

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины **Б1.В.ДВ.09.01 Мерчандайзинг потребительских товаров**

по направлению подготовки бакалавров **38.03.07 Товароведение**

профиль подготовки «Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров»

программа подготовки : академический бакалавриат

Целью изучения курса является и 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 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:

Понятие, сущность и значение мерчандайзинга, поведение покупателя в торговом зале, планирование торговых площадей, распределение торговых площадей, особенности выкладки товаров в торговом зале, внутриагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчандайзинга, витринистика как инструмент визуального мерчандайзинга, влияние атмосферы и чувственных компонентов на процесс покупки, оценка эффективности мерчандайзинга.

Учебная дисциплина «Мерчандайзинг потребительских товаров» входит в перечень курсов вариативной части дисциплин по выбору ООП.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими компетенциями:

ПК-7 Умение анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента.

ПК-14 Способность осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии; разрабатывать предложения по предупреждению и сокращению товарных потерь

В результате освоения дисциплины бакалавр должен:

иметь: способность сегментировать потребительский рынок, анализировать и прогнозировать спрос, работать с потребителями и производителями; представление о видах упаковочных материалов, свойствах и совместимости с потребительскими товарами; методах нанесения маркировки, прогрессивных способах хранения, транспортирования, выкладки товаров;

знать факторы, определяющие спрос населения и методы стимулирования сбыта товаров; (ПК 7) требования нормативной документации к упаковке, маркировке, условиям хранения, транспортирования и реализации товаров (ПК-14);

уметь: изучать и анализировать спрос и разрабатывать предложения по оптимизации торгового ассортимента; (ПК 7) оценивать качество упаковки и маркировки товаров, контролировать условия транспортирования и реализации товаров; (ПК-14)

владеть: методами сбора и обработки информации по вопросам спроса и товарных предложений. (ПК 7) правилами товарного соседства и мерчандайзинга. (ПК-14)

Дисциплина мерчандайзинг потребительских товаров » изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научной литературой.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетные единицы.

Вид промежуточной аттестации: зачет

Разработчик:

канд. соц. наук _____

З. Н. Блягоз

Зав. выпускающей кафедрой _____

З.Т. Тазова

