

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б3.В.ДВ.6 Мерчандайзинг потребительских товаров

Семестр: 7

Количество часов: 108

Количество зачетных единиц: 3

Промежуточная аттестация: зачет

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина по выбору «Мерчандайзинг» входит в вариативную часть учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.07 *Товароведение* и содержательно дополняет дисциплину «Маркетинг».

Цель и задачи освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины «Мерчандайзинг потребительских товаров» является получение студентами необходимых теоретических знаний и практических навыков по применению комплекса мероприятий, направленных на продвижение, обеспечение и увеличение сбыта потребительских товаров в местах розничной продажи.

В процессе изучения дисциплины решаются следующие задачи:

- ознакомить с вопросами:

- сущности мерчандайзинга,
- значения мерчандайзинга в обеспечении устойчивости бизнеса,
- предпосылками мерчандайзинга

- научить:

- методам размещения и продажи товаров на основе мерчандайзинга;
- методам анализа эффективности внедрения мерчандайзинга;
- методам разработки стандартов мерчандайзинга;
- методам организации и контроля мерчандайзинга предприятия.

Содержание дисциплины:

Концепция мерчандайзинга. Понятие, цель, задачи мерчандайзинга. Эволюция мерчандайзинга. Основы управления поведением потребителей. Правила мерчандайзинга: управление запасами, размещения групп товаров, презентации (представления) товаров в торговом зале. Стандарты мерчандайзинга предприятия. Методы мерчандайзинга поставщика Мерчандайзинг в розничной торговле. Категорийный мерчандайзинг. Визуальный мерчандайзинг. Выкладка товаров как инструмент мерчандайзинга. Маркетинговые коммуникации в местах продажи. Атмосфера места продажи как прием мерчандайзинга.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать следующими профессиональными (ПК) компетенциями:

ПК-10: способностью применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке и реализации сырья и продвижении товаров (*знать* способы эффективного обеспечения товарными запасами торговую точку

при реализации мерчандайзинга, *уметь* делать выкладку и составлять планограмму, осуществлять выбор методов продвижения товаров исходя из специфики товаров и торговой точки, *владеть* методами планирования и контроля маркетинговой деятельности).

Образовательные технологии:

Преподавание учебной дисциплины «Мерчандайзинг потребительских товаров» строится на сочетании лекций, практических занятий и самостоятельной работы студентов. На практических занятиях на примере решения практических задач формируются умения применять теоретический инструментарий.

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии, способы и методы формирования компетенций:

- традиционные лекции,
- практические занятия в форме деловых игр,
- написание рефератов,
- творческие задания.

Составитель: Н.Г. Акимова, старший преподаватель, кафедра коммерческого товароведения