Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
д.юр.н., доц. Васильева Н.В.

_____

26.06.2023г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.О.37. Мерчендайзинг

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль): Маркетинг, продажи и логистика (Русско-китайская программа двойного дипломирования)
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная

Курс	4
Семестр	42
Лекции (час)	0
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	14
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	94
Курсовая работа (час)	
Всего часов	108
Зачет (семестр)	
Экзамен (семестр)	42

Иркутск 2023

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.06 Торговое дело.

Автор А.Г. Рыженков

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры менеджмента и сервиса

Заведующий кафедрой Е.А. Шагина

Дата актуализации рабочей программы: 28.06.2024

1. Цели изучения дисциплины

получение специальных знаний и навыков в области размещения и расположения товаров в торговой точке, создания эффективного запаса и ассортимента продукции, изучения факторов, влияющих на атмосферу магазина (освещение, звук, цвет, запахи)

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОПК-4	Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	З. Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга У. Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в сфере мерчендайзинга Н. Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Обязательная часть.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Маркетинг"

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед.,108 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	0
Практические (сем, лаб.) занятия	14
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	94
Всего часов	108

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе-стр	Лек-ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само-стоят. раб.	В интера-ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1.1	Определение мерчендайзинга и его составляющие	42	0	1	4		Устный опрос
1.2	Эволюция мерчендайзинга	42	0	1	4		
1.3	Оптимальное использование пространства торгового зала	42	0	2	8		Анализ использования инструментов мерчендайзинга в торговой точке
1.4	Эффективное расположение точек продажи в зале и выкладка товаров	42	0	2	8		Анализ использования инструментов мерчендайзинга в торговой точке
1.5	Эффективное представление продвигаемых товаров	42	0	1	8		Анализ использования инструментов мерчендайзинга в торговой точке
1.6	Основные инструменты мерчендайзинга товара новинки	42	0	1	6		Ананализ использования инструментов мерчендайзинга для товара-новинки. Итоговая работа по анализу системы мерчендайзинга
1.7	Упаковка продукта	42	0	1	4		Анализ упаковки продукта
1.8	POS материалы	42	0	1	4		Анализ использования POS материалов в торговой точке
1.9	Цветовое, световое оформление торговой точки, использование запахов и звуков	42	0	1	12		Анализ цветового, светового оформления торговой точки, использование запахов и звуков
1.10	Планировка торгового зала и особенности	42	0	1	12		Планировка торгового зала и

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе-стр	Лек-ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само-стоят. раб.	В интера-ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
	выкладки отдельных групп товаров в супермаркете						особенности выкладки отдельных групп товаров в супермаркете
1.11	Маркетинг торговых каналов	42	0	1	12		
1.12	Организация мерчендайзинга в компании и создание системы оценки мерчендайзинговой активности	42	0	1	12		Организация мерчендайзинга в компании и создание системы оценки мерчендайзинговой активности
	ИТОГО			14	94		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Определение мерчендайзинга и его составляющие	Особенности поведения потребителей в торго-вой точке. Факторы, влияющие на приобретение товаров в магазине. Определения мерчендайзинга. Отношения продавца, производителя и дистрибью-тора, их роль в мерчендайзинге конкретной про-дукции. Составные элементы мерчендайзинга. Ограничения на использование технологий мер-чендайзинга в торговой точке.
10	Планировка торгового зала и особенности выкладки отдель-ных групп товаров в супермаркете	Размещение товарных групп в супермаркете. Особенности выкладки колбасных изделий. Осо-бенности выкладки макаронных изделий. Особен-ности выкладки чая, кофе. Особенности выкладки молочной продукции. Особенности выкладки рас-тительного масла. Особенности выкладки спирт-ных напитков. Информационные материалы в су-пермаркете. Стеллажи и проходы в супермаркете.
11	Маркетинг торговых каналов	Принципы и причины деления торговых кана-лов со стороны поставщика продукции.
12	Организация мерчендайзинга в компании и создание системы оценки мерчендайзинговой ак-тивности	Система организации службы мерчендайзинга в компании-производителя, разработка системы мерчендайзинга и критериев контроля качества выполняемой работы.
2	Эволюция мерчендайзинга	Возникновение мерчендайзинга за рубежом и в России. Стадии развития мерчендайзинга.
3	Оптимальное использование пространства торгового зала	Эффективное расположение точек продажи в зале и использование пространства торгового зала.
4	Эффективное	Разделение товарных групп на категории. Расположение

