

Аннотация

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Садержаная Людмила Ивановна

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 2023.10.24 09:21:48

Уникальный программный ключ:

faaf92b2-0000-4000-9000-000000000000

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, сущность, значение мерчандайзинга
Поведение покупателя в торговом зале
Планирование торговых площадей
Распределение торговых площадей
Особенности выкладки товаров в торговом зале
Внутримагазинная информация и инструменты мерчандайзинга
Витринистика как инструмент визуального мерчандайзинга
Влияние атмосферы и чувственных компонентов на процесс покупки
Оценка эффективности мерчандайзинга
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-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-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-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-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-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-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 требования 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-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-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-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	обобщать, статистически обрабатывать и формулировать аналитические выводы.	навыками расчета степени влияния ценообразующих параметров на стоимость товаров.



характеристик, влияющих 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-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 требования 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

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 единицы.

Вид промежуточной аттестации: Зачет.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 28.08.2024	Блягоз Замира Нурбиевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 05.09.2024	Тазова Зарета Тальбиевна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 05.09.2024	Тазова Зарета Тальбиевна

