

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

Б1.В.ДВ.05.01 Технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0

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

2020

---

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили \_\_\_\_\_

д.э.н., профессор, Щербенко Е.В.; к.э.н., Ст.препод., Новикова С.И.

должность, инициалы, фамилия

## **1 Цели и задачи изучения дисциплины**

### **1.1 Цель преподавания дисциплины**

Современные технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0 являются многоуровневыми, обеспечивающими динамичное развитие бизнеса. Специалистам в области маркетинга для успешной организации сбыта необходимо привлекать покупателей, выявлять их нужды и потребности, прежде чем формировать товарные запасы, изучать и применять новые технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0, соответствующие современным уровням и запросам развития рынка в условиях цифровой сетевой экономики. Комплекс мер направленный на продвижение и сбыт товаров должен сочетать методы продвижения продукции off-line и on-line, формирующие систему мерчандайзинга маркетинга 4.0. Роль новых технологий мерчандайзинга постоянно возрастает в связи с усилением активности цифровых и традиционных рынков, изменением векторной трансформации в мотивации и поведении покупателей и других факторов.

Целями изучения дисциплины является освоение основных принципов и методов технологий мерчандайзинга маркетинга 4.0 в системе управления сбытом, формирование теоретических и прикладных знаний в области технологий мерчандайзинга маркетинга 4.0, необходимых в профессиональной деятельности бакалавров направления подготовки 38.03.06. Торговое дело, профиль подготовки 38.03.06.02 "Маркетинг в торговой деятельности".

### **1.2 Задачи изучения дисциплины**

Для достижения цели поставлено решение следующих задач:

- изучить теоретические и методологические основы технологий мерчандайзинга маркетинга 4.0;
- рассмотреть и проанализировать подходы к применению технологий мерчандайзинга маркетинга 4.0;
- рассмотреть правила и технологии в области мерчандайзинга маркетинга 4.0 для продовольственных и непродовольственных товаров;
- изучить традиционные и инновационные методы продвижения товаров, принципы планировочных решений торговых залов и выкладки товаров в режиме off-line;
- изучить инновационные методы продвижения товаров, принципы представления товаров в режиме on-line (сайт,соцсети,цифровые платформы,др.);
- систематизировать основные инструменты оптимизации работы по продвижению продукции в современных условиях в сочетании технологий маркетинга 4.0 в режимах off-line и on-line;
- сформировать у будущих специалистов в сфере маркетинга знания эффективного применения и развития технологий мерчандайзинга маркетинга 4.0, а также умение прогнозировать, разрабатывать и управлять продвижением продукции в современных условиях рыночной экономики.

**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
<b>ДПК-4: способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности с использованием информационных технологий</b>	
ДПК-4: способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности с использованием информационных технологий	<p>понимает способы разработки проектов профессиональной деятельности с использованием информационных технологий для мерчандайзинга маркетинга 4.0</p> <p>рассматривает способы разработки проектов профессиональной деятельности с использованием информационных технологий для мерчандайзинга маркетинга 4.0</p> <p>применяет способы разработки проектов профессиональной деятельности с использованием информационных технологий для мерчандайзинга маркетинга 4.0</p>
<b>ДПК-5: готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности</b>	
ДПК-5: готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности	<p>понимает процесс реализации проектов в области профессиональной деятельности с использованием технологий мерчандайзинга маркетинга 4.0</p> <p>структурирует процесс реализации проектов в области профессиональной деятельности с использованием технологий мерчандайзинга маркетинга 4.0</p> <p>применяет процесс и его элементы при реализации проектов в области профессиональной деятельности с использованием технологий мерчандайзинга маркетинга 4.0</p>
<b>ОПК-1: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</b>	

<p>ОПК-1: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>	<p>представляет решение стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности в структуре маркетинга 4.0</p> <p>применяет решение стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности в структуре</p>
	<p>маркетинга 4.0</p> <p>оценивает решение стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности в структуре маркетинга 4.0</p>
<p><b>ПК-11: способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)</b></p>	
<p>ПК-11: способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)</p>	<p>способен участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности: коммерческой, маркетинговой, рекламной, мерчендайзинг ( маркетинг 4.0)</p> <p>планирует разработку инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности: коммерческой, маркетинговой, рекламной, мерчендайзинг ( маркетинг 4.0)</p> <p>организовывает разработку инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности: коммерческой, маркетинговой, рекламной, мерчендайзинг ( маркетинг 4.0)</p>
<p><b>ПК-7: способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</b></p>	

