

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

**Кафедра торгового дела и
маркетинга**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

**Кафедра торгового дела и
маркетинга**

наименование кафедры

Коркина Наталья Ивановна

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МЕРЧАНДАЙЗИНГ В ТОРГОВОЛЕ**

Дисциплина ФТД.В.02 Мерчандайзинг в торговле

Направление подготовки /
специальность 38.03.06 Торговое дело профиль подготовки
38.03.06.01 "Коммерция"
очная форма обучения

Направленность
(профиль)

Форма обучения очная

Год набора 2018

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

Направление 38.03.06 Торговое дело профиль подготовки 38.03.06.01

"Коммерция"

очная форма обучения

год набора 2018

Программу
составили

Старший преподаватель, Смоленцева Любовь
Тимофеевна

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Современная торговля является многоуровневым, динамично развивающимся бизнесом. Специалистам в области коммерции для успешной организации торговли необходимо искать покупателей, выявлять их нужды и потребности, прежде чем закупать товары. Комплекс мер направленный на продвижение и сбыт товаров в магазине, называется мерчандайзингом, роль которого постоянно возрастает в связи с усилением активности розничных торговцев, трансформацией в мотивации и поведении покупателей и других факторов.

Целями изучения дисциплины «Мерчандайзинг в торговле» является изучение основных принципов и законов мерчандайзинга в системе управления продажами, формирование теоретических и прикладных знаний в области мерчандайзинга, необходимых в профессиональной деятельности бакалавров направления подготовки 38.03.06. Торговое дело профиль 38.03.06.01 «Коммерция».

1.2 Задачи изучения дисциплины

Для достижения цели поставлено решение следующих задач:

- Проанализировать подходы к внедрению мерчандайзинга;
- Рассмотреть правила и технологии в области мерчандайзинга продовольственных и непродовольственных товаров, современные методы продажи товаров, традиционные и новые принципы планировочных решений торговых залов и выкладки товаров;
- Изучить основные инструменты оптимизации работы по продвижению продукции в современных условиях;
- Сформировать у будущих специалистов знания эффективного применения мерчандайзинга, а также умение прогнозировать и разрабатывать и управлять мерчандайзинговыми мероприятиями.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

ДПК-3: готовностью 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	
Уровень 1	факторы, определяющие потребительское поведение;
Уровень 2	влияние мерчандайзинга на формирование потребностей покупателей
Уровень 1	собирать и анализировать информацию, необходимую для формирования потребностей покупателей
Уровень 1	навыками проведения исследований поведения потребителей, навыками формирования потребностей покупателей при помощи инструментов мерчандайзинга
ПК-8:готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	
Уровень 1	методы мерчандайзинга в организации торгового обслуживания
Уровень 2	особенности мерчандайзинга, влияющие на уровень качества торгового обслуживания
Уровень 1	анализировать и оценивать показатели качества торгового обслуживания
Уровень 2	обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания
Уровень 1	методами комплексной оценки уровня качества торгового обслуживания
Уровень 2	навыками обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Изучению данной дисциплины предшествуют такие дисциплины как

Организация, технология и проектирование предприятий
 Коммерческая деятельность
 Маркетинг
 Основы товароведения

Содержание дисциплины «Мерчандайзинг в торговле» является логическим продолжением содержания дисциплин

Организация, технология и проектирование предприятий
 Рекламная деятельность
 Поведение потребителей

1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		6
Общая трудоемкость дисциплины	2 (72)	2 (72)
Контактная работа с преподавателем:	1 (36)	1 (36)
занятия лекционного типа	0,5 (18)	0,5 (18)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	0,5 (18)	0,5 (18)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	1 (36)	1 (36)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (Зачёт)		

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1		18	18	0	36	ДПК-3 ПК-8
Всего		18	18	0	36	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Тема 1 Понятие мерчандайзинга и роль в современной экономике.	4	1	0
2	1	Тема 2 Содержание мерчандайзинга, его составляющие элементы.	2	1	0
3	1	Тема 3 Правила мерчандайзинга.	2	1	0
4	1	Тема 4 Мерчандайзинг производителя /поставщика.	2	1	0
5	1	Тема 5 Мерчандайзинг в розничной торговле.	3	0	0
6	1	Тема 6 Оценка эффективности системы мерчандайзинга.	4	0	0

7	1	Тема 7 Функциональные обязанности специалистов мерчандайзеров и оценка	1	0	0
Всего			18	4	0

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисципли ны	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Тема 1 Понятие мерчандайзинга и роль в современной экономике.	1	1	0
2	1	Тема 2 Содержание мерчандайзинга, его составляющие элементы.	5	1	0
3	1	Тема 3 Правила мерчандайзинга.	4	1	0
4	1	Тема 4 Мерчандайзинг производителя /поставщик а.	1	1	0
5	1	Тема 5 Мерчандайзинг в розничной торговле.	5	0	0
6	1	Тема 6 Оценка эффективности системы мерчандайзинга.	2	0	0
7	1	Тема 7 Функциональные обязанности специалистов мерчандайзеров и оценка	0	0	0
Всего			18	4	0

