

**Частное образовательное учреждение высшего образования
" Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"**



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Н.А. Еськова

31 августа 2023 г.

Мерчандайзинг

Аннотация рабочей программы дисциплины

Закреплена за кафедрой	экономики
Учебный план	38.03.06 Торговое дело, Профиль «Коммерция»
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	очная, очно-заочная, заочная
Программу составил(и):	к.э.н, доцент Демченко А.А.

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические занятия	18	18	18	18
Контактная работа на аттестацию	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	36,3	36,3	36,3	36,3
Контактная работа	36,3	36,3	36,3	36,3
Сам. работа	35,7	35,7	35,7	35,7
Итого	72	72	72	72

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очно-заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Неделя	16 4/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	4	4	4	4
Практические занятия	8	8	8	8
Контактная работа на аттестацию	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	12,3	12,3	12,3	12,3
Контактная работа	12,3	12,3	12,3	12,3
Сам. работа	55,7	55,7	55,7	55,7
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

**Распределение часов дисциплины по семестра
заочная форма**

Курс	2		Итого	
Вид занятий	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические занятия	6	6	6	6
Контактная работа на аттестацию	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	10,3	10,3	10,3	10,3
Контактная работа	10,3	10,3	10,3	10,3
Сам. работа	58	58	58	58
Часы на контроль	3,7	3,7	3,7	3,7
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Цель - освоение обучающимися современных технологий, приемов и методов мерчандайзинга.	
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.11
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Основы менеджмента
2.1.2	Экономический анализ
2.1.3	Маркетинг
2.1.4	Основы предпринимательства
2.1.5	Торговое дело
2.1.6	Теоретические основы товароведения и экспертизы товаров
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Организация, технология и проектирование предприятий торговли
2.2.2	Основы управления организацией торговли
2.2.3	Поведение потребителей
2.2.4	Сервисная деятельность
2.2.5	Бизнес-планирование
2.2.6	Коммерческая логистика
2.2.7	Организация транспортно-складских процессов
2.2.8	Управление товарным ассортиментом
2.2.9	Исследование операций в сфере услуг
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-2.1: Организует и планирует материально-техническое обеспечение предприятий, формирует логистические цепи и схемы в торговых организациях, в том числе в цифровой среде	
Знать: основы формирования логистических цепей в торговых организациях	
Уметь: формировать логистические цепи и схемы в торговых организациях	
Владеть: навыками формирования логистических цепей	
ПК-6.3: Разрабатывает и совершенствует системы распределения (дистрибуции)	
Знать: особенности системы распределения и раскладки продукции в торговой сети	
Уметь: анализировать распределение продукции в торговом зале	
Владеть: навыками расположения продукции в торговом зале	

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1 Знать:	сущность и содержание основных понятий и категорий дисциплины; основные формы организации и управления мерчандайзингом на предприятии; основные правила создания эффективной системы успешного мерчандайзинга; приемы создания благоприятной атмосферы в торговом зале; эффективные схемы расположения товарных групп и выкладки в торговом зале с учетом психологии потребителей; специфику разработки маркетинговых решений и планов в местах продаж на основе моделей потребительского поведения; особенности поведения потребителей в местах продажи; мерчандайзинговые подходы к управлению поведением посетителей на основе восприятия и ощущений.
3.2 Уметь:	формулировать цели мерчандайзинга с учетом факторов как внутренней, так и внешней среды; применять средства и методы мерчандайзинга для продвижения товарного ассортимента и отдельных продуктов; использовать инструменты Мерчандайзинга в процессе выкладки товаров; эффективно распределять торговое пространство магазина; оценивать эффективность расположения товаров; разрабатывать оптимальную и обоснованную бизнес-стратегию в пунктах продаж; изучать зарубежный опыт и внедрять новые формы и методы организации торгово-технологического процесса в местах продаж.
3.3 Владеть:	знаниями по увязке инструментария мерчандайзинга с общетеоретическим и практическим инструментарием маркетинга; навыками создания благоприятных условий в торговом помещении для совершения покупок и увеличения продаж; навыками формирования торгового пространства; навыками распределения товаров в торговом зале торгового предприятия; навыками изучения и прогнозирования спроса потребителей; навыками анализа маркетинговой информации