

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«МЕРЧАНДАЦЗИНГ»**

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель изучения учебной дисциплины – формирования знания о специфике мерчандайзинга торгового предприятия и формирования практических навыков управления системой мерчандайзинга торгового предприятия.

1.2. Задачи учебной дисциплины:

- рассмотреть процесс эволюции содержания мерчандайзинга;
- уточнить содержание системы и стандарта мерчандайзинга;
- ознакомиться с основными процедурами, правилами и законами мерчандайзинга;
- уточнить особенности мерчандайзинга торгового предприятия и поставщика (производителя);
- рассмотреть особенности процедуры планировки торгового зала, подбора торгового оборудования и размещения отделов и секций;
- уточнить содержание процедуры представления товаров в торговом зале;
- рассмотреть типологию POS-материалов и особенности их применения;
- рассмотреть невербальные методики воздействия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

2.1. Цикл (раздел) ООП:

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части профессионального цикла (Б1.В.ДВ.3.1)

2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП

При изучении дисциплины «Мерчандайзинг» требуются знания и умения, полученные при изучении основ таких дисциплин, как: «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Логистика», «Инфраструктура товарного рынка», «PR», «Управление жизненным циклом продукта».

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Мерчандайзинг» необходимы обучающимся для освоения компетенций, формируемых такими учебными дисциплинами как «Маркетинговая товарная политика», «Маркетинговое ценообразование», «Управление рынком сбыта», «Стратегический маркетинг».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

Код соответствующей компетенции по ГОС ВПО	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ДПК-3	Владение навыками разработки планogramмы и стандарта мерчандайзинга, осуществления контроллинга деятельности мечандайзеров в розничной торговле	Знать: Разновидности торгового оборудования и планировки торгового помещения; виды POS-материалов и их значение в презентации продукции в торговом зале Уметь: Разрабатывать планogramму и стандарт мерчандайзинга; применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления товарным ассортиментом Владеть: навыками осуществления выкладки товаров в

		соответствии с планограммой и стандартом мерчандайзинга; методами организации контроллинга деятельности мерчандайзеров и устранения недостатков их деятельности, методами оценки эффективности мероприятий мерчандайзинга и ее повышения
ПК-15	Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	<p>Знать: Основы психологии и дизайна для оформления торгового помещения, разновидности торгового оборудования и планировки торгового помещения; виды POS-материалов и их значение в презентации продукции в торговом зале.</p> <p>Уметь: Оценить экономические и социальные условия для возможности осуществления торговой деятельности, а также работы мерчандайзеров на уровне местного рынка</p> <p>Владеть: Методами составления маршрутов мерчандайзеров, а также навыками выявления новых рыночных возможностей в сфере организации торговой деятельности и деятельности мерчандайзеров.</p>

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Теоретические основы мерчандайзинга

1. Основы мерчандайзинга
2. Система и стандарт мерчандайзинга
3. Планировка торгового зала, подбор торгового оборудования и размещение отделов и секции

Раздел 2. Практические аспекты мерчандайзинга

4. Представление товаров в торговом зале: виды, методы и приемы выкладки
5. Реклама на месте продаж
6. Особенности мерчандайзинга продовольственных товаров
7. Особенности мерчандайзинга непродовольственных товаров

Раздел 3. Современные методы мерчандайзинга и его эффективность

8. Использование музыки, запахов и освещения в торговле
9. Эффективность и контроль мерчандайзинга

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При преподавании дисциплины могут использоваться традиционные и интерактивные образовательные технологии, в том числе:

- чтение лекций в форме монолога с элементами диалога и дискуссии;
- практические занятия (устный опрос, тестирование, выполнение творческих (проблемных) заданий, выполнение лабораторных работ, анализ конкретных ситуаций, разработка проблемы и подготовка презентации);
- технологии интерактивного обучения (работа в малых группах, мозговой штурм, тренинги, кейсы и др.);
- консультации преподавателей в рамках внеаудиторной работы;
- научно-исследовательская работа (подготовка научной статьи).

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Лунина В.Ю., кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и логистики