3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисципли ны	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Авдеева В. Н.	Что и как продать самым маленьким покупателям: практ. пособие	М.: Дашков и К, 2012
Л1.2	Голова А. Н.	Управление продажами: учебник для студ. экон. вузов по напр. "Экономика" и спец. "Маркетинг", "Реклама"	Москва: "Дашков и К", 2013
Л1.3	Смоленцева Л. Т., Куимов В. В.	Мерчандайзинг в торговле: учеб.-метод. комплекс [для студентов напр. подг. 100700.62 «Торговое дело»]	Красноярск: СФУ, 2014
Л1.4	Парамонова Т. Н., Рамазанов И. А.	Мерчандайзинг: учебное пособие для вузов по специальности "Маркетинг"	Москва: КноРус, 2010
Л1.5	Парамонова Т. Н.	Маркетинг торгового предприятия	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Смоленцева Л. Т.	Мерчандайзинг в розничной торговле. Ч. 1: учеб. пособие для студентов специальности 080301.65 "Коммерция (торговое дело)" всех форм обучения	Красноярск: КИТЭИ, 2009
Л2.2	Клочкова М. С., Логинова Е. Ю., Якорева А. С.	Мерчандайзинг: учеб.-практ. пособие	М.: Дашков и К, 2009
Л2.3	Смоленцева Л. Т.	Технологические планировки торговых залов: учеб. справ. по дисциплине "Организация, технология и проектирование предприятий" для студентов направления подготовки 080300.62, 100700.62 всех форм обучения	Красноярск: СФУ, 2012
Л2.4	Сысоева С. В., Бузукова Е. А.	Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице	СПб.: Питер, 2008

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	Консультант плюс	www.consultant.ru
Э2	Научная библиотека СФУ	www.bik.sfu-kras.ru
Э3	Интернет-библиотека образовательных изданий	http://www.iglib.ru
Э4	Электронная библиотечная система «Университетская библиотека - online»	http://www.biblioclub.ru

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Методика изучения дисциплины в общем виде исходит из следующих задач:

- Определение категории «мерчандайзинг» и его роль в современной экономике.
- Изучение содержания мерчандайзинга, его составляющие элементы.
 - Изучение правил мерчандайзинга.
 - Изучение мерчандайзинга производителя/поставщика.
 - Изучение мерчандайзинга в розничной торговле.
 - Изучение подходов к оценке эффективности системы мерчандайзинга.
- Изучение функциональных обязанностей специалистов мерчандайзеров и оценка эффективности их деятельности.

Методика изучения предмета строится на основе сочетания теоретического обучения с проведением практических занятий. Поэтому в содержательной части рабочей программы представлены теоретические вопросы, а также дан перечень практических заданий, позволяющих студентам приобрести умения и навыки.

Аудиторная работа предусматривает лекции по ключевым и проблемным вопросам дисциплины и проведение семинарских занятий с целью закрепления теоретических знаний. Семинарские занятия предусматривают обсуждение докладов студентов. Подготовка к докладу на актуальные темы требует консультации у преподавателя по содержанию и списку литературы. Содержание доклада должно быть не более 5 - 7 страниц машинописного текста, так как для выступления с докладом отводится не более 5-10 минут. При чтении доклада следует применять технические средства, наглядные пособия, приводить примеры. Доклад можно представить в виде презентации PowerPoint.

На практических занятиях студенты решают ситуационные задачи, работают с раздаточным материалом и др.

Практические занятия имеют своей целью: закрепить знания

полученные во время лекций и самостоятельной работы с учебной литературой; расширить и углубить представления студентов по наиболее актуальным проблемам в оптовой и розничной торговле, торгово-посреднических структурах и субъектах инфраструктуры товарных рынков; сформировать и развить практические навыки и умения, необходимые для будущей профессиональной деятельности; осуществить контроль за качеством усвоения студентами учебной программы.

При подготовке к практическому занятию следует изучить содержание вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные задания, которые могут быть даны преподавателем. Затем в библиотеке необходимо подобрать рекомендованные учебные пособия и ознакомиться с решением задания практического занятия. Для решения некоторых ситуационных задач следует подобрать дополнительные литературные источники. Их поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и Интернет ресурсах. В соответствии с учебным планом планируется проведение тестового контроля по темам.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на формирование навыков работы с различными источниками, систематизации полученной информации, составления аналитических материалов, решения задач и прогнозирования реальных процессов. Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа студента может выполняться в библиотеке университета, учебных кабинетах, компьютерных классах, а также в домашних условиях.

Результаты самостоятельной работы при подготовке к практическим занятиям и докладу учитываются преподавателем при аттестации студента (зачете и экзамене). Самостоятельная работа осуществляется в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа в аудиторное время включает: конспектирование (составление тезисов) лекций; решение практических ситуаций; работу со справочной и методической литературой; работу с нормативными правовыми актами; участие в опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины; участие в тестировании и др. Самостоятельная работа во внеаудиторное время предусматривает: повторение лекционного материала; подготовки к семинарам и практическим занятиям); подготовки к тестированию; выполнение контрольной работы, подготовка к зачету. Формой контроля самостоятельной работы является: проверка домашних заданий; устные и письменные опросы на практических занятиях; тестирование, выступление с докладами.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации в зависимости от нозологии:

Для лиц с нарушением зрения:

- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушением слуха:

- в печатной форме;

- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;

- в форме электронного документа.

