МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической работе
_____/Шубаева В.Г./
«___» _____20_18___г.

ПРОДАКТ-МЕНЕДЖМЕНТ И АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы	Маркетинг и управление брендами
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Составитель:
_____/ к.э.н., доцент Красильников А.Б.

Санкт-Петербург
2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ 3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....4
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ 4
6. ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ЗАНЯТИЙ СЕМИНАРСКОГО ТИПА 5
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....5
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины.....6
7.2. Организация самостоятельной работы 6
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....7
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....7
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса **Error! Bookmark not defined.**
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....9
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....10

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины заключается в формировании:

– теоретических представлений о принципах продакт-менеджмента и основ проектирования ассортиментной политики;

– практических навыков по применению теоретических знаний для решения практических задач в области продакт-менеджмента и ассортиментной политики.

Задачи:

– получение теоретических и практических знаний о продакт-менеджменте и основах ассортиментной политики, которые являются неотъемлемой частью товарной политики организации;

– приобретение знаний, навыков и умений в использовании полученных знаний в дальнейшей практической работе;

– знакомство с практическими методиками оценки эффективности продакт-менеджмента и ассортиментной политики организации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ. «Продакт-менеджмент и ассортиментная политика» относится к выборным дисциплинам Блока 1 и является обязательной для освоения обучающимся после их выбора.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код формируемых компетенций	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-7: владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	Первый уровень (пороговый) (ПК-7) – 1	Знать: основные термины, понятия, связанные с системой функционального менеджмента, продакт-менеджмента, ассортиментной политикой и электронной коммерцией; методы реализации, контроля, координации управленческих решений для достижения согласованности при выполнении проектов и работ; правила и порядок составления соглашений, договоров и контрактов З1 (ПК-7); Уметь: использовать современные технологии и применять методы контроля реализации бизнес-планов, координировать деятельность исполнителей в области функционального менеджмента при выполнении конкретных проектов и работ в рамках системы продакт-менеджмента и электронной торговли У1 (ПК-7); Владеть: навыками контроля реализации бизнес-планов,

		контроля условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, способами координации деятельности исполнителей в процессе реализации управленческих решений в рамках системы продакт-менеджмента при выполнении конкретных проектов и работ В1 (ПК-7)

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет – 5 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины по очной форме обучения представлено в таблице 4.1

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	6
1. Введение. Цели и задачи курса. Продакт-менеджмент в системе маркетинга организации	2	2		8
2. Система продакт-менеджмента организации	4	6		8
3. Анализ привлекательности товарной категории	2	4		6
4. Прогнозирование потенциала рынка и объема продаж товаров	4	4		8
5. Введение в ассортиментную политику организации	2	4		6
6. Основы проектирования ассортиментной политики	4	4		6
7. Управление ассортиментом организации	2	4		6
8. Оценка эффективности продакт-менеджмента и ассортиментной политики организации	2	4		6
Всего по дисциплине:	**22**	**32**		**54**

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение. Цели и задачи курса. Продакт-менеджмент в системе маркетинга организации

Значение дисциплины для подготовки маркетологов. Продакт-менеджмент как организационная функция компании. Продакт-менеджмент как составляющая системы маркетинга организации.

Тема2. Система продакт-менеджмента организации

Основные компоненты системы продакт-менеджмента организации. Продуктовое планирование. Маркетинг продукта. Программное и проектное управление.

Тема 3. Анализ привлекательности товарной категории

Общее представление о привлекательности продуктовой категории. Основные факторы рынка. Рост рынка. Цикличность продаж. Сезонность продаж. Уровень и

вариативность прибыли. Факторы категории. Позиция покупателей на рынке. Позиция поставщиков на рынке. Анализ внешней среды. Экономические факторы. Нормативные факторы. Социальные факторы.

Тема 4. Прогнозирование потенциала рынка и объема продаж товаров

Потенциал рынка. Источники информации. Потенциал нового или находящегося на стадии роста продукта. Потенциалы продуктов, находящихся на стадии зрелости. Методы оценки потенциалов рынка и продаж. Прогнозирование продаж.

Тема 5. Введение в ассортиментную политику организации

Понятие ассортимента и номенклатуры. Цели и задачи ассортиментной политики предприятия.

Тема 6. Основы проектирования ассортиментной политики

Этапы разработки ассортиментной политики предприятия. Подходы к построению ассортиментной стратегии. Работа с поставщиками: построение системы оценки, методы выбора основных для компании поставщиков. Формирование эффективной структуры ассортимента товаров в сфере товарного производства. Формирование ассортимента на предприятии оптовой торговли. Розничное торговое предприятие и формирование товарного ассортимента. Изменение ассортимента: принятие решения о вводе нового продукта, принятие решения о выводе старого продукта.

Тема 7. Управление ассортиментом организации

Ассортимент как элемент управления компанией. Структура процесса управления ассортиментом. Стратегическое и оперативное управление ассортиментом. Управление существующим ассортиментом. Формирование и обновление ассортимента. Особенности управления марочным ассортиментом.

Тема 8. Оценка эффективности продакт-менеджмента и ассортиментной политики организации

Подходы к оценке эффективности продакт-менеджмента и ассортиментной политики организации. Методики расчета.

6. ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ЗАНЯТИЙ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1– Практические занятия/Семинарские занятия /Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	2	3
1	Введение. Цели и задачи курса. Продакт-менеджмент в системе маркетинга организации	ПЗ / Дискуссия
2	Система продакт-менеджмента организации	ПЗ / Мозговой штурм
3	Анализ привлекательности товарной категории	ПЗ / Дискуссия
4	Прогнозирование потенциала рынка и объема продаж товаров	ПЗ / Практический кейс
5	Введение в ассортиментную политику организации	ПЗ / Дискуссия
6	Основы проектирования ассортиментной политики	ПЗ / Мозговой штурм
7	Управление ассортиментом организации	ПЗ / Практический кейс
8	Оценка эффективности продакт-менеджмента и ассортиментной политики организации	ПЗ / Мозговой штурм

* ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

– рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,

– порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;

– графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

1. В процессе занятий лекционного типа:

– слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;

– ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;

– задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратится к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

2. В процессе занятий семинарского типа:

– применять на практике полученный на лекционных занятиях материал;

– участвовать в мозговом штурме, дискуссиях, решении кейсов и других формах проведения занятий семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

3. В процессе выполнения самостоятельной работы:

– работать с учебниками маркетингу, по теории маркетинговых каналов и сбыта и с дополнительной литературой (книги, статьи и пр.);

– работать с материалами специализированных сайтов по маркетингу, сбыту, продажам;

– прорабатывать конспекты лекций;

– осуществлять подготовку отчётов по практическим занятиям;

– осуществлять подготовку докладов и участие в студенческих научных конференциях;

– осуществлять подготовку к зачету.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1-4	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка презентации.
5-8	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к тестированию.

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1, обеспечен методическими материалами.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Продакт-менеджмент и ассортиментная политика» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

– мозговой штурм (темы №2, №6, №8);
– дискуссия (темы №1, №3, №5);
– кейсы (темы №4, №7).

Мозговой штурм – метод активизации мыслительных процессов путем совместного поиска решений трудной проблемы. В мозговом штурме участвует коллектив из нескольких студентов и преподавателя, выполняющего роль ведущего. Перед началом мозгового штурма ведущий производит четкую постановку решаемой задачи. Мозговой штурм проводится в форме деловых игр как вводная часть по каждой теме.

Дискуссия – форма учебной работы, в рамках которой студенты высказывают свое мнение о проблеме, заданной преподавателем. В результате дискуссии по каждой теме студенты выбирают перечень торговых марок для дальнейшего исследования.

Решение кейсов. Выполнение работы над кейсами предполагает использование мозгового штурма, изучение системы сбыта отечественных и иностранных предприятий, подготовка отчёта с результатами расчётов и выводов. При обработке данных используются такие статистические показатели как математическое ожидание измеряемых величин, их среднеквадратичные отклонения и коэффициенты вариации.

В процессе практических занятий используется модульная система дистанционного обучения Moodle (http://moodle.finec.ru/).

В системе Moodle размещены следующие учебно-методические материалы для студентов:

1. Общая характеристика и программа курса.
2. Конспект лекций по модулям курса.
3. Тексты кейсов и основные формы в виде файлов (Word, Excel) для расчёта или анализа экспериментальных данных.
4. Рекомендации для студентов по выполнению программы курса.
5. Описание форм контроля, требований к знаниям и структуры балльной оценки знаний.
6. Основная и дополнительная литература по курсу, включая ссылки на электронные ресурсы библиотеки СПбГЭУ и Интернет-сайтов.

Отчёты по кейсам студенты размещают в Moodle в разделе элементов курса «Задания», что позволяет преподавателю ставить баллы за каждый вид работы, которые отображаются в «Отчётах по оценкам» данной системы. Войдя в систему Moodle, студент видит, какое количество баллов он набрал за каждый отчётный элемент и за активность своей работы.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания	Основная/ доп. литература	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		печатные издания (кол-во)	электронные (наименование ресурсов)
1	*2*	*3*	*4*
1. Красильников, А.Б. Продакт-менеджмент и ассортиментная политика : учебное пособие / А.Б.Красильников ; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т, Кафедра маркетинга .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2018 .— 48 с. : ил., табл. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru	Осн.	35	ЭБ OPAC.UNECON.RU
2. Андреевский, И.Л. Электронный бизнес : учебное пособие / И.Л.Андреевский, Х.И.Аминов ; М-во образования и науки Рос. Федерации, С.-Петерб. гос. экон. ун-т, Каф. информац. систем и технологий .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2017 .— 77 с. : ил., табл. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru	Осн.	35	ЭБ OPAC.UNECON.RU
3. Костин, К. Б. Организация электронной торговли и продвижения для повышения эффективности ревеню-менеджмента : учебное пособие / К.Б.Костин ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т, Кафедра мировой экономики и международных экономических отношений.— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2017.— 71 с. : ил. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru	Доп.	55	ЭБ OPAC.UNECON.RU
4. Аванесов, Г.М. Интернет-экономика : учеб. пособие для студентов всех форм обучения / Г.М.Аванесов ; Федер. агентство по образованию, С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов, Каф. информатики .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2009 .— 245 с. : ил. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru	Доп.	56	ЭБ OPAC.UNECON.RU

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru

9.2. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформлен отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины.