторов отсутствует. Структура работы сбалансирована. Логика изложения имеет изъяны. Работа оформлена с незначительными нарушениями. Стилистическое и визуальное оформление соответствует правилам оформления документации проекта, докладов и презентаций. Графические объекты в целом авторские с элементами заимствования. В целом, выводы и рекомендации обоснованы и сформулированы корректно, но не все выводы носят проектный характер и отвечают индустриальной специфике. В целом даны обоснованные ответы по сущности задания, вместе с тем допущены неточности и слабая аргументация выдвинутых предложений/решений.

«3» (удовлетворительно): Материал косвенно соответствует поставленным задачам, глубокого критического анализа не проводилось. Нарушение прав иных авторов отсутствует. Недостаточно выдержана структура исследования/решения. Отсутствует обоснование методологии разработки. Низкий уровень визуализации работы. Работа оформлена с нарушениями. В работе имеются необоснованные выводы и рекомендации. Не предложены варианты решения выявленных проблем. Продемонстрированы относительные знания, недостаточное понимание сути решения. Отмечено наличие грубых ошибок в ответах на вопросы задания.

«2» (неудовлетворительно): нарушение авторских прав отсутствует. Структура работы не соответствует тематике. Отсутствует обоснование методологии проектной работы. Поставленные задачи не соответствуют структуре работы. Работа оформлена с нарушениями, стиль изложения не соответствует требуемому в рамках задания. Низкий уровень визуализации с высокой долей заимствования. Выводы не обоснованы, рекомендации отсутствуют. Поверхностные знания, непонимание сути проектного решения.

Примеры практических заданий:

ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ МАТРИЦЫ НА ОСНОВЕ МАТРИЦЫ БКГ

Цель – *развитие навыков анализа рыночных приоритетов и потребительского поведения и умений по формированию коммерческих предложений в рамках выбранного рыночного сегмента*

Последовательность шагов

1. Выбор объекта исследования (типография, краткая характеристика, ресурсный потенциал, специализация и т.п.)
2. Анализ потребностей заказчиков с использованием различных методов аналитики и прогнозирования спроса (разработка программы мониторинга, ссылка на опрос или иные источники сбора и анализа информации предоставляются в отчете)
3. Выбор ассортиментных категорий, способных удовлетворить рыночный спрос (обобщенный вид)
4. Отбор ассортиментных позиций с учетом производственных возможностей
5. Формирование ассортиментной матрицы согласно методологии, предложенной ниже

Темп роста рынка	Высокий (более 10%)	«Вопросительные знаки» или «Трудные дети»	«Звезды»
	Низкий (менее 10%)	«Собаки»	«Дойные коровы»
		Низкая (меньше 1)	Высокая (больше 1)
Относительная доля рынка			



6. Проведите:
 - a. Расчет относительной доли рынка
 - b. Расчет темпов роста рынка
 - c. Объем продаж в модели БКГ
7. Определите и охарактеризуйте типы ассортимента в матрице БКГ: «Трудные дети», «Звезды», «Дойные коровы», «Собаки»
8. Выберите и обоснуйте стратегии матрицы БКГ: увеличение доли рынка, сохранение текущего положения на рынке, максимизация прибыли, уход с рынка или снижение активности
9. Предложите драфт сбалансированного портфеля по матрице БКГ

Результат

- Графическая визуализация матрицы
- Обоснование каждого пункта

Файл загружается в ЛМС в формате pdf с внедренными графическими объектами

8.2.3. Критерии оценки тестирования

(формирование компетенций ПК-3, ПК-10, индикаторы: ИПК-3.1, ИПК-3.2, ИПК-3.3, ИПК-3.4, ИПК-3.5; ИПК-3.6; ИПК-10.1, ИПК-10.2)

Тестирование оценивается в соответствии с процентом правильных ответов, данных обучающимся на вопросы теста.

