

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»

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 товарно-сопроводительных 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, из 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 ступени**

Номер темы	Название темы					Количество аудиторных часов		Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						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 степени

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, Н.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, А.П. Товароведение и экспертиза электронных бытовых товаров: учебник для студ. высш. учеб. заведений / А.П. 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, Н.О. Товароведение бытовых электротехнических товаров: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Н.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.П. Иванов, И.Г. Шакланов, В.А. Панасенко. - М.: Экономика, 1990. - 320 с.

15. Айлова, Г.Н. Товароведение и экспертиза металлохозяйственных и ювелирных товаров / Г.Н. Айпова, М.П. Васильева, И.А. Петренко, Г.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 непродовольственных товаров	Кафедра товароведения непродовольственных товаров	нет  В.В. Бирюков	Учебную программу по учебной дисциплине «Мерчандайзинг непродовольственных товаров» рекомендовать к утверждению (протокол № 7 от 09.03.2017г)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
