

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет
Дата подписания: 14.04.2023 20:17:49
Уникальный программный ключ:
528682d78e671e566ab07f01fe1ba2172f735a12

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный аграрный университет
имени Н. И. Вавилова»**

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

/Воротников И.Л./

« 20 » 05 20 21 г.

УТВЕРЖДАЮ

И.о.декана факультета

/Дудникова Е.Б./

« 21 » 05 20 21 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина	Мерчандайзинг продовольственных товаров
Направление подготовки	38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль)	Маркетинг и рыночная аналитика в АПК
Квалификация выпускника	бакалавр
Нормативный срок обучения	4 года
Форма обучения	Очно-заочная

Разработчик: доцент, Пшенцова А.И.

(подпись)

Саратов 2021

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование навыков планирования и организации торгового процесса с помощью инструментов мерчандайзинга.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело дисциплина «Мерчандайзинг продовольственных товаров» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами, практиками: «Международный маркетинг в АПК», «Маркетинг».

Дисциплина «Мерчандайзинг продовольственных товаров» является базовой для написания выпускной квалификационной работы.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в таблице 1.

Таблица 1

Требования к результатам освоения дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы достижения компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1	2	3	4	5	6	7
1	ПК-4	Способен организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	ПК-4.7 Организует продажи продовольственных товаров в розничной торговле	теоретические основы мерчандайзинга, средства и методы мерчандайзинга для продвижения отдельных товаров или их комплексов; приёмы	использовать инструменты мерчандайзинга в процессе выкладки товаров, разрабатывать рациональную планировку торгового зала и размещения торгового	навыками самостоятельного поиска информации по вопросам мерчандайзинга, навыками создания благоприятных условий в торговых

1	2	3	4	5	6	7	8	9
9 семестр								
1.	Общетеоретические сведения курса «Мерчандайзинг». Основные понятия мерчандайзинга. Мерчандайзинг: основные цели, задачи и функции. История возникновения и развития мерчандайзинга. Классификация мерчандайзинга.	1	Л	Т	2	-	ТК	УО
2.	Понятие, сущность и значение мерчандайзинга. Понятие, основные цели и задачи мерчандайзинга. Функции мерчандайзинга. История возникновения и развития мерчандайзинга. Классификация мерчандайзинга. Подходы к определению мерчандайзинга.	1	ПЗ	Т	4	4	ВК	КР
3.	Выкладка и представление товаров в торговых точках. Мерчандайзинговый подход. Основные цели использования выкладки товаров в магазине. Planoграмма.	2	Л	Т	4	-	ТК	УО
4.	Мерчандайзинговый подход к выкладке товаров в магазине. Основные принципы и требования мерчандайзинга к выкладке товаров. Основные типы выкладки товаров.	2	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО
5.	Выкладка и представление товаров в торговых точках. Мерчандайзинговый подход. Мерчандайзинговые подходы к выкладке и представлению товаров в торговых точках.	3	Л	В	2	-	ТК	УО
6.	Мерчандайзинговый подход к выкладке товаров в магазине. Влияние конфигурации и линейных размеров прилавков на распределение познавательных ресурсов посетителей.	3	ПЗ	Т	4	4	ТК	УО
7.	Методы продажи товаров на основе технологий мерчандайзинга. Метод импульсивных покупок.	4	Л	Т	4	-	ТК	УО
8.	Методы продажи товаров на основе принципов мерчандайзинга. Метод импульсивных покупок: Поведенческие составляющие метода импульсивных покупок. Оценка степени и динамики импульсивности товаров. Факторы, влияющие на импульсивность марки.	4	ПЗ	Т	2	4	РК	УО
9.	Методы продажи товаров на основе технологий мерчандайзинга. Метод продажи ABC.	5	Л	Т	2	-	ТК	УО
10.	Методы продажи товаров на основе принципов мерчандайзинга. Метод продажи ABC: Сущность и отличительные особенности продажи товаров по методу ABC. Формирование групп товаров А, В, С.	5	ПЗ	Т	4	4	ТК	УО
11.	Мерчандайзинговый подход к распределению площади торгового зала. Планировка торгового зала: принципы и основные проблемы. Принципы зонирования торговых площадей. Правило «Золотой треугольник».	6	Л	В	4	-	ТК	УО
12.	Подходы к распределению площади торгового зала и регулированию покупательских потоков.	6	ПЗ	МК	2	4	ТК	УО, К