Стандартная шкала соответствия результатов тестирования выставяемой балльной оценке:

«отлично» - свыше 85% правильных ответов;

«хорошо» - от 70,1% до 85% правильных ответов;

«удовлетворительно» - от 55,1% до 70% правильных ответов;

от 0 до 55% правильных ответов – «неудовлетворительно»

«5» (отлично): тестируемый демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминами и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«4» (хорошо): тестируемый в целом демонстрирует системные теоретические знания, владеет большинством терминов и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«3» (удовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, он владеет некоторыми терминами и на вопросы теста реагирует достаточно медленно.

«2» (неудовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, терминологией он не владеет и на вопросы теста реагирует медленно.

Примеры тестовых заданий:

Задание № 60. Что из перечисленного НЕ относится к маркетинговой деятельности типографии:

А. мониторинг рынка печатной продукции (региональное распределение, объемы потребления, потребительские характеристики, платежеспособность рыночного сегмента)

В. изучение и установление потенциала рынка (объем заказов, условия исполнения, уровень цен, приоритеты клиента)

С. исследование поведения конкурентов (локализация, ассортимент, ценовая политика, качество)

Задание № 61. В перечне приведены показатели, характеризующие конкурентоспособность типографии, распределите показатели по двум группам: I группа - показатели, характеризующие привлекательность типографии для потребителей; II группа - показатели, характеризующие конкурентные позиции внутреннего потенциала типографии

I группа - показатели, характеризующие привлекательность типографии для потребителей	II группа - показатели, характеризующие конкурентные позиции внутреннего потенциала типографии	
		1.1. Местоположение типографии
		1.2 Номенклатура предоставляемых услуг заказчику (ассортиментная матрица)
		1.3 Бренд, рыночное позиционирование
		1.4.Квалификация основного персонала
		1.5.Уровень функциональности производимой печатной продукции и услуг
		1.6 Цена услуг
		2.1 Автоматизация и цифровизация типографии
		2.2 Маркетинговая стратегия
		2.3 Внутрипроизводственная логистика
		2.4 Имидж (репутация) типографии
		2.5 Уровень технологичности
		2.6 Квалификация управленческого персонала

Задание № 62. Установите соответствие между видами маркетингового анализа и наиболее подходящими методами

1. Анализ товарной политики	A. ABC-анализ
2. Анализ ценовой политики	B. метод расчета средней цены
3. Анализ политики сбыта	C. сегментация рынка
4. Анализ коммуникационной политики	D. тайный покупатель

5. Анализ конкурентов	Е. матрица М.Портера
-----------------------	----------------------

Задание № 63. Типография оснащена следующим оборудованием: *четырёхкрасочная печатная машина А3+; цифровая печатная машина типа HP Indigo 7K (5443 x 2298) А3+; одноножевая резальная машина (92 см) – 1 шт.; тигельная машина для вырубки развертки коробок – 1 шт. кашировальная машина – 1 шт.; автомат для скрепления спиралью для календарей и пр. – 1 шт.; Аппарат КБС – 1 шт.* Сформируйте ассортиментную матрицу, оптимальную для данной производственной мощности, используя графические объекты, иллюстрирующие возможный ассортимент

I группа верно	 1.1 подарочная упаковка, тираж 1000 экз.	 1.2 рекламный буклет, 4+4, тираж 500 шт.	 1.3 издание, КБС, 4+4, тираж 15000 шт.	 1.4 комплект представительской продукции, тираж 1000 экз.
II группа неверно	 2.1 издание в переплете, тираж 3000 экз.	 2.2 футболка с принтом, тираж 300 шт.	 2.3 короб стандартный (транспортная упаковка), тираж 100000 экз.	 2.4 этикетка с элементами сложного тиснения краской и фольгой, тираж 500000 экз.

