

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Менеджмент



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
Проф. Д.А. Таюрский
_____» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Основы мерчандайзинга Б1.В.ДВ.3

Направление подготовки: 38.03.06 - Торговое дело

Профиль подготовки: Коммерция

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Сайдашева В.А. , Шафигуллина А.В.

Рецензент(ы):

Хаметова Н.Г.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: менеджмент):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 949933918

Казань
2018

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) Сайдашева В.А. , Venera.Sajdasheva@kpfu.ru ; Шафигуллина А.В. , AnVKuzmina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью преподавания курса является обучение студентов теоретическим и практическим основам мерчандайзинга на потребительском рынке. Объектом исследования служат процессы, формируемые в розничном торговом предприятии.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.3 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.06 Торговое дело и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел Б1.В.ОД.16. Осваивается на 3 курсе (5 семестр).

Программа предполагает изучение таких дисциплин как: "Маркетинг", "Коммерческая деятельность", "Теория менеджмента".

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
НК - 15	готовность участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента
ок-13	способность анализировать социально значимые проблемы и процессы
ПК-48 (профессиональные компетенции)	умение находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею
ПК-50 (профессиональные компетенции)	способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основы организации мерчандайзинга применительно к сфере товарного обращения;
- основные методы выкладки и коммерческого показа товаров;
- основы правовой и нормативной базы, регулирующей коммерческую деятельность в сфере обращения в части основ и правил мерчандайзинга;
- специфику организации коммерческой работы в сфере розничной торговли применительно к различным форматам магазинов.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- организации и оптимизации мероприятий по мерчандайзингу в предприятиях розничной торговли;

- эффективной организации мероприятий по мерчандайзингу в предприятиях розничной торговли;
- организации и реализации аудио-визуальных компонентов мерчандайзинга на предприятии.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 6 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Определение, цели, задачи и принципы мерчандайзинга. История и современное развитие мерчандайзинга	6	1	2	2	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Особенности мерчандайзинга поставщика	6	2	2	2	0	Устный опрос
3.	Тема 3. Основные элементы атмосферы магазина	6	3	2	2	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Мерчандайзинговый подход к планировке магазина.	6	4	2	2	0	Устный опрос
5.	Тема 5. Мерчандайзинговый подход к выкладке товаров	6	5	2	2	0	Устный опрос
6.	Тема 6. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчандайзинга	6	6	2	2	0	Устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
7.	Тема 7. Понятие и показатели эффективности мерчандайзинга	6	7	2	2	0	Устный опрос
8.	Тема 8. Организация деятельности отдела мерчандайзинга	6	8,9	4	4	0	Эссе Устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	Зачет
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Определение, цели, задачи и принципы мерчандайзинга. История и современное развитие мерчандайзинга

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Понятие и сущность мерчандайзинга. 2. Цели и задачи, объект и субъект мерчандайзинга. 3. Принципы мерчандайзинга. 4. Функции мерчандайзинга. 5. Методы мерчандайзинга. 6. Происхождение и эволюция мерчандайзинга. 7. Развитие мерчандайзинга на современном этапе.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Сформулировать цели, задачи и принципы мерчандайзинга 2. Дать сравнительную характеристику субъектам и объектам мерчандайзинга. 3. Дать классификацию методов мерчандайзинга.

Тема 2. Особенности мерчандайзинга поставщика

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Сущность и значение торговых каналов в мерчандайзинге. 2. Понятие и виды точек продажи. 3. Категорийный мерчандайзинг

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Выявить сущность и значение мерчандайзинга с сфере оптовой торговли. 2. Привести примеры точек продажи. 3. Категорийный мерчандайзинг: сущность особенности, примеры

Тема 3. Основные элементы атмосферы магазина

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Содержание понятия "Атмосфера магазина" и ее роль, как фактора создания привлекательного образа места продажи 2. Факторы, формирующие атмосферу магазина: классификация, виды, примеры 3. Элементы чувственной составляющей атмосферы магазина

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Атмосфера как фактор создания привлекательного образа магазина 2. Факторы, формирующие атмосферу магазина 3. Выявить и охарактеризовать чувственные составляющие атмосферы магазина "Мир кожи и меха"

Тема 4. Мерчандайзинговый подход к планировке магазина.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Содержание и цели внутренней планировки. 2. Сегментация площади торгового зала и расчет основных коэффициентов эффективности внутренней планировки. 3. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Анализ ?холодных? и ?горячих? зон 4. Подходы к распределению площади торгового зала: зональное расположение групп товаров 5. Характеристики движения покупателей по магазину.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Какова значимость планировки в магазине? 2. Какова цель внутреннего планирования в магазине? 3. Какие факторы, формирующие планировку магазина вам известны? 4. Какие существуют требования, предъявляемые к торговым зданиям? 5. Что вам известно о требованиях к проектам планировки торгового зала? 6. На какие функциональные зоны можно подразделить торговый зал? 7. Какие характеристики торгового зала должны интересовать мерчандайзера? 8. Какие на сегодняшний день существует два основных подхода к распределению площади торгового зала? 9. Какие коэффициенты эффективности размещения вы знаете? 10. Какие существуют четыре основных варианта расположения подсобных помещений?

