МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И.
Носова»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИЕиС
Ю.В. Сомова

28.04.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

МЕРЧАНДАЙЗИНГ ТОВАРОВ

Направление подготовки (специальность)
38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль/специализация) программы
Товарный консалтинг и экспертиза

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
очная

Институт/ факультет	Институт естествознания и стандартизации
Кафедра	Химии
Курс	4
Семестр	7

Магнитогорск
2025 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 985)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Химии 28.03.2025, протокол № 6

Зав. кафедрой _____ Н.Л. Медяник

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЕиС 28.04.2025 г. протокол № 5

Председатель _____ Ю.В. Сомова

Рабочая программа составлена:
доцент кафедры Химии, канд. с.-х. наук _____ И.А. Долматова

Рецензент:
зав. кафедрой ТСиСА, д-р техн. наук _____ И.Ю Мезин

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Химии

Протокол от __ _____ 20__ г. № __
Зав. кафедрой _____ Н.Л. Медяник

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Химии

Протокол от __ _____ 20__ г. № __
Зав. кафедрой _____ Н.Л. Медяник

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Химии

Протокол от __ _____ 20__ г. № __
Зав. кафедрой _____ Н.Л. Медяник

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2029 - 2030 учебном году на заседании кафедры Химии

Протокол от __ _____ 20__ г. № __
Зав. кафедрой _____ Н.Л. Медяник

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

приобретение студентами знаний, умений и навыков работы по внедрению современных технологий мерчандайзинга, опираясь на знании «поведения потребителя» и «поведения посетителя торгового зала», с учетом морально-этических норм ведения бизнеса.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Мерчандайзинг товаров входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Введение в направление

Учебная - ознакомительная практика

Теоретические основы товароведения и экспертизы

Учебная -научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)

Организация и управление коммерческой деятельностью торговых предприятий

Производственная - практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Мерчандайзинг товаров» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ПК-2 Способен осуществлять процедуры закупок	
ПК-2.1	Согласует требования к закупаемым заказчиком отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе начальным (максимальным) ценам) и (или) нормативным затратам на обеспечение функций заказчика и публичное их размещение
ПК-2.2	Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов
ПК-2.3	Составляет отчетную документацию

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц 72 акад. часов, в том числе:

– контактная работа – 48,9 акад. часов:

– аудиторная – 48 акад. часов;

– внеаудиторная – 0,9 акад. часов;

– самостоятельная работа – 23,1 акад. часов;

– в форме практической подготовки – 0 акад. час;

Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Раздел 1 Теоретические основы мерчандайзинга								
1.1 1 Мерчандайзинг в системе розничных продаж	7	2			4	самостоятельное изучение учебной литературы; работа с электронными библиотеками подготовка к устному опросу	Тестирование, устный опрос	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
1.2 2 Механизм принятия покупателем решения о покупке		2		4	2	самостоятельное изучение учебной литературы; работа с электронными библиотеками подготовка к устному опросу подготовка к практической работе, контрольная работа	защита практической работы	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
Итого по разделу		4		4	6			
2. Раздел 2 Методология применения мерчандайзинга в розничном торговом бизнесе								

2.1 Планировка торгового зала и подбор торгового оборудования	7	2		4/4И	4	самостоятельное изучение учебной литературы; работа с электронными библиотеками подготовка к устному опросу подготовка к практической работе, контрольная работа	защита практической работы	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
2.2 Представление товаров в торговом зале		2		4/4И	4	самостоятельное изучение учебной литературы; работа с электронными библиотеками подготовка к устному опросу подготовка к практической работе, контрольная работа	защита практической работы	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
2.3 Методы продажи товаров на основе принципов и технологий мерчандайзинга		2		4	4	самостоятельное изучение учебной литературы; работа с электронными библиотеками подготовка к устному опросу подготовка к практической работе, контрольная работа	защита практической работы	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
2.4 Эмоционально-чувственные инструменты мерчандайзинга		2		8	2	самостоятельное изучение учебной литературы; работа с электронными библиотеками подготовка к устному опросу подготовка к практической работе, контрольная работа	защита практической работы	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3

