

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Макаренко Елена Николаевна
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 20.08.2024 11:31:39
 Уникальный программный ключ:
 c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Организация мерчендайзинга в компаниях

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.04.06.02_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
Неделя	15 2/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	8	8	8	8
Практические	12	12	12	12
Итого ауд.	20	20	20	20
Контактная работа	20	20	20	20
Сам. работа	52	52	52	52
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)