

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Мерчандайзинг торгового предприятия

Наименование ОПОП ВО

38.03.07 Товароведение. Товарный менеджмент во внутренней и внешней торговле

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью настоящего курса является формирования знания о специфике мерчандайзинга торгового предприятия и формирования практических навыков управления системой мерчандайзинга торгового предприятия.

В ходе достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 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 процедур планировка торгового зала, подбор торгового оборудования и размещение отделов и секций;
- уточнить содержание процедуры представление товаров в торговом зале;
- рассмотреть типологию POS-материалов и особенности их применения.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
38.03.07 «Товароведение» (Б-ТВ)	ПКВ-3 : Способен участвовать в управлении продажами во внутренней и внешней торговле	ПКВ-3.1к : Применяет принципы товарного менеджмента в реализации товаров во внутренней торговле	РД1	Знание	сущности поведения покупателей в магазине и влияющих факторов - целей, задач, принципов и процедур торгового мерчандайзинга; основных целей, принципов разработки инноваций в области мерчандайзинга торгового предприятия; возможностей и перспектив внедрения инноваций в мерчандайзинге торгового предприятия

			РД2	Умение	проводить исследование поведения покупателей в торговом предприятии, выявлять, формировать и удовлетворять потребности в торговой услуге, использовать современные инновационные методы, средства, технологии в мерчандайзинге торгового предприятия
			РД3	Навык	использования методов и средств исследования, воздействия на покупательское поведение в торговом предприятии, проведения маркетинговых исследований в сфере розничной торговли, владения подходами к разработке инновационных методов, средств и технологий в мерчандайзинге торгового предприятия

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Основы мерчандайзинга
- 2) Система и стандарт мерчандайзинга
- 3) Планировка торгового зала, подбор торгового оборудования и размещение отделов и секции
- 4) Представление товаров в торговом зале: виды, методы и приемы выкладки
- 5) Реклама на месте продаж
- 6) Использование музыки, запахов и освещения в торговле, мероприятия по стимулированию продаж и подготовка квалифицированного персонала

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
38.03.07 Товароведение	ОФО	Б1.В	6	3	55	18	36	0	1	0	53	Э

Составители(ль)

Тилиндис Т.В., кандидат технических наук, доцент, Кафедра таможенного дела и логистики, Tatyana.Tilindis@vvsu.ru