2.5 Размещение POS-материалов в местах продаж.		2		6	2	самостоятельное изучение учебной литературы; работа с электронными библиотеками подготовка к устному опросу подготовка к практической работе, контрольная работа		ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
2.6 Организация системы мерчандайзинга в компании		2		2/2И	1,1	самостоятельное изучение учебной литературы; работа с электронными библиотеками подготовка к устному опросу подготовка к практической работе, контрольная работа		ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
Итого по разделу		12		28/10И	17,1			
Итого за семестр		16		32/10И	23,1		зачёт	
Итого по дисциплине		16		32/10И	23,1		зачет	

5 Образовательные технологии

Изучение дисциплины предполагает не только запоминание и понимание, но и анализ, синтез, рефлексию, формирует универсальные умения и навыки, являющиеся основой становления профессионала. Однако только средства дисциплины «Основы предпринимательства» недостаточны для формирования ключевых компетенций будущего выпускника.

В настоящее время одной из задач современной высшей школы является подготовка компетентного, гибкого, конкурентоспособного специалиста, способного к продуктивной профессиональной деятельности, к быстрой адаптации в условиях научно-технического прогресса, владеющего технологиями в своей специальности, умением использовать полученные знания при решении профессиональных задач. В связи с этим в учебном процессе необходимо использовать помимо традиционных форм проведения занятий также активные и интерактивные формы.

Образовательные технологии – это целостная модель образовательного процесса, системно определяющая структуру и содержание деятельности обеих сторон этого процесса (преподавателя и студента), имеющая целью достижение планируемых результатов с поправкой на индивидуальные особенности его участников. Технологичность учебного процесса состоит в том, чтобы сделать учебный процесс полностью управляемым.

Реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Выбирая ту или иную технологию работы с обучающимися, необходимо иметь в виду, что наибольшего эффекта от ее применения можно достичь, если учитывать цели образования, на реализацию которых должна быть направлена избираемая технология, содержание, которое предстоит передать обучающимся с ее помощью, а также условия, в которых она будет использоваться.

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в рамках реализации компетентностного подхода в учебном процессе при проведении лекционных занятий используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации, игровые и проектные технологии.

Лекционный материал курса закрепляется в ходе проведения экспресс-опросов (опросов на лекции); аудиторных контрольных работ; выполнения практических работ (на примере конкретных организаций); представления презентаций; использования активных и интерактивных методов при проведении практических занятий:

Для проведения контрольно-диагностических мероприятий предлагается использовать компьютерные контролирующие тесты, тесты для самодиагностики, листы самооценки для экспресс-диагностики (например, эффективности лекции, содержания дисциплины).

Текущий контроль знаний (рейтинг-контроль) осуществляется в виде тестирования или выполнения мини-контрольных работ.

Самостоятельная работа студентов подкрепляется использованием электронного пособия по данной дисциплине.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

11 Мерчандайзинг: Учебно-практическое пособие / Давыдкина И.Б. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2017 - 162 с. (Высшее образование) ISBN 978-5-16-105726-1

Режим доступа: https://znanium.com/read?id=222141

2 Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - М.: Альпина Пабл., 2016 - 278 с. ISBN978-5-9614-5274-7 Режим доступа: https://znanium.com/read?id=64524

3 Управление продажами: учебник / под общ. ред. С.В. Земляк. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019 — 300 с. ISBN978-5-9558-0531-3

Режим доступа: https://znanium.com/read?id=339614

б) Дополнительная литература:

1. Буриков, А. Д. Управление малым бизнесом[Электронный ресурс]: Учебное пособие / А.А. Абрамова, Г.И. Болкина, А.Д. Буриков и др.; Под общ. ред. В.Д. Свирчевского - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=427320 . – Загл. с экрана.

2. Свирчевский, В. Д. Управление малым бизнесом[Электронный ресурс]: Учебное посо-бие / Под общ. ред. В.Д. Свирчевского. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. – Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=262520. – Зпгл.с экрана.

3. Кузнецова, Н. В. Менеджмент : учебное пособие / Н. В. Кузнецова ; МГТУ. - Магнитогорск : [МГТУ], 2017. - 309 с. : табл., схемы. - URL: https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3450.pdf&show=dcatalogues/1/1514274/3450.pdf&view=true (дата обращения:20.03.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - ISBN 978-5-9967-0927-4. - Имеется печатный аналог.

4. Кузнецова, Н. В. Менеджмент и маркетинг : учебное пособие. Ч. 1. Менеджмент / Н. В. Кузнецова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=2786.pdf&show=dcatalogues/1/1132941/2786.pdf&view=true (дата обращения: 20.03.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

5. Кузнецова, Н. В. Менеджмент и маркетинг : учебное пособие. Ч. 2. Маркетинг / Н. В. Кузнецова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=2789.pdf&show=dcatalogues/1/1132946/2789.pdf&view=true (дата обращения: 20.03.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

6. Кузнецова, Н. В. Менеджмент и маркетинг. Практикум : учебное пособие / Н. В. Кузнецова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=2787.pdf&show=dcatalogues/1/1132942/2787.pdf&view=true (дата обращения: 20.03.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

7. Кузнецова, Н. В. Менеджмент в малом бизнесе : учебное пособие [для вузов]. Ч. 2. Основы и особенности управления в малом бизнесе / Н. В. Кузнецова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2019. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL : https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3894.pdf&show=dcatalogues/1/1530031/3894.pdf&view=true (дата обращения: 20.03.2023). - Макрообъект. - ISBN 978-5-9967-1518-3. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

8. Кузнецова, Н. В. Менеджмент в малом бизнесе : учебное пособие [для вузов]. Ч. 3. Эффективность менеджмента предприятий малого бизнеса / Н. В. Кузнецова ;

МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2019. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL : https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3895.pdf&show=dcatalogues/1/1530032/3895.pdf&view=true (дата обращения: 20.03.2023). - Макрообъект. - ISBN 978-5-9967-1519-0. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.Вотчель, Л. М. Предпринимательство как способ коммерциализации инновационных проектов : монография / Л. М. Вотчель, М. В. Кузнецова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - URL: https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=2736.pdf&show=dcatalogues/1/1132631/2736.pdf&view=true (дата обращения: 20.03.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

9. Вотчель, Л. М. Предпринимательство: теория и практика : учебное пособие / Л. М. Вотчель, М. В. Кузнецова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2015. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL : https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3860.zip&show=dcatalogues/1/1124029/3860.zip&view=true (дата обращения: 20.03.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

10. Вотчель, Л. М. Риски предпринимательской деятельности : учебное пособие / Л. М. Вотчель, В. В. Викулина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2018. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3525.pdf&show=dcatalogues/1/1514343/3525.pdf&view=true (дата обращения: 20.03.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - ISBN 978-5-9967-1130-7. - Сведения доступны также на CD-ROM.

11. Вотчель, Л. М. Риски предпринимательской деятельности : практикум / Л. М. Вотчель, В. В. Викулина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2019. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3810.pdf&show=dcatalogues/1/1529979/3810.pdf&view=true (дата обращения: 20.03.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

12. Основы предпринимательства: Учебно-методическое пособие к семинарским занятиям - Москва :Эк. ф-т МГУ, 2016. - 168 с.: ISBN 978-5-906783-31-8. - Текст : электронный. - URL:https://znanium.com/read?id=328550 (дата обращения: 20.03.2023).

в) Методические указания:

1. Мерчандайзинг: Методические указания для практических занятий с использованием активных методов обучения. «Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова». 2016. - 15с.

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое ПО	бессрочно
LibreOffice	свободно распространяемое ПО	бессрочно

Double Commander	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Linux Calculate	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Браузер Yandex	свободно распространяемое ПО	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам	URL: http://window.edu.ru/
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	https://dlib.eastview.com/

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа

- Мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.

2. Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

- Мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.
- Комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся

- Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета

4. Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

- Шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Приложение 1

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

По дисциплине «Мерчандайзинг товаров» предусмотрена внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся.

Примеры вопросов для опроса

1 Понятие, сущность и значение мерчандайзинга.

2 Значение мерчандайзинга предприятия.

3 Значение мерчандайзинга в повышении уровня обслуживания покупателей.

