

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Макаренко Елена Николаевна
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 20.08.2024 11:37:38
 Уникальный программный ключ:
 c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Организация мерчендайзинга в компаниях

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план z38.04.06.02_1.plx

Форма обучения **заочная**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	56	56	56	56
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины: формирование у обучающихся профессиональных компетенций в области управления розничными продажами на основе технологий и методов мерчендайзинга и организации системы мерчендайзинга в компании.
-----	--

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия

ПК-2: Способен формировать маркетинговую стратегию, планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

понятие, цели, задачи, принципы и функции мерчендайзинга в современном торговом бизнесе; основные правила создания эффективной системы успешного мерчендайзинга; особенности поведения потребителей в местах продажи и основные этапы процесса принятия решения о покупке; организацию процесса разработки и внедрения стандартов мерчендайзинга в розничной сети и способы оценки эффективности мерчендайзинга на предприятии и работы мерчендайзеров(соотнесено с индикатором УК-4.1); особенности организации мерчендайзинговой деятельности на предприятии соотнесено с индикатором ПК-2.1)

Уметь:

организовать эффективную систему мерчендайзинга в торговых предприятиях различных видов и типов; осуществлять сегментацию площади торгового зала и правильное размещение оборудования, товаров, узлов расчета для формирования маршрутов движения покупателей; проводить анализ «холодных» и «горячих» зон в торговом зале; организовывать оформление товара и места продажи; разрабатывать на основании общих правил и принципов мерчендайзинга стандарты, соответствующие концепции предприятия розничной торговли и способствующие росту его доходности; изучать и внедрять инновационные технологии мерчендайзинга и осуществлять оценку эффективности мерчендайзинга на предприятии и работы мерчендайзеров(соотнесено с индикатором УК-4.2); реализовывать мерчендайзинговую деятельность на предприятии; составить программу мерчендайзинга и организовать её внедрение на предприятии (соотнесено с индикатором ПК-2.2)

Владеть:

навыками организации эффективной системы мерчандайзинга в торговых предприятиях различных видов и типов; мерчандайзинговыми способами влияния на поведение посетителя торгового предприятия на отдельных этапах принятия решения о покупке; навыками психоэмоционального воздействия на потребителя в местах продаж; навыками разработки, внедрения стандартов мерчандайзинга в розничной сети и оценки эффективности проведенных мероприятий мерчандайзинга; принципами организации и планирования мерчандайзинговой деятельности предприятия действующего в условиях конкурентного рынка; навыками оценки эффективности проведенных мероприятий мерчандайзинга(соотнесено с индикатором УК-4.3); навыками эффективного общения с представителями розничной торговли и управления конфликтными ситуациями в розничной сети(соотнесено с индикатором ПК-2.3)