ПК-7: способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	определяет организацию и планирование материально-технического обеспечения предприятий, закупку и продажу товаров применять новые технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0 применяет организацию и планирование материально-технического обеспечения предприятий, закупку и продажу товаров применять новые технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0 проектирует организацию и планирование материально-технического обеспечения
	предприятий, закупку и продажу товаров применять новые технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0
<b>ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</b>	
ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	упорядочивает показатели качества торгового обслуживания  применяет показатели качества торгового обслуживания оценивает показатели качества торгового обслуживания
<b>ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</b>	
ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	определяет готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации использует анализ, оценку в разработке стратегии организации формулирует анализ, оценку в разработке стратегии организации

#### **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>1,89 (68)</b>	
занятия лекционного типа	0,94 (34)	
лабораторные работы	0,94 (34)	
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>2,11 (76)</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 технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0, его роль в современной экономике.		2							
		2. Тема 1 Понятие технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0, его роль в современной экономике.						2			
		3. Тема 1 Понятие технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0, его роль в современной экономике.								12	
		4. Тема 2 Содержание технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0, его составляющие элементы.		4							
		5. Тема 2 Содержание технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0, его составляющие элементы.						6			
		6. Тема 2 Содержание технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0, его составляющие элементы.								12	



7. Тема 3 Правила технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0.и их применение в современной торговле	8							
8. Тема 3 Правила технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0.и их применение в современной торговле					8			
9. Тема 3 Правила технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0.и их применение в современной торговле							18	
10. Тема 4 Характеристики технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0. производителя /поставщика.	4							
11. Тема 4 Характеристики технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0. производителя /поставщика.					4			
12. Тема 4 Характеристики технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0. производителя /поставщика.							6	
13. Тема 5 Технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0. в сетевой системе ритейла.	6							
14. Тема 5 Технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0. в сетевой системе ритейла.					6			
15. Тема 5 Технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0. в сетевой системе ритейла.							12	
16. Тема 6 Оценка эффективности системы технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0.	6							
17. Тема 6 Оценка эффективности системы технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0.					4			
18. Тема 6 Оценка эффективности системы технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0.							6	

19. Тема 7 Функциональные обязанности специалистов мерчандайзеров и оценка результатов их деятельности	4							
20. Тема 7 Функциональные обязанности специалистов мерчандайзеров и оценка результатов их деятельности					4			
21. Тема 7 Функциональные обязанности специалистов мерчандайзеров и оценка результатов их деятельности							10	
Всего	34				34		76	

## 4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 4.1 Печатные и электронные издания:

1. Юшкова Л. В., Сулова Ю. Ю. Формирование и развитие рынка продовольственных товаров на основе конкурентных отношений: теория, методология, практика: автореферат дис. ... д-ра экон. наук (Красноярск).
2. Куимов В. В., Сулова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Лукиных В. Ф., Подопригора В. Г., Волошин А. В., Дягель О. Ю., Конева О. В., Ананина Р. Ф., Богданов Н. О., Корчебный П. М., Новикова С. И., Панкова Л. В., Тод Н. А., Цапорин А. В., Куимов В. В. Кооперационно-сетевые взаимодействия как ресурс самоорганизации и достижения качественных результатов: монография(Москва: ИНФРА-М).
3. Маркова В.Д. Цифровая экономика: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
4. Китова О. В., Брускин С. Н. Цифровой бизнес: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
5. Гуриков С. Р. Интернет-технологии: Учебное пособие(Москва: Издательство "ФОРУМ").
6. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: Управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
7. Христофоров А.В., Христофорова И. В. Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновационные подходы: Монография(Москва: Издательский Центр РИО□).
8. Гойхман О. Я., Гончарова Л.М. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
9. Брагин Л.А., Панкина Т.В. Организация розничной торговли в сети Интернет: Учебное пособие(Москва: Издательский Дом "ФОРУМ").
10. Гойхман О.Я., Гончарова Л.М. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
11. Мухопад В. И. Экономика и коммерциализация интеллектуальной собственности: Учебник(Москва: Издательство "Магистр").
12. Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие(Москва: Издательский Центр РИО□).
13. Артюшенко В. В., Никулин А. В. Компьютерные сети и телекоммуникации: учебно-методическое пособие(Новосибирск: НГТУ).
14. Ветцель К.Я Интернет-маркетинг: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...38.03.05.02 Электронный бизнес](Красноярск: СФУ).
15. Капустина С. В. Digital-анализ в условиях цифровой экономики: учебно-методическое пособие(Красноярск: СФУ).