8.2.4. Итоговое соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированности компетенций по дисциплине:

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачёта проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине (модулю), при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине (модулю) методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

Шкала оценивания	Описание
Зачтено	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Обучающийся демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблице п. 8.1 показателям, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

Не зачтено	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблице п.8.1 показателям, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
------------	---

8.3. Методические материалы (типовые контрольные задания), определяющие результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения

Контрольные задания, применяемые в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине, носят универсальный характер и предусматривают возможность комплексной оценки всего набора заявленных по данной дисциплине индикаторов сформированности компетенций.

8.3.1. Промежуточный контроль (вопросы к зачету)

(формирование компетенций ПК-3, ПК-10, индикаторы: ИПК-3.1, ИПК-3.2, ИПК-3.3, ИПК-3.4, ИПК-3.5; ИПК-3.6; ИПК-10.1, ИПК-10.2)

Раздел 1 АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

1. Понятие ассортимент
2. Принципы управления ассортиментом
3. Целевая аудитория: понятие, подходы формирования
4. Факторы, влияющие на потребительское поведение
5. Ассортимент продукции и ассортимент услуг
6. Ассортиментная матрица
7. Виды ассортиментных матриц
8. Цели, задачи, предмет управления ассортиментом
9. Принципы управления ассортиментом
10. Сегментация потребителей
11. Рынки B2C, B2B, B2G
12. Рынки полиграфических услуг и технологий
13. Позиционирование товарной категории на основе выделения конкурентных преимуществ
14. Показатели качества как категория оценки потребительских ценностей
15. Методы изучения спроса
16. Разработка ассортиментной политики
17. Синхронизация производственных возможностей с рыночными приоритетами
Распределение ресурсов между категориями
18. Приоритезация ассортимента
19. Производственные факторы, воздействующие на выбор специализации и ассортиментную политику
20. Методы управления ассортиментом

Раздел 2 УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ

1. Методология анализа результатов управления ассортиментом
2. Методика изучения и прогнозирования спроса потребителей
3. Методики расчета параметров ассортиментных позиций
4. Матрица соответствия стратегическим целям МакКинзи
5. Матрица БКГ
6. Математический анализ ассортимента

7. ABC-анализ продаж и доходности
8. XYZ-анализ и прогноз стабильности продаж
9. Прогноз продаж новых товаров (анализ ассортимента по параметрам влияния)
10. Категорийный менеджмент.
11. Адаптация бизнес-процессов организации к практике категорийного менеджмента
12. Проектирование торгово-технологических процессов управления ассортиментом
13. Прогнозная аналитика для анализа ассортимента.
14. Формирование сбалансированного ассортимента категории.
15. Определение стратегии и тактики управления ассортиментом
16. Показатели эффективности ассортиментной позиции
17. Основные финансовые показатели результативности категории
18. Качественные показатели ассортимента, технологичность и ресурсная составляющая
19. Дерево ассортиментных целей
20. Ширина и глубина ассортимента
21. Программы лояльности
22. Основные финансовые показатели результативности категории
23. Альтернативные модели получения прибыли
24. Формирование сбалансированного ассортимента категории
25. Технологии управления развитием ассортимента
26. Методы дифференциации от ассортимента конкурентов
27. Правила ввода-вывода товаров из ассортимента
28. Правила создания коммерческих предложений
29. Декомпозиция ассортиментных позиций
30. Процессы оптимизации ассортимента

Раздел 3 СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ АССОРТИМЕНТА

1. Стратегическое управление ассортиментом
2. Формирование ассортиментной стратегии
3. Конкурентная стратегия как основа для формирования ассортимента
4. Модель жизненного цикла.
5. Разработка новых видов продукции.
6. Критические требования к продукции
7. Поток создания ценности для ассортиментной категории
8. Методы картирования
9. Технология построения карт потока создания ценности
10. Модель идеального состояния: количественные и качественные характеристики
11. Выбор оптимального пути заказчика
12. Анализ альтернатив ассортимента
13. Воронка продаж
14. Мотивирующие факторы размещения заказ
15. Цифровые сервисы клиентского сопровождения от «идеи концепта до реализации заказа»