

**ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет
народного хозяйства»**

*Утверждена решением
Ученого совета ДГУНХ,
протокол №13 от 06 июля 2020 г.*

Кафедра «Маркетинг и коммерция»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«МЕРЧЕНДАЙЗИНГ»**

**Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело,
профиль «Маркетинг в торговой деятельности»**

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения – очная, заочная

Махачкала - 2020

УДК 339.138 (075.8)

ББК 65.290-2я73

Составитель - Атаева Таибат Амирахмедовна, старший преподаватель кафедры «Маркетинг и коммерция» ГАОУ ВО «ДГУНХ»

Внутренний рецензент - Дибирова Мадина Магомедрасуловна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент» ГАОУ ВО «ДГУНХ»

Внешний рецензент - Алигимов Мурад Ильясович, руководитель сообщества СКФО

Представитель работодателя - Абдурашидова Аминат Магомедкамильевна, директор межрегионального маркетингового центра «Москва-Дагестан»

Рабочая программа дисциплины «Мерчендайзинг» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 ноября 2015 г. №1334, в соответствии с приказом Министерства образования и науки РФ от 5 апреля 2017 года № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программы бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Рабочая программа дисциплины «Мерчендайзинг» размещена на официальном сайте www.dgunh.ru

Атаева Т.А. Рабочая программа дисциплины «Мерчендайзинг» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности» – Махачкала: ДГУНХ, 2020. - 12 с.

Рекомендована к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 03 июля 2020 г.

Рекомендована к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности» Атаевой А.У.

Одобрена на заседании кафедры «Маркетинг и коммерция» 30 июня 2020 г., протокол № 11

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	4
Раздел 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
Раздел 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), на самостоятельную работу обучающихся и форму промежуточной аттестации	5
Раздел 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
Раздел 5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	8
Раздел 6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	9
Раздел 7. Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных	9
Раздел 8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	10
Раздел 9. Образовательные технологии	11
Лист актуализации рабочей программы дисциплины	12

Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Целью дисциплины «Мерчендайзинг» является освоение теоретических знаний принципов и методологии мерчендайзинга, приобретение способности управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг.

Задачами изучения дисциплины «Мерчендайзинг» являются:

- усвоение основных понятий в области мерчендайзинга;
- изучение назначения и принципов мерчендайзинга;
- разработка и внедрение рациональной планировки торгового зала, и размещение товаров;
- разработка и применение средств и методов мерчендайзинга для продвижения отдельных товаров или их комплексов.

1.2. Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Мерчендайзинг» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	формулировка компетенции
ПК-1	способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
ПК-1: способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	З1 – технологию выкладки товаров с учетом товарного соседства и повышения продаж каждой товарной группы.	У1 – создавать в торговом зале эффективную систему стимулирования импульсивных покупок; У2 - решать управленческие задачи, связанные с операциями в области продвижения и сбыта продукции	В1 – эффективными схемами расположения товарных групп и выкладки в торговом зале с учетом психологии потребителей

1.3. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

код компетенции	Этапы формирования компетенций (темы дисциплин)				
	Тема 1. Цели и задачи мерчендайзинга	Тема 2. Управление поведением потребителей	Тема 3. Внутренняя планировка магазина	Тема 4. Выкладка товаров	Тема 5. Место мерчендайзинга в системе маркетинговых коммуникаций
ПК-1	+	+	+	+	+

Раздел 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.4.1 «Мерчендайзинг» относится к вариативным дисциплинам по выбору Блока Б1.В.ДВ. учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 4 курсе.

Для изучения данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки по дисциплинам «Коммерческая деятельность», «Организация, технология и проектирование предприятий», «Управление товарным ассортиментом».

Раздел 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), на самостоятельную работу обучающихся и форму промежуточной аттестации

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 2 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет 24 часа,
в том числе: для занятий лекционного типа 16 ч.
для занятий семинарского типа 8 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся 48 ч.

Формы промежуточной аттестации:

1 семестр - зачет

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет 12 часов,
в том числе: для занятий лекционного типа 6 ч.
для занятий семинарского типа 6 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся 58 ч.

Формы промежуточной аттестации: зачет 2ч

Раздел 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Для очной формы обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Всего академических часов	в т.ч. лекционного типа	в том числе занятия семинарского типа:					Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости	
				семинары	практические занятия	Лабораторные занятия (лабораторные работы, лабораторный	коллоквиумы	иные аналогичные занятия			
1.	Тема 1. Цели и задачи мерчендайзинга	11	2		1				8	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
2.	Тема 2. Управление поведением потребителей	15	4		1				10	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций Решение типовых задач	
3.	Тема 3. Внутренняя планировка магазина	16	4		2				10	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций Решение типовых задач	
4.	Тема 4. Выкладка товаров	16	4		1				10	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций Решение типовых задач	
5.	Тема 5. Место мерчендайзинга в системе маркетинговых коммуникаций	16	2		1				10	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
	<i>ЗАЧЕТ</i>				2						
	<i>Итого</i>		16		8				48		
ВСЕГО					72						

