

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

В.Н.Шимов

« 26 » 04 2017 г.

Регистрационный № УД 3086-17 /уч.

МЕРЧАНДАЙЗИНГ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности 1-25 81 08
«Товароведение и экспертиза товаров»

2017

СОСТАВИТЕЛЬ:

В.Н. Платонов, профессор кафедры коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, профессор.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

В.И. Байдак, директор Открытого Акционерного Общества «ЦУМ Минск»;

Е.В. Перминов, заведующий кафедрой товароведения непродовольственных товаров учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат технических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 8 от 09.03.2017г);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 4 от 19.04.2017).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Мерчандайзинг непродовольственных товаров» относится к числу учебных дисциплин компонента учреждения высшего образования учебного плана второй ступени высшего образования, формирующих профессиональные навыки специалистов в сфере товароведения, в частности, в организации стимулирования продажи непродовольственных товаров. Использование ими в своей профессиональной деятельности знаний в области мерчандайзинга непродовольственных товаров будет способствовать эффективной работе торговых организаций, осуществляющих торговую деятельность на потребительском рынке.

Цель преподавания учебной дисциплины - формирование у магистрантов профессиональных знаний в области мерчандайзинга непродовольственных товаров и навыков управления и стимулирования продаж в различных условиях, позволяющих находить обоснованные управленческие решения. Мерчандайзинг товаров является одним из основополагающих алгоритмов действий для посредников на потребительском рынке, в том числе и рынке непродовольственных товаров.

Предметом учебной дисциплины являются системы и формы мерчандайзинга товаров.

Задачи учебной дисциплины:

- формирование у будущих специалистов теоретических знаний в сфере мерчандайзинга товаров;
- формирование знаний о системах и формах мерчандайзинга и тенденциях их развития в отечественной и зарубежной практике;

приобретение навыков решения наиболее распространенных задач в области управления продажами в различных каналах продаж;

знакомство с новейшими достижениями в области мерчандайзинга непродовольственных товаров;

освоение новых подходов к созданию политик и программ, направленных на поддержку региональных партнеров;

формирование навыков определения затрат на внедрение и использование различных форм мерчандайзинга товаров.

Требования к профессиональным компетенциям магистра.

Магистр должен быть способен:

АК-1. Формировать цели и задачи принятия решений;

АК-2. Проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя ответственность, разрешать проблемные ситуации;

АК-3. Самостоятельно осваивать новые методы исследований, совершенствовать и изменять производственный профиль своей профессиональной деятельности;

АК-4. Самостоятельно приобретать новые знания и умения, в том числе в областях знаний, непосредственно не связанных со сферой профессиональной деятельности;

АК-5. Использовать базы данных, пакеты прикладных программ и средства компьютерной графики;

АК-6. Генерировать новые идеи;

СЛК-5. Формировать и аргументировать собственные суждения и профессиональную позицию;

СЛК-6. Анализировать и принимать решения по социальным, этическим, научным и техническим проблемам, возникающим в профессиональной деятельности;

СЛК-9. Проявлять инициативу и креативность, в том числе в нестандартных ситуациях;

ПК-5. Идентифицировать товарные партии, рассчитывать и отбирать пробы в соответствии с установленными требованиями,

обеспечивать сохранение товаров на всем пути их движения к потребителю;

ПК-7. Проводить измерения товаров и товарных партий для установления их количественных характеристик при учете на разных этапах товародвижения;

ПК-9. Идентифицировать товар с помощью маркировки разных видов, расшифровывать информационные знаки на маркировке и товаросопроводительных документах для предоставления потребителям достаточной и достоверной информации;

ПК-14. Участвовать в выборе наиболее приемлемых видов торгового оборудования для хранения, подготовки к продаже и реализации с учетом особенностей товаров или товарных групп, для которых это оборудование будет предназначено;

ПК-18. Консультировать заказчика при определении путей и способов повышения качества конкретной продукции;

ПК-22. Планировать основные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия;

ПК- 23. Разрабатывать и осуществлять ценовую политику предприятия;

ПК-24. Анализировать оперативные и перспективные экономические количественные и качественные показатели развития предприятия,

ПК- 25. Определять степень коммерческого риска и принимать меры по его уменьшению;

ПК-28. Владеть современными информационными технологиями, применяемыми на предприятиях;

ПК-29. Проводить маркетинговые исследования и разрабатывать стратегию организации;

ПК- 30. Организовывать работу производственного коллектива для достижения поставленных целей;

ПК-31. Разрабатывать производственную и отчетную документацию в соответствии с установленными формами;

ПК- 32. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей;

В результате изучения учебной дисциплины магистрант должен:

знать:

