

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.ДВ.09.02 Мерчандайзинг в торговле

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)

38.03.06.02 Маркетинг в торговой деятельности

Форма обучения

очная

Год набора

2019

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Программу составили \_\_\_\_\_

**Старший преподаватель, Смоленцева Любовь Тимофеевна**

\_\_\_\_\_  
должность, инициалы, фамилия

## 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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
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	
ДПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых	факторы, определяющие потребительское поведение; влияние мерчандайзинга на формирование потребностей покупателей собирать и анализировать информацию, необходимую для формирования потребностей

коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	покупателей навыками проведения исследований поведения потребителей, навыками формирования потребностей покупателей при помощи инструментов мерчандайзинга
<b>ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</b>	
ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	методы мерчандайзинга в организации торгового обслуживания особенности мерчандайзинга, влияющие на уровень качества торгового обслуживания анализировать и оценивать показатели качества торгового обслуживания обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания методами комплексной оценки уровня качества торгового обслуживания навыками обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания

#### **1.4 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)	е
		1
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1,78 (64)</b>	
занятия лекционного типа	0,89 (32)	
лабораторные работы	0,89 (32)	
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>1,22 (44)</b>	
курсовое проектирование (КП)	Да	
курсовая работа (КР)	Нет	
<b>Промежуточная аттестация (Экзамен)</b>	<b>1 (36)</b>	

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п		Модули, темы (разделы) дисциплины		Контактная работа, ак. час.							
				Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
						Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
				Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
<b>1.</b>											
		1. Тема 1 Понятие мерчандайзинга и роль в современной экономике.		4							
		2. Тема 1 Понятие мерчандайзинга и роль в современной экономике.						6			
		3. Тема 1 Понятие мерчандайзинга и роль в современной экономике.							6		
		4. Тема 2 Содержание мерчандайзинга, его составляющие элементы.		4							
		5. Тема 2 Содержание мерчандайзинга, его составляющие элементы.						6			
		6. Тема 2 Содержание мерчандайзинга, его составляющие элементы.							4		
		7. Тема 3 Правила мерчандайзинга.		6							
		8. Тема 3 Правила мерчандайзинга.						6			

9. Тема 3 Правила мерчандайзинга.							6	
10. Тема 4 Мерчандайзинг производителя /поставщика.	2							
11. Тема 4 Мерчандайзинг производителя /поставщика.							2	
12. Тема 4 Мерчандайзинг производителя /поставщика.							10	
13. Тема 5 Мерчандайзинг в розничной торговле.	4							
14. Тема 5 Мерчандайзинг в розничной торговле.					6			
15. Тема 5 Мерчандайзинг в розничной торговле.							8	
16. Тема 6 Оценка эффективности системы мерчандайзинга.	6							
17. Тема 6 Оценка эффективности системы мерчандайзинга.					4			
18. Тема 6 Оценка эффективности системы мерчандайзинга.							4	
19. Тема 7 Функциональные обязанности специалистов мерчандайзеров и оценка	6							
20. Тема 7 Функциональные обязанности специалистов мерчандайзеров и оценка					4			
21. Тема 7 Функциональные обязанности специалистов мерчандайзеров и оценка							4	
Всего	32				32		44	

## **4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **4.1 Печатные и электронные издания:**

1. 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).
2. Голова А. Н. Управление продажами: учебник для студ. экон. вузов по напр. "Экономика" и спец. "Маркетинг", "Реклама"(Москва: "Дашков и К").
3. Смоленцева Л. Т., Куимов В. В. Мерчандайзинг в торговле: учеб.-метод. комплекс [для студентов напр. подг. 100700.62 «Торговое дело»] (Красноярск: СФУ).
4. Парамонова Т. Н. Маркетинг торгового предприятия(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").
5. Алексина С. Б., Иванов Г. Г. Мерчандайзинг: Учебное пособие(Москва: Издательский Дом "ФОРУМ").
6. Авдеева В. Н. Что и как продать самым маленьким покупателям: практ. пособие(М.: Дашков и К).
7. Панкрухин А. П. Маркетинг: учебник для вузов(М.: Омега-Л).
8. Смоленцева Л. Т. Мерчандайзинг в розничной торговле. Ч. 1: учеб. пособие для студентов специальности 080301.65 "Коммерция (торговое дело)" всех форм обучения(Красноярск: КГТЭИ).
9. Парамонова Т. Н., Рамазанов И. А. Мерчандайзинг: учебное пособие для вузов по специальности "Маркетинг"(Москва: КноРус).
10. Алексина С. Б., Иванов Г. Г., Панкина Т. В., Крышталев В. К. Методы стимулирования продаж в торговле: Учебник(Москва: Издательский Дом "ФОРУМ").
11. Басовский Л. Е., Басовская Е. Н. Маркетинг: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").

### **4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):**

- 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) Лицсертфикат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный; Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертфикат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный; программный продукт для чтения файлов pdf – Adobe Acrobat.

### **4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <http://elibrary.ru>
2. Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <http://www.znanium.com>
3. Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook.com>
4. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»»: <http://rucont.ru>
- 5.

### **5 Фонд оценочных средств**

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

### **6 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).