

Б.1.В.ДВ.04.01.02. «МЕРЧАНДАЙЗИНГ»

Цели дисциплины: освоение знаний, приобретение умений и навыков, формирование компетенций в области управления и организации закупок и продаж товаров на основе технологий и инструментов мерчандайзинга, необходимых для эффективной профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки 38.03.07 «Товароведение» профилю «Товарный менеджмент».

Задачи дисциплины:

- изучение основных категорий, принципов и правил мерчандайзинга, концепции эффективного мерчандайзинга коммерческой организации;
- освоение умения использовать стандартные и инновационные приемы, методы и инструменты мерчандайзинга в области профессиональной деятельности;
- приобретение умений анализа спроса и разработки мероприятий по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента на основе применения инструментов мерчандайзинга;
- приобретение навыков эффективного мерчандайзинга в управлении закупками и продажами товаров;
- освоение умения применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке и продвижении товаров.

Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина Б.1.В.ДВ.04.01.02. «Мерчандайзинг» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Маркетинг», «Организация и управление коммерческой деятельностью».

Для успешного освоения дисциплины «Мерчандайзинг» студент должен:

Знать:

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

Уметь:

- организовывать закупку и поставку товаров (ПК-2);
- применять принципы товарного менеджмента и маркетинга в профессиональной деятельности (ПК-5).

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);

- способностью находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях (ОПК-2) .

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:

ПК-4 - Системное представление об основных организационных и управленческих функциях, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров

В результате освоения компетенции **ПК - 4** студент должен:

Знать:

- организационные и управленческие функции, связанные с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров.

Уметь:

- выполнять организационные и управленческие функции, связанные с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров.

Владеть:

- методами эффективной реализации товаров на основе использования инструментов мерчандайзинга.

ПК-5 - Способность применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации сырья и товаров с учетом их потребительских свойств

В результате освоения компетенции **ПК - 5** студент должен:

Знать:

- принципы товарного менеджмента и маркетинга.

Уметь:

- управлять процессами закупки, продвижения и реализации товаров с учетом их потребительских свойств.

- Владеть:

- навыками применения принципов товарного менеджмента и маркетинга с использованием инструментов мерчандайзинга.

ПК-7 - Умение анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента

В результате освоения компетенции **ПК - 7** студент должен:

Знать:

- тенденции развития и виды спроса, методы стимулирования сбыта товаров.

Уметь:

- анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров.

Владеть:

- навыками разработки мероприятий по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента на основе использования инструментов мерчандайзинга.

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. Визуальный мерчандайзинг
4	Тема 4. Управление эффективностью мерчандайзинга
5	Тема 5. Мерчандайзинг производителя и поставщика
6	Тема 6. Инновационные приемы и инструменты в мерчандайзинге ритейлера

Форма контроля – экзамен