- основную терминологию по учебной дисциплине,
- системы и формы мерчандайзинга товаров;
- принципы создания и механизм функционирования мерчандайзинга непродовольственных товаров;
- новейшие достижениями в области создания единых технологических цепей и «сквозных» технологий и правил мерчандайзинга;

уметь:

- свободно разбираться в современной терминологии по мерчандайзингу товаров;
- обосновывать необходимость и целесообразность использования различных программ поддержки региональных партнеров;
- использовать имеющиеся методики оценки эффективности использования форм и правил мерчандайзинга на потребительском рынке;

владеть:

- способами решения наиболее распространенных задач в области мерчандайзинга непродовольственных товаров, базирующихся на использовании информационно-коммуникационных технологий;
- навыками планирования и стимулирования продаж;
- алгоритмом развития форм и правил мерчандайзинга на конкретных рынках.

Материал, излагаемый в учебной программе, базируется на теоретических и методологических разработках отечественных и зарубежных ученых по проблемам мерчандайзинга товаров, формирования региональных систем продаж непродовольственных товаров, а также на основе изучения и анализа передового мирового и отечественного опыта развития мерчандайзинга. Учебная дисциплина «Мерчандайзинг непродовольственных товаров,» тесно связана с

другими учебными дисциплинами специальности, и, в первую очередь, с такими как «Дистрибуция непродовольственных товаров», «Бизнес-процессы в розничной торговой сети (непродовольственные товары)», «Теория и практика оценки конкурентоспособности непродовольственных товаров».

Аудиторная работа с магистрантами предусматривает чтение лекций и проведение практических занятий. Контроль знаний магистрантов осуществляется путем опросов на практических занятиях, проведения промежуточных контрольных работ, сдачи зачета.

В соответствии с учебным планом дневной формы, получения высшего образования по специальности 1-25 81 08 «Товароведение и экспертиза товаров»

Учебная программа рассчитана на 48 часов, и, них аудиторных занятий - 24 часа.

Распределение по видам занятий: лекций - 10 часов; практических занятий - 14 часов.

Форма текущей аттестации - зачет.

В соответствии с учебным планом заочной с формы получения высшего образования по специальности 1-25 81 08 «Товароведение и экспертиза товаров» Учебная программа рассчитана на 48 часов, из них аудиторных занятий 12 часов

Распределение по видам занятий: лекций - 6 часов; практических занятий - 6 часов.

Форма текущей аттестации - зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Мерчандайзинг: сущность, цели и задачи

Сущность мерчандайзинга. История развития мерчандайзинга. Методы мерчандайзинга. Цели и задачи мерчандайзинга. Службы мерчандайзинга в торговле. Требования к мерчандайзеру.

Тема 2 Планировочные решения магазинов

Сущность и цели планировки. Площадь торгового зала и ее сегментация. Зонирование площади торгового зала. Фомы планировки торгового зала магазина. Размещение отделов и секций в торговом зале. Подсобные помещения и их распределение. Концепции торгового объекта. Показатели оценки использования площади торгового зала.

Тема 3 Выкладка товаров: виды, концепции и правила

Выкладка и размещение товаров и их роль в стимулировании продаж. Концепции размещения товаров в торговом зале. Принципы выкладки товаров. Правила выкладки и их влияние на объем продаж. Оптимальный размер выкладки. Варианты выкладки. Планограммы, методы и их разработки. Специальные выкладки. Показатели эффективности выкладки и размещения товарных отделов и секций.

Тема 4 Обслуживание покупателей

Сущность и виды покупательского сервиса. Услуги торговли. Базовый уровень обслуживания. Методология обслуживания в разных типах магазинов. Франчайзинг и его роль в обслуживании покупателей. Специальные услуги торговли и их роль в стимулировании продаж. Показатели культуры обслуживания.

Тема 5 Мерчандайзинг непродовольственных товаров

Общие сведения о товарах, классификация товаров. Состояние рынка товаров. Особенности мерчандайзинга по группам непродовольственных товаров.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«МЕРЧАНДАЙЗИНГ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ»
для заочной формы получения высшего образования II степени**

Номер темы	Название темы					Количество аудиторных часов		Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1.	Мерчандайзинг: сущность, цели и задачи	1	-	-	-	-	-	[1, 2, 3]	
2.	Планировочные решения магазинов	1	2	-	-	-	-	[3, 4]	
3.	Выкладка товаров: виды, концепции и правила	2	2	-	-	-	-	[2, 3]	
4.	Обслуживание покупателей	1	-	-	-	-	-	[3]	
5.	Мерчандайзинг непродовольственных товаров	1	2	-	-	-	-	[5]	
	Всего часов	6	6						Зачет

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«МЕРЧАНДАЙЗИНГ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ»**