4 Социально-экономическое значение технологий мерчандайзинга.

5 Субъекты и объекты мерчандайзинговой деятельности.

Типовые задания для анализа деловых ситуаций на основе кейс-метода, ситуационных заданий представлены по следующим темам:

Тема 1 «Мерчандайзинг в системе розничных продаж».

Тема 2 «Механизм принятия покупателем решения о покупке».

Тема 3 «Планировка торгового зала и подбор торгового оборудования».

Тема 4 «Представление товаров в торговом зале».

Тема 5 «Методы мерчандайзинга».

Тема 6 «Эмоционально-чувственные инструменты мерчандайзинга».

Тема 7 «Размещение POS-материалов в местах продаж».

Тема 8 «Организация системы мерчандайзинга в компании».

Тематика аналитического обзора

1 Аналитический обзор по Разделу 1 «Теоретические основы мерчандайзинга».

2 Аналитический обзор по Разделу 2 «Методология применения мерчандайзинга в розничном торговом бизнесе».

Задания на решение задач из профессиональной области, комплексные задания

1 Оцените эффективность использования площади торгового зала продовольственного магазина на основании следующих данных:

площадь торгового зала – 200 кв. м,

площадь выкладки товаров – 120 кв. м,

площадь, занятая под оборудованием, – 50 кв. м.

При необходимости разработайте рекомендации по повышению эффективности использования площади торгового зала магазина.

2 Рассчитайте необходимое количество горок для выкладки непродовольственных товаров на основании следующих данных:

-площадь торгового зала - 300 м2;

-под выкладку товаров предполагается использовать горки, размеры полок которых приведены ниже:

1 - я полка: 900*600 мм;

2 - я полка: 900*400 мм;

3 - я полка: 900*400 мм;

4 - я полка: 900*400 мм;

-прочее оборудование (витрины, прилавки, кассовые кабины) занимает в торговом зале 70 м2.

3 Необходимо определить коэффициент оптимального ассортимента, если известно, что затраты на проектировку, разработку, производство, доведения ассортимента до потребителя составляют 318 тыс. руб., а полезный эффект по назначению – 157 тыс. руб.

4 В кондитерском магазине в ассортименте товаров имеется 20 наименований шоколадных конфет по средней цене 59 рублей, 35 наименований карамели по средней

цене 39,5 рубля; 3 вида мармелада по цене 41 рубль и 5 видов драже по средней цене 30 рублей. Определите долю шоколадных конфет в натуральном выражении.

Вопросы к зачету:

1 Мерчандайзинг как способ продвижения товара на рынке.

2 Организация мерчандайзинга на предприятии.

3 Совершенствование мерчандайзинга на предприятии.

4 Мерчандайзинг как технология взаимодействия продавца и покупателя.

5 Оптимизация товарного ассортимента и выкладки товара.

6 Мерчандайзинг как инструмент стимулирования сбыта: визитный мерчандайзинг.

7 Оптимизация торговой площади магазина.

8 Мерчандайзинг в системе управления в торговом предприятии.

9 Мерчандайзинг – эффективная маркетинговая технология.

10 Планировка и зонирование торгового зала как стратегия выкладки товара.

11 Дизайн как средство коммуникации.

12 Мерчандайзинг на розничном торговом предприятии.

13 Мерчандайзинг и его влияние на эффективность продаж предприятия.

14 Организация размещения и выкладки товаров в торговом зале магазина.

15 Использование принципов мерчандайзинга в магазине.

16 Анализ размещения и выкладки товаров в торговом зале магазина.

17 Использование инструментов мерчандайзинга.

18 Оценка эффективности использования мерчандайзинга магазина.

19 Мерчандайзинг и его использование в розничной торговле.

20 Эффективные решения мерчандайзинга.

21 Эффективные решения мерчандайзинга, основанные на цвето-, свето, звуковосприятии потребителя.

22 Мобильные стенды оформления мест продажи как новое «оружие» мерчандайзинга.

23 Организация продажи товаров с использованием принципов мерчандайзинга.

24 Мерчандайзинг розничной торговой сети (на примере магазина).

25 Размещение и выкладка отдельных видов товаров в торговом зале.