1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Виды технологической планировки торгового зала.							
13.	Мерчандайзинговый подход к размещению торгового оборудования в торговом зале. Основные группы торгового оборудования. Основные правила размещения оборудования. Виды технологической планировки торгового зала. Расчет эффективности использования площади магазина.	7	Л	В	2	-	ТК	УО
14.	Подходы к распределению площади торгового зала и регулированию покупательских потоков. Распределение торгового зала на зоны. Формирование маршрутов движения покупателей на основе подходов мерчандайзинга.	7	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
15.	Формирование поведения посетителя и определение предпосылок для посещения торгового зала. Схема этапов процесса принятия решения о покупке. Виды покупок и инструмента воздействия на покупателя. Принятие решения о покупке в торговом зале. Основные способы возбуждения интереса и привлечения внимания покупателя к товарам. Управление поведением потребителем на основе восприятий и ощущений.	7	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО
16.	Формирование атмосферы торгового зала. Атмосфера как фактор создания привлекательного образа торгового зала.	8	Л	В	2	-	ТК	УО
17.	Управление поведением покупателя как компонент технологий мерчандайзинга. Этапы принятия решения о покупке в торговом зале. Управление поведением потребителем на основе восприятий и ощущений.	8	Л	Т	2	-	ТК	УО
18.	Анализ атмосферы магазина на примере розничного торгового предприятия г. Саратова Понятие «Атмосферы» магазина. Значение визуальных компонентов в формировании благоприятной атмосферы магазина. Роль запахов в формировании атмосферы магазина. Музыкальное сопровождение в магазине	8	ПЗ	Т	2	4	ПК	УО
19.	Формирование атмосферы торгового зала. Цвет и музыка в торговом помещении. Ароматизация в торговом зале.	9	Л	В	2	-	ТК	УО
20.	Психофизика и психофизиология в практике мерчандайзинговой деятельности. Место физиологии человека, психофизики и психофизиологии в формировании теоретических основ и научно - практических принципов разработки технологий мерчандайзинга.	9	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО
21.	Психофизика и психофизиология в практике мерчандайзинговой деятельности. Сопровождение покупки (музыка, свет, цвет и т.д.) в формировании самостоятельных стимуляторов и мотивов потребностей и познания товаров (на примерах рекламы). Внешние факторы, активизирующие безусловные и преобладающие условные рефлексы (на примерах).	9	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО

1	2	3	4	5	6	7	8	9
22.	Мерчандайзинг освещения торгового зала. Световой дизайн магазина. Особенности освещения продуктов питания. Особенности освещения различных групп товаров длительного использования.	10	Л	Т	2	-	ТК	УО
23.	Реклама в местах продажи. Цели, функции и виды рекламы в местах продажи. Основные правила мерчандайзинга.	10	Л	Т	2	-	ТК	УО
24.	Особенности размещения рекламы продовольственных товаров в местах продажи. Цели, функции и виды рекламы в местах продажи.	10	ПЗ	Т	2	5,9	РК ТР	Т Д
	Выходной контроль				0,1		Вых К	З
Итого:					60,1	47,9		

Примечание:

Условные обозначения:

Виды учебной работы: Л – лекция, ПЗ – практическое занятие.

Формы проведения занятий: В – лекция-визуализация, Т – лекция/занятие, проводимое в традиционной форме, МК – метод кейса

Виды контроля: ВК – входной контроль, ТК – текущий контроль, РК – рубежный контроль, ТР – творческая работа, ВыхК – выходной контроль.

Форма контроля: УО – устный опрос, КР – контрольная работа, Т – тестирование, К – кейс-задания, КЛ – конспект лекции, Д - доклад, З – зачёт.

5. Образовательные технологии

Организация занятий по дисциплине «Мерчандайзинг продовольственных товаров» проводится по видам учебной работы: лекции, практические занятия, текущий контроль.

Реализация компетентного подхода в рамках направления подготовки 38.03.06 Торговое дело предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации. Основные моменты лекционных занятий конспектируются. Отдельные темы предлагаются для самостоятельного изучения с обязательным составлением конспекта (контролируется).

Целью практических занятий является выработка практических навыков проведения исследования тенденций развития мировой экономики и особенностей изменения форм международных экономических отношений; применение методов анализа основных экономических показателей международной торговли.

Для достижения этих целей используются как традиционные формы работы – решение задач, тестовых заданий и т.п., так и интерактивные методы – решение кейсов.

Решение задач позволяет обучиться формировать у обучающихся определенные виды деятельности, связанные с применением знаний в конкретных ситуациях; систематизировать и закрепить теоретические знания обучающихся; проверить степень усвоения одной темы или вопроса.