для дневной формы получения высшего образования II ступени

Номер темы	Название темы					Количество аудиторных часов		Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции и	ПЗ (СЗ)		
1.	Мерчандайзинг сущность, цели и задачи	2	2	-	-	2	-	[1, 2, 3]	
2.	Планировочные решения магазинов	2	4	-	-	-	-	[3, 4]	
3.	Выкладка товаров: виды, концепции и правила	2	2	-	-	-	-	[2, 3]	
4.	Обслуживание покупателей	2	4	-	-	-	2	[3]	
5.	Мерчандайзинг непродовольственных товаров	2	2	-	-	-	-	[5]	
	Всего часов	12	14			2	2		Зачет

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы магистрантов по учебной дисциплине «Мерчандайзинг непродовольственных товаров»

В овладении знаниями учебной дисциплины «Мерчандайзинг непродовольственных товаров» важным этапом является самостоятельная работа магистрантов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы магистрантов являются:

первоначально подробное ознакомление с учебной программой учебной дисциплины;

ознакомление со списком рекомендуемой литературы по учебной дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;

изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;

подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;

подготовка и выполнение индивидуальных заданий, защита их;

подготовка к зачету.

Литература

Основная:

1. Снегирева, В. В. Книга мерчендайзера. /В.В. Снегирева - СПб.: Питер, 2008. - 384 с.
2. Парамонова, Т.Н. Мерчендайзинг/Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов - М.: ИДФБК Пресса, 2004,-142с.
3. Кананян, К. Мерчендайзинг/ К.Кананян, Р.Кананян - М.: РИП-Холдинг, 2003. -236с.
4. Сысоева, С.В. Мерчендайзинг: курс управления ассортиментом в рознице/ С. В. Сысоева, Е. А. Бузукова. - СПб.: Питер, 2008.- 256 с.
5. Гузелевич, Н. Ю. Мерчендайзинг: практика эффективных продаж / Н. Ю. Гузелевич. - Минск: Изд-во Гревцова, 2008,- 190 с.

Дополнительная:

6. Товароведение одежно-обувных товаров. Общий курс: учеб, пособие / В.В. Садовский, Н.М. Несмелой, I I.В. Шутилина [и др.]; под общ. ред. В.В. Садовского, Н.М. Несмелова. Минск: БГЭУ, 2005. - 427 с.
7. Товароведение хозяйственных товаров. Общий курс: учеб, пособие / Н.М. Ильин, В.В. Карачун, Ю.И. Марьин [и др.]; под общ. ред проф. Н.М. Ильина. - Минск: БГЭУ, 2004. - 401 с.
8. Чечик, А.М. Товароведение и экспертиза товаров культурно-бытового назначения: учебник / А.М. Чечик. - М.: Дашков и К°, 2004. - 535 с.
9. Ходыкин, АТІ. Товароведение и экспертиза электронных бытовых товаров: учебник для студ. высш. учеб, заведений / АТІ. Ходыкин, А.А. Ляшко.- М.: Академия, 2004. - 320 с.
10. Магомедов, Ш.Ш. Товароведение и экспертиза обуви: учебник / Ш.Ш Магомедов. - М.: Дашков и К°, 2004. - 381 с.
11. Васильева, И.О. Товароведение бытовых электротехнических товаров: Учеб, пособие для студ. высш. учеб, заведений / И.О. Васильева. - М.: Академия, 2004. - 336 с.
12. Гусейнова, Т.С. Товароведение швейных и трикотажных товаров: учеб, для товаровед, фак. торг, вузов. 2-е изд., перераб. и доп. / Т.С. Гусейнова. - М.: Экономика, 1991.-287 с.

13. Ещико, В.Ф. Товароведение хозяйственных товаров: учеб, для товаровед, фак. торг, вузов. В 2 т. Т.2. / В.Ф. Ещико, Е.Д. Леженин. - М.- Экономика, 1989. - 400 с.
14. Иванов, М.Н. Товароведение обувных товаров: учеб, пособие / М.Н. Иванов, И.Е. Шакланов, В.А. Панасенко. - М.: Экономика, 1990. - 320 с.
15. Айлова, Е.Н. Товароведение и экспертиза металлохозяйственных и ювелирных товаров /Е.Н. Айпова, М.П. Васильева, И.А. Петренко, Е.Н. Рыженко. - СПб.: Питер, 2005. - 304 с

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу . (с указанием даты и номера протокола)
Потребительская оценка недовольстве иных товаров	Кафедра товароведения недовольственных товаров	нет	Учебную программу по учебной дисциплине «Мерчандайзинг и недовольстве иных товаров» рекомендовать к утверждению (протокол № 7 от 09.03.2017г)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на 2017/2018 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
	НЕТ	

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках (протокол № 12 от 22 июня 2017 г.)

Заведующий кафедрой



Л.С. Климченя

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИМП



М.В. Самойлов