26 Инструменты коммуникаций в мерчандайзинге.

27 Анализ средств мерчандайзинга в торговом объекте.

28 Исследование атмосферы торгового предприятия.

29 Особенности аптечного мерчандайзинга.

30 Мерчандайзинг в федеральных аптечных сетях с открытой выкладкой товара.

31 Мерчандайзинг в региональных аптечных сетях с открытой выкладкой товара.

32 Роль мерчандайзинга в брендинге на примере магазина.

33 Формирование рекламно-информационного пространства торгового зала магазина на зоны адекватного поведения покупателя.

34 Повышение эффективности применения мерчандайзинга на предприятии.

35 Применение промоушн-микса и pos-материалов в стимулировании продажи

36 Разработка мероприятия по повышению лояльности потребителей к бренду на основе использования инструментов мерчандайзинга.

37 Мерчандайзинг как один из основных методов стимулирования сбыта.

38 Применение средств мерчандайзинга в магазине.

39 Мерчандайзинг и его роль в достижении успеха в продажах.

40 Мобильный стенд как участник акции продвижения товара в практике конкретного гипермаркета.

41 Особенности применения мерчандайзинга в компании.

42 Мерчандайзинг в торговых центрах.

43 Анализ стимулирования сбыта на основе мерчандайзинга.

44 Основные принципы выкладки товаров на торговом оборудовании в магазине с позиции мерчандайзинга.

45 Организационное обеспечение мерчандайзинга в компании.

46 Система поддержки стандартов мерчандайзинга. Мерчандайзинг-бук.

47 Мерчандайзинговый подход к планировке торгового зала и выкладке товаров.

48 Маркетинговое исследование эффективности мерчандайзинга на предприятии.

49 Возможности и практические приемы мерчандайзинга в компании.
50 Влияние чувственных компонентов на принятие решения покупателем.

Приложение 2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
ПК-2: Способен осуществлять процедуры закупок		
ПК-2.1:	Согласует требования к закупаемым заказчиком отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе начальным (максимальным) ценам) и (или) нормативным затратам на обеспечение функций заказчика и публичное их размещение	Вопросы к зачету: 1 Мерчандайзинг как способ продвижения товара на рынке. 2 Организация мерчандайзинга на предприятии. 3 Совершенствование мерчандайзинга на предприятии. 4 Мерчандайзинг как технология взаимодействия продавца и покупателя. 5 Оптимизация товарного ассортимента и выкладки товара. 6 Мерчандайзинг как инструмент стимулирования сбыта: визитный мерчандайзинг. 7 Оптимизация торговой площади магазина. 8 Мерчандайзинг в системе управления в торговом предприятии. 9 Мерчандайзинг – эффективная маркетинговая технология. 10 Планировка и зонирование торгового зала как стратегия выкладки товара. 11 Дизайн как средство коммуникации. 12 Мерчандайзинг на розничном торговом предприятии. 13 Мерчандайзинг и его влияние на эффективность продаж предприятия. 14 Организация размещения и выкладки товаров в торговом зале магазина. 15 Использование принципов мерчандайзинга в магазине. 16 Анализ размещения и выкладки товаров в торговом зале магазина. 17 Использование инструментов мерчандайзинга. 18 Оценка эффективности использования мерчандайзинга магазина. 19 Мерчандайзинг и его использование в розничной торговле. 20 Эффективные решения мерчандайзинга. 21 Эффективные решения мерчандайзинга, основанные на цвето-, свето, звуковосприятии потребителя. 22 Мобильные стенды оформления мест продажи как новое «оружие» мерчандайзинга. 23 Организация продажи товаров с использованием принципов мерчандайзинга. 24 Мерчандайзинг розничной торговой сети (на примере магазина). 25 Размещение и выкладка отдельных видов товаров в торговом зале. 26 Инструменты коммуникаций в мерчандайзинге. 27 Анализ средств мерчандайзинга в торговом объекте. 28 Исследование атмосферы торгового предприятия. 29 Особенности аптечного мерчандайзинга. 30 Мерчандайзинг в федеральных аптечных сетях с открытой выкладкой товара. 31 Мерчандайзинг в региональных аптечных сетях с открытой