16. Тихомирова О. Г. Управление проектом: комплексный подход и системный анализ: Монография(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
17. Козлов А.В. Компьютерные сети и интернет-технологии: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...11.05.01.04 Радионавигационные системы и комплексы, 25.05.03.02 Инфокоммуникационные системы на транспорте и их информационная защита (Международные и телекоммуникационные системы на транспорте)](Красноярск: СФУ).
18. Куимов В. В., Сулова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Владимирова О. Н., Янкина И. А., Ананьева Н. В., Батраева Э. А., Берг Т. И., Боровинский Д. В., Дягель О. Ю., Конева О. В., Рубан О. В., Нечушкина Е. А., Багузова Л. В., Смоленцева Л. Т., Куимов В. В. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка: учебник(Москва: ИНФРА-М).
19. Кузьмина О.Г., Посухова О.Ю. Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика рекламы: Учебное пособие(Москва: Издательский Центр РИО□).
20. Наумов В.Н. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
21. Брагин Л.А., Иванов Г.Г. Электронная коммерция: Учебник(Москва: Издательский Дом "ФОРУМ").
22. Баранов А.Е. Интернет-психология: Практическое пособие(Москва: Издательский Центр РИО□).
23. Попов Ю.И., Яковенко О.В. Управление проектами: Учебное пособие (Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
24. Mozer S. V. Digital Customs. WCO Experience: monograph(Москва: Российская таможенная академия).
25. Бывшев В. И., Писарев И. В. Трансфер инноваций. Курс лекций: учебно-методическое пособие(Красноярск: СФУ).
26. Евсеева И. В., Кожеко А. В. Интернет-коммуникация и жанры русского электронного эпистолярия: учебное пособие без грифа(Красноярск: СФУ).

**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. ДлMicrosoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level(Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
- 3.
4. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;

- 5.
6. Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов  
Лицсертификат 1808-000451-57691D24 от 23.08.2021

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

- 1.
2. Студентам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:
3. Российские электронные научные журналы и базы данных
4. ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам:  
<http://window.edu.ru/>
5. Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <http://elibrary.ru>
6. Университетская библиотека онлайн: [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
7. ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <http://grebennikon.ru>
8. Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: <http://dvs.rsl.ru> (доступ к полному тексту), <http://diss.rsl.ru> (доступ к каталогу)
9. Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <http://www.znaniyum.com>
10. Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook.com>
11. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопонт»»: <http://rucont.ru>
12. Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <http://elcat.kgtei.ru:82/>
13. Зарубежные электронные научные журналы и базы данных online
14. Cambridge University Press: <http://www.journals.cambridge.org>
15. Biological & Agricultural Index Plus:  
<http://www.ebscohost.com/academic/biological-agricultural-index-plus>
16. Books24x7: <http://library.books24x7.com/library.asp?>
17. EBSCO Publishing: <http://search.ebscohost.com>
18. Euromonitor International: <http://www.portal.euromonitor.com>
19. Journal Citation Reports (JCR): <http://isiknowledge.com>
20. E Complete: <http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete>
21. Oxford Journals: <http://www.oxfordjournals.org>
22. Science/AAAS: <http://www.sciencemag.org>
23. Scopus: <http://www.scopus.com>
24. Web of Science: <http://isiknowledge.com>
25. Elsevier (журналы открытого доступа): <http://sciencedirect.com>
26. Локальные базы данных
27. Электронный каталог НБ СФУ;

28. Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края;
29. Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН;
30. [www.aup.ru](http://www.aup.ru) – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
31. [www.budgetrf.ru](http://www.budgetrf.ru) – Бюджетная система РФ
32. [www.businesspress.ru](http://www.businesspress.ru) - Деловая пресса. Электронные газеты
33. <http://www.cfin.ru/> - Корпоративный менеджмент
34. <http://www.ko.ru/> - журнал «Компания»
35. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) - «Консультант Плюс»
36. [www.devbusiness.ru](http://www.devbusiness.ru) – Развитие бизнеса.Ру
37. [www.garant.ru](http://www.garant.ru) - Система Гарант
38. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) - Федеральная служба государственной статистики
39. [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru) – РосБизнесКонсалтинг
40. <http://www.retail.ru/> - Все о розничной торговле
41. [www.russianmarket.ru](http://www.russianmarket.ru) – Маркетинговые исследования и аналитические материалы
42. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) – Реклама, маркетинг, PR
43. Для обучающихся обеспечена возможность оперативного обмена информацией с отечественными и зарубежными вузами, предприятиями и организациями средствами Интернет.
44. 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.
- 45.

## **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).