Для заочной формы обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Всего академических часов	в т.ч. лекционного типа	в том числе занятия семинарского типа:					Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости
				семинары	практические занятия	Лабораторные занятия (лабораторные работы, лабораторный практикум)	коллоквиумы	иные аналогичные занятия		
1.	Тема 1. Цели и задачи мерчендайзинга	11	1						10	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций
2.	Тема 2. Управление поведением потребителей	14	1		1				12	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций Решение типовых задач
3.	Тема 3. Внутренняя планировка магазина	14	1		1				12	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций Решение типовых задач
4.	Тема 4. Выкладка товаров	16	2		2				12	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций Решение типовых задач
5.	Тема 5. Место мерчендайзинга в системе маркетинговых коммуникаций	15	1		2				12	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций
	Итого по дисциплине		6		6				58	
	Зачет								2	
Всего									72	

**Раздел 5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы,
необходимой для освоения дисциплины**

№ п/п	Автор	Название основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	Выходные данные по стандарту	Количество экземпляров в библиотеке ДГУНХ
I. Основная учебная литература				
1.	Максимец Н. В.	Мерчендайзинг с основами ассортиментной политики : учебное пособие	Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017. - 100 с.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483700
II. Дополнительная литература				
а) Дополнительная учебная литература				
1.	Голова, А.Г.	Управление продажами : учебник	Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 279 с.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767
2.	Магомедов, Ш.Ш.	Управление товарным ассортиментом и запасами : учебник	Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496208
3.	Дашков, Л.П.	Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) : учебник	Москва: Дашков и К°, 2018. – 456 с.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495756
б) Официальные издания				
1	Федеральный закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" от 28.12.2009 N 381-ФЗ http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/			
2	Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.07.2019) «О защите прав			

	потребителей» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/
в) Периодические издания	
1.	Журнал «Стандарты и качество» https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=499468
2.	Научно-практический журнал «Практический маркетинг»
3.	Журнал «Российское предпринимательство» https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=561724
4.	Журнал «Business Excellence» https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=562951
г) Информационные базы данных	
1	http:// www. rbc. ru – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера)
2	http:// www. businesspress.ru - Деловая пресса;
3	http:// www. nta –rus. ru - Национальная торговая ассоциация
4	http:// www. rtpress. ru - Российская торговля

Раздел 6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам и к электронной информационно-образовательной среде университета (<http://e-dgunh.ru>). Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

Для освоения дисциплины «Мерчендайзинг» рекомендуется ознакомление с аналитическими сайтами и Интернет-ресурсами:

<http://www.marketologi.ru/> - Гильдия маркетологов: объединение специалистов в области маркетинга

<http://www.naming.ru/> - Нейминговое агентство «Нейминг.ру».

<http://www.raso.ru/> - Российская ассоциация по связям с общественностью

<http://www.4p.ru> – Маркетинг журнал 4p

<http://www.adindex.ru/> - Новости рекламы и маркетинга.

Раздел 7. Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных

7.1. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения

- Windows 10
- Microsoft Office Professional
- Adobe Acrobat Reader DC
- VLCMedia player
- 7-zip

7.2. Перечень информационных справочных систем

– Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

7.3. Перечень профессиональных баз данных

Перечень профессиональных баз данных по дисциплине включает:

Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals) - www.esomar.org

База данных исследовательской компании CRG (CapitalResearchGroup), входящей в холдинг «Names» - www.crg.li

База данных маркетингового агентства рыночных исследований и консалтинга «Маркет» - www.market-agency.ru

Архивный банк данных Института социологии Российской академии наук - <http://www.isras.ru/Databank.html>

Раздел 8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для преподавания дисциплины «Мерчендайзинг» используются следующие специальные помещения - учебные аудитории:

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 5.10 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус №2 литер «В»)

Перечень основного оборудования:

Комплект специализированной мебели

Доска меловая.

Набор демонстрационного оборудования: проектор, персональный компьютер (моноблок) с доступом к сети Интернет и корпоративной сети университета, ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» (www.biblioclub.ru), ЭБС «Юрайт» (www.urait.ru).

Перечень учебно-наглядных пособий:

Комплект наглядных материалов (баннеры, плакаты);

Комплект электронных иллюстративных материалов (презентации, видеоролики).

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Windows 10

2. Microsoft Office Professional

3. Adobe Acrobat Reader DC

4. VLCMedia player

5.7-zip

2. Помещение для самостоятельной работы № 4.5 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, корпус №2 литер «В»)

Перечень основного оборудования:

Персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду.

3. Помещение для самостоятельной работы №1.1 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус №1)

Перечень основного оборудования:

Персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду.

Раздел 9. Образовательные технологии

При освоении дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Тестовые задания – контроль знаний с помощью тестов, которые состоят из условий (вопросов) и вариантов ответов для выбора.

Задачи по анализу конкретных ситуаций как для иллюстрации той или иной ситуации, так и в целях выработки навыков применения управленческих решений; обучение, при котором обучающиеся и преподаватели участвуют в непосредственном обсуждении деловых ситуаций и задач. При данном методе обучения обучающийся самостоятельно вынужден принимать решение и обосновать его.

Внеаудиторная самостоятельная работа в форме обязательных консультаций и индивидуальных занятий со студентами (помощь в понимании тех или иных моделей и концепций, подготовка тезисов для студенческих конференций и т.д.).

Лист актуализации рабочей программы дисциплины
«Мерчендайзинг»

Рабочая программа пересмотрена,
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от «29» мая 2021 г. № 10

Зав. кафедрой  / Келеметова С.И.

Рабочая программа пересмотрена,
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от « » 20 г. №

Зав. кафедрой / Келеметова С.И.

Рабочая программа пересмотрена,
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от « » 20 г. №

Зав. кафедрой / Келеметова С.И.