Тема 5. Мерчандайзинговый подход к выкладке товаров

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Сущность выкладки и её разновидности. 2. Общие принципы и стандарты выкладки. 3. Изучение влияния принципов выкладки товаров на изменение объемов товарооборота.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Какие типы выкладки вам известны? 2. Какими критериями необходимо руководствоваться при осуществлении выкладки товаров? 3. Какие принципы выкладки вам известны? 4. Расскажите о влиянии выкладки товаров на изменение объемов товарооборота.

Тема 6. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчандайзинга

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Сущность, виды и формы сэмплинга, значение сэмплинга в розничной торговле. 2. Понятие, значение и виды POS-материалов. 3. Витринистика как инструмент визуального мерчандайзинга.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Значение сэмплинга в продвижении торговых марок. 2. POS-материалы: принципы классификации, виды, особенности применения. 3. Витрина, как эффективный инструмент визуального мерчандайзинга.

Тема 7. Понятие и показатели эффективности мерчандайзинга

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Понятие эффективности мерчандайзинга. 2. Показатели эффективности мерчандайзинга. 3. Принципы эффективного мерчандайзинга (Запас. Расположение в торговом зале. Правила представления товара.)

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Экономическая эффективность мерчандайзинга. 2. Основные показатели эффективности мерчандайзинга в розничной торговле. 3. Презентация коммерческого предложения

Тема 8. Организация деятельности отдела мерчандайзинга

лекционное занятие (4 часа(ов)):

1. Виды организации мерчандайзинга в компании. 2. Функции отдела мерчандайзинга в компании. 3. Основные функции мерчандайзера в торговой точке.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Варианты организации подразделения мерчандайзинга в компании. 2. Основные функции работников отдела 3. Особенности работы мерчандайзера в торговой точке.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Определение, цели, задачи и принципы мерчандайзинга. История и					

современное развитие мерчандайзинга

6

1

подготовка к
устному опросу

4

Устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
2.	Тема 2. Особенности мерчандайзинга поставщика	6	2	подготовка к устному опросу	4	Устный опрос
3.	Тема 3. Основные элементы атмосферы магазина	6	3	подготовка к устному опросу	4	Устный опрос
4.	Тема 4. Мерчандайзинговый подход к планировке магазина.	6	4	подготовка к устному опросу	4	Устный опрос
5.	Тема 5. Мерчандайзинговый подход к выкладке товаров	6	5	подготовка к устному опросу	4	Устный опрос
6.	Тема 6. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчандайзинга	6	6	подготовка к устному опросу	4	Устный опрос
7.	Тема 7. Понятие и показатели эффективности мерчандайзинга	6	7	подготовка к устному опросу	4	Устный опрос
8.	Тема 8. Организация деятельности отдела мерчандайзинга	6	8,9	подготовка к устному опросу	4	Устный опрос
				подготовка к эссе	4	Эссе
Итого					36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Мультимедийное устройство

Деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций,

Встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Определение, цели, задачи и принципы мерчандайзинга. История и современное развитие мерчандайзинга

Устный опрос , примерные вопросы:

1. Сформулировать цели, задачи и принципы мерчандайзинга 2. Дать сравнительную характеристику субъектам и объектам мерчандайзинга. 3. Дать классификацию методов мерчандайзинга.

Тема 2. Особенности мерчандайзинга поставщика

Устный опрос , примерные вопросы:

1. Выявить сущность и значение мерчандайзинга с сфере оптовой торговли. 2. Привести примеры точек продажи. 3. Категорийный мерчандайзинг: сущность особенности, примеры

Тема 3. Основные элементы атмосферы магазина

Устный опрос , примерные вопросы:

1. Атмосфера как фактор создания привлекательного образа магазина 2. Факторы, формирующие атмосферу магазина 3. Выявить и охарактеризовать чувственные составляющие атмосферы магазина "Мир кожи и меха"

Тема 4. Мерчандайзинговый подход к планировке магазина.

Устный опрос , примерные вопросы:

1. Какова значимость планировки в магазине? 2. Какова цель внутреннего планирования в магазине? 3. Какие факторы, формирующие планировку магазина вам известны? 4. Какие существуют требования, предъявляемые к торговым зданиям? 5. Что вам известно о требованиях к проектам планировки торгового зала? 6. На какие функциональные зоны можно подразделить торговый зал? 7. Какие характеристики торгового зала должны интересовать мерчандайзера? 8. Какие на сегодняшний день существует два основных подхода к распределению площади торгового зала? 9. Какие коэффициенты эффективности размещения вы знаете? 10. Какие существуют четыре основных варианта расположения подсобных помещений?