В процессе решения задач обучающийся сталкивается с ситуацией вызова и достижения, данный методический прием способствует в определенной мере повышению у обучающихся мотивации как непосредственно к учебе, так и к деятельности вообще.

Метод кейса в наибольшей степени соответствует задачам высшего образования. Этот метод способствует развитию у обучающихся изобретательности, умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации.

Групповая работа при анализе конкретной ситуации развивают способности проведения анализа и диагностики проблем. С помощью метода кейса у обучающихся развиваются такие квалификационные качества, как умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение коммуницировать, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, поступающую в вербальной форме. Практические занятия проводятся в специальных аудиториях, оборудованных необходимыми наглядными материалами.

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих решение задач, анализ конкретных ситуаций и подготовку их презентаций, и т.п.

Самостоятельная работа осуществляется в индивидуальном и групповом формате. Самостоятельная работа выполняется обучающимися на основе учебно-методических материалов дисциплины (приложение 2). Самостоятельно изучаемые вопросы курса включаются в вопросы к зачету.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература (библиотека СГАУ)

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или количество экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п.4, таб.3)
1	2	3	4	5
1	Мерчандайзинг : учебное пособие URL: https://znanium.com/catalog/product/1234626	С. Б. Алексина, Г. Г. Иванов	Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 152 с. - ISBN 978-5-8199-0919-5	Все разделы
2	Мерчандайзинг: Учебно-практическое	Давыдки	Москва :НИЦ	Все разделы

	пособие URL: https://znanium.com/catalog/product/899750	на И.Б.	ИНФРА-М, 2017. - 162 с. (Высшее образование)I SBN 978-5-16-105726-1	
--	---	---------	--	--

б) дополнительная литература

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или количество экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п.4, таб.3)
1	2	3	4	5
1	Управление маркетингом : учебник URL: https://znanium.com/catalog/product/1073056	Ю.Н. Егоров	Москва : ИНФРА-М, 2020. — 238 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/10268. - ISBN 978-5-16-010430-0	Все разделы
2	Управление маркетингом: Учеб. пособие URL: https://znanium.com/catalog/product/987796	Под ред. И.М. Синяевой	2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вуз. учебник, 2019. - 416 с. - ISBN 978-5-9558-0112-4	Все разделы

в) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Для освоения дисциплины рекомендуются следующие сайты информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Министерство экономического развития Российской Федерации. – Режим доступа: [http:// www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru)
2. Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>

г) периодические издания

1. Маркетинг
2. Маркетинг и реклама
3. Справочник руководителя

д) информационные справочные системы и профессиональные базы данных

Для пользования стандартами и нормативными документами рекомендуется применять информационные справочные системы и профессиональные базы данных, доступ к которым организован библиотекой университета через локальную вычислительную сеть.

Для пользования электронными изданиями рекомендуется использовать следующие информационные справочные системы и профессиональные базы данных:

1. Научная библиотека университета <http://read.sgau.ru/biblioteka>

Базы данных содержат сведения обо всех видах литературы, поступающей в фонд библиотеки. Более 1400 полнотекстовых документов (учебники, учебные пособия и т.п.). Доступ – с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

2. Электронная библиотечная система «Лань» <http://e.lanbook.com>.

Электронная библиотека издательства «Лань» – ресурс, включающий в себя как электронные версии книг издательства «Лань», так и коллекции полнотекстовых файлов других российских издательств. После регистрации с компьютера университета – доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

3. «Университетская библиотека ONLINE» <http://www.biblioclub.ru>.

Электронно-библиотечная система, обеспечивающая доступ к книгам, конспектам лекций, энциклопедиям и словарям, учебникам по различным областям научных знаний, материалам по экспресс-подготовке к экзаменам. После регистрации с компьютера университета – доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. <http://elibrary.ru>.

Российский информационный портал в области науки, медицины, технологии и образования. На платформе аккумулируются полные тексты и рефераты научных статей и публикаций. Доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет. Свободная регистрация.

5. Поисковые системы Rambler, Yandex, Google;

е) информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса:

К информационным технологиям, используемым при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, относятся:

– персональные компьютеры, посредством которых осуществляется доступ к информационным ресурсам и оформляются результаты самостоятельной работы;

– проекторы и экраны для демонстрации слайдов мультимедийных лекций;

– активное использование средств коммуникаций (электронная почта, тематические сообщества в социальных сетях и т.п.).