Формы контроля:

1. Текущий контроль (осуществляется лектором и преподавателем, ведущим практические занятия):

- опрос;

- проверка домашних заданий

2. Промежуточный и итоговый контроль знаний по дисциплине:

- промежуточное тестирование;

- зачет.

Данный набор средств достаточно хорошо позволяет обеспечить наглядность преподавания материала и позволяет логически правильно выстраивать основные положения рассматриваемой темы. Наиболее сложные схемы, которые не удастся студентам занести в конспекты, преподаватель может им предложить в виде раздаточного материала для отработки в часы самостоятельных занятий.

В целях более углубленного усвоения материала предусматривается проведение семинарских занятий с предоставлением демонстрационного материала также на электронных носителях.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	
-------	--

9.1.2	Для обеспечения занятий лекционного типа презентационным материалом необходимо программное обеспечение Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный; Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный; программный продукт для чтения файлов pdf – Adobe Acrobat.
9.1.3	Антивирусная программа ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лицсертификат EAV-0189835462 от 10.04.2017; Kaspersky Endpoint Security Лицсертификат 2462170522081649547546 от 22.05.2017.
9.1.4	При осуществлении образовательного процесса по дисциплине широко используются информационные технологии такие как:
9.1.5	<input type="checkbox"/> Чтение лекций с использованием мультимедийных слайд-лекций:
9.1.6	<input type="checkbox"/> Просмотр видео материалов:
9.1.7	<input type="checkbox"/> Использование слайд-презентаций при проведении практических занятий.

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	
9.2.2	Студентам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:
9.2.3	Российские электронные научные журналы и базы данных
9.2.4	ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам: http://window.edu.ru/
9.2.5	Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): http://elibrary.ru
9.2.6	Университетская библиотека онлайн: www.biblioclub.ru
9.2.7	ЭБ Издательского дома «Гребенников»: http://grebennikon.ru
9.2.8	Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: http://dvs.rsl.ru (доступ к полному тексту), http://diss.rsl.ru (доступ к каталогу)
9.2.9	Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": http://www.znaniium.com
9.2.1 0	Электронно-библиотечная система «Лань»: http://e.lanbook.com
9.2.1 1	Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»: http://rucont.ru
9.2.1 2	Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: http://elcat.kgtei.ru:82/
9.2.1 3	Зарубежные электронные научные журналы и базы данных online
9.2.1 4	Cambridge University Press: http://www.journals.cambridge.org
9.2.1 5	Biological & Agricultural Index Plus: http://www.ebscohost.com/academic/biological-agricultural-index-plus
9.2.1 6	Books24x7: http://library.books24x7.com/library.asp?
9.2.1 7	EBSCO Publishing: http://search.ebscohost.com

9.2.1 8	Euromonitor International: http://www.portal.euromonitor.com
9.2.1 9	Journal Citation Reports (JCR): http://isiknowledge.com
9.2.2 0	E Complete: http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete
9.2.2 1	Oxford Journals: http://www.oxfordjournals.org
9.2.2 2	Science/AAAS: http://www.sciencemag.org
9.2.2 3	Scopus: http://www.scopus.com
9.2.2 4	Web of Science: http://isiknowledge.com
9.2.2 5	Elsevier (журналы открытого доступа): http://sciencedirect.com
9.2.2 6	Локальные базы данных
9.2.2 7	Электронный каталог НБ СФУ;
9.2.2 8	Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края;
9.2.2 9	Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН;
9.2.3 0	1. www.aup.ru – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
9.2.3 1	2. www.budgetrf.ru – Бюджетная система РФ
9.2.3 2	3. www.businesspress.ru - Деловая пресса. Электронные газеты
9.2.3 3	4. http://www.cfin.ru/ - Корпоративный менеджмент
9.2.3 4	5. http://www.ko.ru/ - журнал «Компания»
9.2.3 5	6. www.consultant.ru - «Консультант Плюс»
9.2.3 6	7. www.devbusiness.ru – Развитие бизнеса.Ру
9.2.3 7	8. www.garant.ru - Система Гарант
9.2.3 8	9. www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики
9.2.3 9	10. www.rbc.ru – РосБизнесКонсалтинг

9.2.4 0	11. http://www.retail.ru/ - Все о розничной торговле
9.2.4 1	12. www.russianmarket.ru – Маркетинговые исследования и аналитические материалы
9.2.4 2	13. www.sostav.ru – Реклама, маркетинг, PR
9.2.4 3	Для обучающихся обеспечена возможность оперативного обмена информацией с отечественными и зарубежными вузами, предприятиями и организациями средствами Интернет.
9.2.4 4	На сегодняшний день СФУ представлен в Интернет официальным сайтом института, сайтами подразделений, факультетов, кафедр; сайтами электронных изданий; поисковыми и информационными системами; тематическими сайтами по отдельным сферам деятельности.
9.2.4 5	

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).