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		выкладкой товара. 32 Роль мерчандайзинга в брендинге на примере магазина. 33 Формирование рекламно-информационного пространства торгового зала магазина на зоны адекватного поведения покупателя. 34 Повышение эффективности применения мерчандайзинга на предприятии. 35 Применение промоушн-микса и pos-материалов в стимулировании продажи 36 Разработка мероприятия по повышению лояльности потребителей к бренду на основе использования инструментов мерчандайзинга. 37 Мерчандайзинг как один из основных методов стимулирования сбыта. 38 Применение средств мерчандайзинга в магазине. 39 Мерчандайзинг и его роль в достижении успеха в продажах. 40 Мобильный стенд как участник акции продвижения товара в практике конкретного гипермаркета. 41 Особенности применения мерчандайзинга в компании. 42 Мерчандайзинг в торговых центрах. 43 Анализ стимулирования сбыта на основе мерчандайзинга. 44 Основные принципы выкладки товаров на торговом оборудовании в магазине с позиции мерчандайзинга. 45 Организационное обеспечение мерчандайзинга в компании. 46 Система поддержки стандартов мерчандайзинга. Мерчандайзинг-бук. 47 Мерчандайзинговый подход к планировке торгового зала и выкладке товаров. 48 Маркетинговое исследование эффективности мерчандайзинга на предприятии. 49 Возможности и практические приемы мерчандайзинга в компании. 50 Влияние чувственных компонентов на принятие решения покупателем.
ПК-2.2:	Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	Задания 1 Торговое предприятие «Эдем» осуществляет розничную продажу продовольственных товаров. Общая площадь магазина – 5520 кв.м, торговая – 3860 кв.м., магазин имеет форму сильно вытянутого прямоугольника, оборудование размещено продольным способом. Список оборудования прилагается. Задание. 1 Дайте характеристику магазина, укажите тип магазина и специализацию. 2 Коэффициент глубины ассортимента «Вода», если базовый

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		показатель ассортимента по стандарту равен 6, дополнительный ассортимент по ТУ — 16 наименований. В магазине «Весна» в продаже имелось 5
ПК-2.3	Составляет отчетную документацию	*Задания на решение задач из профессиональной области, комплексные задания* 1 Оцените эффективность использования площади торгового зала продовольственного магазина на основании следующих данных: площадь торгового зала – 200 кв. м, площадь выкладки товаров – 120 кв. м, площадь, занятая под оборудованием, – 50 кв. м. При необходимости разработайте рекомендации по повышению эффективности использования площади торгового зала магазина. 2 Рассчитайте необходимое количество горок для выкладки непродовольственных товаров на основании следующих данных: -площадь торгового зала - 300 м2; -под выкладку товаров предполагается использовать горки, размеры полок которых приведены ниже: 1 - я полка: 900*600 мм; 2 - я полка: 900*400 мм; 3 - я полка: 900*400 мм; 4 - я полка: 900*400 мм; -прочее оборудование (витрины, прилавки, кассовые кабины) занимает в торговом зале 70 м2. 3 Необходимо определить коэффициент оптимального ассортимента, если известно, что затраты на проектировку, разработку, производство, доведения ассортимента до потребителя составляют 318 тыс. руб., а полезный эффект по назначению – 157 тыс. руб. 4 В кондитерском магазине в ассортименте товаров имеется 20 наименований шоколадных конфет по средней цене 59 рублей, 35 наименований карамели по средней цене 39,5 рубля; 3 вида мармелада по цене 41 рубль и 5 видов драже по средней цене 30

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		рублей. Определите долю шоколадных конфет в натуральном выражении.

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Промежуточная аттестация по дисциплине включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме экзамена и защиты курсовой работы.

Показатели и критерии оценивания зачета:

Показатели и критерии оценивания зачета с оценкой:

– на оценку **«зачтено»** – обучающийся демонстрирует от высокого до порогового уровня сформированности компетенций:

– на оценку **«не зачтено»** – обучающийся демонстрирует знания не более 20% теоретического материала, допускает существенные ошибки, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач; обучающийся не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.