Аннотация

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кумыкова Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.11.2024 11:16:52
Уникальный программный ключ:
71[illegible]

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.08.01 Мерчандайзинг потребительских товаров*"

направления подготовки бакалавров "*38.03.07 Товароведение*"

профиль подготовки "*Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров*"

программа подготовки "*Бакалавр*"

Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Целью изучения курса 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 38.03.07 «Товароведение »

Задачи курса :

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 продвижению продукции в современных условиях;

- Сформировать у будущих специалистов знания эффективного применения мерчандайзинга, а также умение прогнозировать разрабатывать и управлять мерчандайзинговыми мероприятиями.

Основные блоки и темы дисциплины

Раздел дисциплины
Понятие, сущностьизначениемерчандайзинга
Поведениепокупателявторговомзале
Планированиеторговыхплощадей
Распределениеторговыхплощадей
Особенностивы- кладкитоваровв торговом зале
Внутримагазинная информацияисэмплингкакинструментымерчандайзинга
Витринистикакак инструментвизуальногомерчандайзинга
Влияниеатмосферыичувственныхкомпонентовнапроцесспокупки
Оценкаэффективностимерчандайзинга
Промежуточная аттестация

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Мерчандайзинг потребительских товаров » входит в перечень вариативной части ОП.

Содержание дисциплины «Мерчандайзинг потребительских товаров» является логическим продолжением содержания таких дисциплин, как «Рекламная деятельность» «Маркетинг» и др.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими компетенциями:

ПКУВ-7: Способен осуществлять закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд		
ПКУВ-7.2 Определяет и согласовывает с заказчиком начальные (максимальные) цены на отдельные виды товаров		
порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам, в том числе начальные (максимальные) цены.	определять и согласовывать требований к закупаемым товарам с заказчиком, в том числе начальные (максимальные) цены	навыками подбора товаров по заявкам заказчиков для осуществления закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
ПКУВ-7: Способен осуществлять закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд.		
ПКУВ-7.1 Определяет и согласовывает с заказчиком требования к отдельным видам товаров в части качества и безопасности		
требования нормативных документов к отдельным видам товаров в части качества и безопасности;	устанавливать требования к отдельным видам товаров в части качества и безопасности	навыками подбора товаров по заявкам заказчиков для осуществления закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
ПКУВ-5: Способен осуществлять мониторинг рынка предмета закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд.		
ПКУВ-5.2 Анализирует диапазон цен на товары и готовит заключение по результатам проведенного анализа		
порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость товаров.	обобщать, статистически обрабатывать и формулировать аналитические выводы.	навыками расчета степени влияния ценообразующих параметров на стоимость товаров.
ПКУВ-5: Способен осуществлять мониторинг рынка предмета закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд.		
ПКУВ-5.1 Проводит мониторинг цен на товары		
основы статистики, экономические основы и особенности ценообразования на рынке по направлениям.	определять ценообразующие параметры товаров.	навыками консультирования о диапазонах цен на товары.
ПКУВ-6: Способен анализировать состояние конкурентной среды на соответствующих рынках товаров и выявлять конкурентоспособные товары		
ПКУВ-6.2 Проводит формирование плана закупки и подготовку обоснования закупки		
порядок установления ценообразующих факторов.	формировать план закупок с учетом ценообразующих факторов	навыками подготовки обоснования закупки.
ПКУВ-6: Способен анализировать состояние конкурентной среды на соответствующих рынках товаров и выявлять конкурентоспособные товары		
ПКУВ-6.1 Организует на стадиях закупок консультации с поставщиками в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках товаров		
Особенности ценообразования на рынке товаров.	проводить консультирование в целях определения состояния конкурентной среды.	навыками выявления ценообразующих факторов и качественных характеристик, влияющих на стоимость товаров.
ПКУВ-7: Способен осуществлять закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд		
ПКУВ-7.2 Определяет и согласовывает с заказчиком начальные (максимальные) цены на отдельные виды товаров		
порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам, в том числе начальные (максимальные) цены.	определять и согласовывать требований к закупаемым товарам с заказчиком, в том числе начальные (максимальные) цены	навыками подбора товаров по заявкам заказчиков для осуществления закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
ПКУВ-7: Способен осуществлять закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд.		
ПКУВ-7.1 Определяет и согласовывает с заказчиком требования к отдельным видам товаров в части качества и безопасности		
требования нормативных документов к отдельным видам товаров в части качества и безопасности;	устанавливать требования к отдельным видам товаров в части качества и безопасности	навыками подбора товаров по заявкам заказчиков для осуществления закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
ПКУВ-5: Способен осуществлять мониторинг рынка предмета закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд.		
ПКУВ-5.1 Проводит мониторинг цен на товары		
основы статистики, экономические	определять ценообразующие	навыками консультирования о

основы и особенности ценообразования на рынке по направлениям.	параметры товаров.	диапазонах цен на товары.
ПКУВ-6: Способен анализировать состояние конкурентной среды на соответствующих рынках товаров и выявлять конкурентоспособные товары		
ПКУВ-6.2 Проводит формирование плана закупки и подготовку обоснования закупки		
порядок установления ценообразующих факторов.	формировать план закупок с учетом ценообразующих факторов	навыками подготовки обоснования закупки.
ПКУВ-6: Способен анализировать состояние конкурентной среды на соответствующих рынках товаров и выявлять конкурентоспособные товары		
ПКУВ-6.1 Организует на стадиях закупок консультации с поставщиками в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках товаров		
Особенности ценообразования на рынке товаров.	проводить консультирование в целях определения состояния конкурентной среды.	навыками выявления ценообразующих факторов и качественных характеристик, влияющих на стоимость товаров.

Дисциплина "Мерчандайзинг потребительских товаров" изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими, лабораторными занятиями, выполнением контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научно-технической литературой и завершается экзаменом.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 108 часа, 3 зачетные еденицы.

Вид промежуточной аттестации: Зачет.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 21.08.2023	Блягоз Замира Нурбиевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 22.08.2023	Тазова Зарета Тальбиевна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 22.08.2023	Тазова Зарета Тальбиевна