Тема 5. Мерчандайзинговый подход к выкладке товаров

Устный опрос , примерные вопросы:

1. Какие типы выкладки вам известны? 2. Какими критериями необходимо руководствоваться при осуществлении выкладки товаров? 3. Какие принципы выкладки вам известны? 4. Расскажите о влиянии выкладки товаров на изменение объемов товарооборота.

Тема 6. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчандайзинга

Устный опрос , примерные вопросы:

1. Значение сэмплинга в продвижении торговых марок. 2. POS-материалы: принципы классификации, виды, особенности применения. 3. Витрина, как эффективный инструмент визуального мерчандайзинга.

Тема 7. Понятие и показатели эффективности мерчандайзинга

Устный опрос , примерные вопросы:

1. Экономическая эффективность мерчандайзинга. 2. Основные показатели эффективности мерчандайзинга в розничной торговле. 3. Презентация коммерческого предложения

Тема 8. Организация деятельности отдела мерчандайзинга

Устный опрос , примерные вопросы:

1. Варианты организации подразделения мерчандайзинга в компании. 2. Основные функции работников отдела 3. Особенности работы мерчандайзера в торговой точке.

Эссе , примерные вопросы:

1. Написать эссе на тему "Организация деятельности отдела мерчандайзинга на примере магазина розничной торговли"

Итоговая форма контроля

зачет

Примерные вопросы к зачету:

Примерные вопросы на зачет

1. Организационно-методологические аспекты формирования мерчандайзинга предприятия на рынке товаров и услуг.
2. Организация и развитие мерчандайзинга предприятий на рынке товаров.
3. Организация и развитие мерчандайзинга предприятий в сфере розничной торговли.
4. Технология формирования элементов мерчандайзинга предприятиями на рынке товаров и услуг.
5. Влияние мерчандайзинга на результативность коммерческого предприятия.
6. Стимулирование продаж в местах выкладки
7. Характеристика и оценка мерчандайзинга в коммерческой деятельности на потребительском рынке.
8. Цели и задачи мерчандайзинга
9. Планировка торгового зала и эффективная компоновка торгового пространства.
10. Методы и принципы мерчандайзинга .
11. Формирование элементов мерчандайзинга предприятия и его прогнозная оценка.
12. Световые решения в мерчандайзинге.
13. Организационные аспекты мерчандайзинга в коммерческих предприятиях.
14. Управление ассортиментом в мерчандайзинге с целью повышения эффективности коммерческой деятельности.
15. Типы планировок торгового зала
16. Зонирование торгового предприятия в современных условиях рынка.
17. Дизайн магазина и его влияние на повышение эффективности коммерческой деятельности.
18. Цветовые решения в мерчандайзинге
19. Организация и развитие мерчандайзинга в условиях конкурентного рынка.
20. принципы мерчандайзинга.
21. Организация и развитие мерчандайзинга в России.
22. Сравнительная характеристика различных видов планировок торгового зала в предприятиях розничной торговли в рыночных условиях.
23. Состояние и перспективы развития мерчандайзинга в России.
24. Элементы мерчандайзинга продовольственного магазина.
25. Презентация коммерческого предложения в мерчандайзинге.
26. POS-материалы в местах продаж.

7.1. Основная литература:

1. Иванов Геннадий Геннадьевич. Мерчандайзинг: Учебное пособие / Алексина С.Б., Иванов Г.Г. - М.:ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 152 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) (Обложка) ISBN 978-5-8199-0580-7
<http://znanium.com/bookread2.php?book=443903>
2. Давыдкина Ирина Борисовна. Мерчандайзинг: Учебно-практическое пособие / Давыдкина И.Б. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 162 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование) ISBN 978-5-16-105726-1 (online) <http://znanium.com/bookread2.php?book=899750>
3. Парамонова Татьяна Николаевна. Маркетинг торгового предприятия / Парамонова Т.Н., Красюк И.Н., Лукашевич В.В. - М.:Дашков и К, 2018. - 284 с.: ISBN 978-5-394-02068-1
<http://znanium.com/bookread2.php?book=415048>

7.2. Дополнительная литература:

1. Чкалова Ольга Владимировна. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: Учебник / О.В. Чкалова. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 384 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-91134-804-5 <http://znanium.com/bookread2.php?book=424923>
2. Гусарова Ольга Михайловна. Управление продажами: учебник / под общ. ред. проф. С.В. Земляк. ? М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2017. ? 300 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=754663>
3. Васильев Геннадий Анатольевич, Маркетинг розничного торгового предприятия: Учебное пособие / Г.А. Васильев, А.А. Романов, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, 2010. - 159 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0152-0 <http://znanium.com/bookread2.php?book=201902>

7.3. Интернет-ресурсы:

журнал - www.rbk.ru
журнал - www.ros-torg.net
информационно-справочная система - www.garant.ru
поисковая система - www.mail.ru
поисковые системы - www.rambler.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Основы мерчандайзинга" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.06 "Торговое дело" и профилю подготовки Коммерция .

Автор(ы):

Сайдашева В.А. _____

Шафигуллина А.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Хаметова Н.Г. _____

"__" _____ 201__ г.