• программное обеспечение:

Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование программы	Тип программы (расчетная, обучающая, контролирующая, вспомогательная)
1	2	3
Все темы дисциплины	Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов Сублицензионный договор №201201/КЛ/Л/44-208 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем по адресу: г. Саратов, ул. Советская, 60 от 01.12.2020 г.	вспомогательная
Все темы дисциплины	Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов. Сублицензионный договор № 6-219/2020/223-1370 от 01.12.2020 г.	вспомогательная

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения занятий лекционного и семинарского типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации необходимы аудитории с меловыми или маркерными досками, достаточным количеством посадочных мест и освещенностью. Для использования медиаресурсов необходимы проектор, экран, компьютер или ноутбук, по возможности – частичное затемнение дневного света.

Для проведения лекционных, практических занятий и контроля самостоятельной работы по дисциплине «Мерчандайзинг продовольственных товаров» кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» имеются аудитории № 324, 255.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал библиотеки УК №1) оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

8. Оценочные материалы

Оценочные материалы, сформированные для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по

дисциплине «Мерчандайзинг продовольственных товаров» разработан на основании следующих документов:

- Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);

- приказа Минобрнауки РФ от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

Оценочные материалы представлены в приложении 1 к рабочей программе дисциплины и включают в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы представлен в приложении 2 к рабочей программе по дисциплине «Мерчандайзинг продовольственных товаров»

10. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины «Мерчандайзинг продовольственных товаров»

Методические указания по изучению дисциплины «Мерчандайзинг продовольственных товаров» включают в себя:

Краткий курс лекций

*Рассмотрено и утверждено на заседании
кафедры «Проектный менеджмент
и внешнеэкономическая деятельность в АПК»
«20» мая 2021 года (протокол № 10).*

**Лист изменений и дополнений,
вносимых в рабочую программу дисциплины
«Мерчандайзинг продовольственных товаров»**

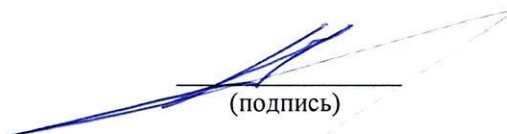
Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Мерчандайзинг продовольственных товаров» на 2021/2022 учебный год:

Сведения об обновлении лицензионного программного обеспечения

Наименование программы	Примечание
<p>Kaspersky Endpoint Security</p> <p>Реквизиты подтверждающего документа: Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 6-219/2020/223-1370 от 01.12.2020 г.</p>	<p align="center">Срок действия контракта истек</p>
<p>Kaspersky Endpoint Security</p> <p>Реквизиты подтверждающего документа: Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 6-133/2021/223-1205 от 09.11.2021 г.</p>	<p align="center">Заключен новый договор сроком на 1 год (по 31.12.2022 г.)</p>
<p>Microsoft Office</p> <p>Реквизиты подтверждающего документа: Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmс Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 201201/КЛ/Л/44-208 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем по адресу: г. Саратов, ул. Советская, 60 от 01.12.2020 г.</p>	<p align="center">Срок действия контракта истекает 31.12.2021 г.</p>
<p>Microsoft Office</p> <p>Реквизиты подтверждающего документа: Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmс Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № АЭ-030 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем от 15.12.2021 г.</p>	<p align="center">Заключен новый договор сроком на 1 год (по 31.12.2022 г.)</p>

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Мерчандайзинг продовольственных товаров» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» «15» декабря 2021 года (протокол № 5А).

Заведующий кафедрой


(подпись)

И.Л. Воротников

**Лист изменений и дополнений,
вносимых в рабочую программу дисциплины
«Мерчандайзинг продовольственных товаров»**

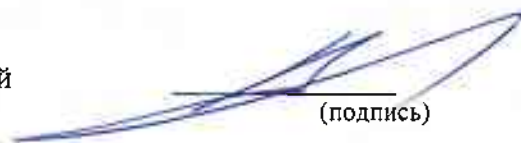
Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Мерчандайзинг продовольственных товаров» на 2022/2023 учебный год:

1. В связи с переименованием университета рабочую программу дисциплины «Мерчандайзинг продовольственных товаров», разработанную и утвержденную в федеральном государственном образовательном учреждении высшего образования «Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова (ФГБОУ ВО Саратовский ГАУ) считать рабочей программой дисциплины федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Саратовский государственный университет генетики, биотехнологии и инженерии имени Н.И. Вавилова» (ФГБОУ ВО Вавиловский университет) на основании решения Ученого совета университета от 30.08.2022 протокол №1.

2. По теме практического занятия «Психофизика и психофизиология в практике мерчандайзинговой деятельности» разработаны тестовые задания, которые будут использованы в процессе обучения.

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Мерчандайзинг продовольственных товаров» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» «31» августа 2022 года (протокол № 1).

Заведующий кафедрой



(подпись)

И.Л. Воротников