

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Мерчандайзинг»**

Учебный курс «Мерчандайзинг» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Мерчандайзинг» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе с использованием МАО – 18 часов), самостоятельная работа студентов (108 часов, в том числе на подготовку к экзамену 36 часов). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Мерчандайзинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Культура торгового обслуживания», «Управление маркетингом» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Торговый маркетинг», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Основы технологии мерчандайзинга: понятие, цели и задачи мерчандайзинга; история развития мерчандайзинга; особенности развития мерчандайзинга за рубежом и в России; современные тенденции развития мерчандайзинга: категорийный мерчандайзинг, кроссмерчандайзинг; различие в целях мерчандайзинга поставщика и розничного торгового предприятия; характеристика типов покупателей; психологические аспекты поведения покупателя в торговом зале; основы технологии мерчандайзинга: правила и принципы мерчандайзинга;

2. Мерчандайзинг розничного торгового предприятия: трехуровневая концепция мерчандайзинга розничного торгового предприятия; элементы атмосферы магазина (психологические факторы, организационные факторы, органолептические факторы); виды и подходы к планировке торгового зала розничного торгового предприятия; правила выкладки товаров в торговом зале; рекламно-информационное сопровождение мерчандайзинга;

3. Эффективность мерчандайзинга: подходы к разработке стандартов мерчандайзинга розничного торгового предприятия; особенности оценки эффективности мерчандайзинга.

**Цель:** формирование комплекса знаний об особенностях организации мерчандайзинга на торговом предприятии.

**Задачи:**

1. Сформировать у студентов систему теоретических знаний в области мерчандайзинга;

2. Сформировать у студентов систему теоретических знаний об инструментах мерчандайзинга;

3. Сформировать у студентов навыки выбора оптимальных инструментов мерчандайзинга;

4. Сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков по разработке программы мерчандайзинга, стандартов мерчандайзинга и оценке эффективности мероприятий мерчандайзинга торгового предприятия.

Для успешного изучения дисциплины «Мерчандайзинг» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

– готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (частично);

- готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;
- готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;
- способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий;
- готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>• особенности и современные тенденции развития мерчандайзинга и его влияние на характер маркетинговой деятельности торгового предприятия;</li> <li>• основные принципы, правила и инструменты мерчандайзинга торгового предприятия;</li> <li>• принципы мерчандайзинга на основе теории рефлексов;</li> <li>• особенности влияния инструментов мерчандайзинга на различные типы поведения покупателей;</li> <li>• особенности организации мерчандайзинга на различных видах торговых предприятий;</li> <li>• подходы к оценке эффективности мерчандайзинга;</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• разрабатывать программу мерчандайзинга и осуществлять ее реализацию на предприятии;</li> <li>• разрабатывать стандарты мерчандайзинга и внедрять их на предприятии розничной торговли;</li> <li>• использовать инструменты мерчандайзинга для влияния на различные типы поведения покупателей;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• учитывать интересы различных сторон при разработке и реализации программы мерчандайзинга (производителей, оптового предприятия и предприятия розничной торговли);</li> <li>• использовать новые технологии в области мерчандайзинга;</li> <li>• проводить оценку эффективности мероприятий мерчандайзинга торгового предприятия;</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• практическими навыками по разработке и внедрению мероприятий мерчандайзинга торгового предприятия;</li> <li>• практическими навыками по разработке программы мерчандайзинга;</li> <li>• практическими навыками разработки стандартов мерчандайзинга розничного торгового предприятия;</li> <li>• навыками выбора различных инструментов мерчандайзинга для воздействия на разные типы поведения покупателей;</li> <li>• практическими навыками по оценке эффективности мероприятий мерчандайзинга торгового предприятия.</li> </ul>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Мерчандайзинг» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: семинар-дискуссия, выполнение ситуационных заданий, составление интеллект-карт.