

Б.1.В.ДВ.04.01.02. «МЕРЧАНДАЙЗИНГ»

Цели дисциплины: освоение знаний, приобретение умений и формирование компетенций в области управления и организации закупок и продаж товаров коммерческой организации на основе технологий и инструментов мерчандайзинга, необходимых для эффективной профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профилю «Коммерция».

Задачи дисциплины:

- изучение основных категорий и правил мерчандайзинга, концепции эффективного мерчандайзинга коммерческой организации;
- освоение умения использовать стандартные и инновационные приемы, методы и инструменты мерчандайзинга в области профессиональной деятельности;
- освоение умений управлять и организовывать процессы закупок и продаж товаров на основе технологий и инструментов мерчандайзинга, с учетом спроса потребителей и конъюнктуры товарного рынка;
- приобретение навыков эффективного мерчандайзинга в управлении закупками и продажами товаров.

Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина Б.1.В.ДВ.04.01.02. «Мерчандайзинг» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока Б.1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Коммерческая деятельность»; «Маркетинг», «Экономика и организация управления розничными торговыми сетями», «Управление ассортиментом торговой организации».

Для успешного освоения дисциплины «Мерчандайзинг» студент должен:

Знать:

- методы управления ассортиментом торговой организации (ПК-1);
- методы закупки и формы продажи товаров (ПК-7).

Уметь:

- осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (ОПК-4);
- управлять торгово-технологическими процессами на предприятии (ПК-2);
- изучать и прогнозировать спрос потребителей в целях управления ассортиментом торговой организации (ПК-3).

Владеть:

- способностью управлять ассортиментом и качеством товаров (ПК-1);
- готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций,

способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-3);

- готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания в оптовой и розничной торговле (ПК-8) .

Изучение учебной дисциплины «Мерчандайзинг» является необходимым для успешного прохождения преддипломной практики и государственной итоговой аттестации.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины «Мерчандайзинг» должны быть сформированы следующие компетенции:

вид деятельности - торгово-технологическая:

ПК-3 - Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

В результате освоения компетенции ПК-3 студент должен:

Знать:

- конъюнктуру товарного рынка.

Уметь:

- выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций;

- изучать и прогнозировать спрос потребителей в целях эффективного управления ассортиментом торговой организации.

Владеть:

- методами формирования спроса потребителей на основе использования технологий мерчандайзинга .

вид деятельности - организационно-управленческая:

ПК-7 - Способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

В результате освоения компетенции ПК-7 студент должен:

Знать:

- показатели эффективности использования материально-технического обеспечения предприятия;

- методы закупки и формы продажи товаров;

Уметь:

- организовывать материально-техническое обеспечение предприятия и планировать закупки товаров;

- реализовывать прогрессивные формы продажи товаров;

Владеть:

- методами определения оптимального материально-технического обеспечения;

- методами планирования объемов закупки товаров;
- способностью организовывать эффективную закупку и продажу товаров.

Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)
1	Тема 1. Концепция эффективного мерчандайзинга коммерческой организации
2	Тема 2. Технологии, методы и инструменты мерчандайзинга
3	Тема 3. Управление эффективностью мерчандайзинга
4	Тема 4. Инновационные приемы и инструменты в мерчандайзинге производителя, поставщика и ритейлора

Форма контроля в 8 семестре – экзамен