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	расположение точек продажи в зале и вы-кладка товаров	основных и дополнительных точек продажи. Замедление движения покупателей. Пра-вило «золотого треугольника». Выкладка товаров на полках.
5	Эффективное представление продвигаемых товаров	Методы эффективного представление товаров в торговой точке: промо-акции, консультирование, спец. оборудование.
6	Основные инструменты мерчендайзинга товара новинки	Эффективный запас (торговые каналы, ассор-тимент, полочное пространство), эффективное рас-положение (замещение жертвы и заимствование популярности), эффективное представление.
7	Упаковка продукта	Различия в восприятии упаковки со стороны производителя и потребителя. Требования к упа-ковке.
8	POS материалы	Назначение и роль рекламных материалов в торговой точке (POSM). Правила размещения ре-кламных материалов. Зоны размещения рекламных материалов в торговой точке. POS материалы наружного оформления. POS материалы входной группы. POS материалы в торговом зале. POS ма-териалы в месте выкладки товара. POS материалы в прикассовой зоне.
9	Цветовое, световое оформление торговой точки, использование запахов и звуков	Основы цветовой палитры. Соответствие цве-та характеру продукта и спроса. Использование цветового пятна и цветовых контрастов. Световое оформление магазина. Использование запахов в магазине. Звуковое оформление магазина.

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1.1	Обсуждение факторов влияющих на покупателей в различных торговых точках. Проводится в форме семинара – пресс-конференции. Факторы положительно влияющие на покупателей. Факторы отрицательно влияющие на покупателей. Предложения по исправлению отрицательного влияния.
1.12	Разработка системы контроля мерчендайзинга. Проводится в форме деловой игры – моделирование ситуаций. Критерии оценки системы мерчендайзинга Взаимосвязь результатов мерчендайзинга с финансовыми показателями
1.3	Обсуждение способов планировок торговых площадей. Проводится в форме практического занятия с использованием группо-вого анализа ситуаций. Линейная планировка Смешанная планировка Использование островков Оптимизация площади торгового зала
1.4	Анализ расположения точек продаж и выкладки товаров. Проводится в форме практического занятия с использованием группо-вого анализа ситуаций. Приемы выкладки Принципы выкладки

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	Взаимосвязь выкладки и результатов продаж
1.5	Варианты практической реализации представления товара. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Способы эффективного представления товара в торговой точке. Взаимосвязь категорий товара и его расположения и представления в торговом зале.
1.6	Особенности представления товара-новинки. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Анализ примеров организации эффективного запаса товара-новинки Анализ примеров организации эффективного расположения товара-новинки Анализ примеров эффективного представления товара-новинки Предложения по совершенствованию системы мерчендайзинга товара-новинки
1.7	Рассмотрение примеров удачной и неудачной упаковки товаров. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Соблюдения требований к упаковке со стороны покупателей Соблюдения требований к упаковке со стороны производителей и продавцов продукции
1.8	Анализ размещения POS материалов по зонам. Проводится в форме практического занятия с использованием группо-вого анализа ситуаций. Функции POSM Разделение POSM по зонам размещения
1.9	Анализ цветового, светового и звукового оформления торговой точки. Проводится в форме практического занятия с использованием группо-вого анализа ситуаций. Анализ используемых цветов в торговой точке и в упаковках продукции Влияние цвета на покупателей Виды используемого освещения Взаимосвязь видов используемого освещения с особенностями товара Влияние освещения на покупателей Анализ влияния звукового оформления на покупателей
1.10	Анализ ошибок и особенностей выкладки различных товарных групп в супермаркете. Проводится в форме практического занятия с использованием группо-вого анализа ситуаций. Выкладка молочной продукции Выкладка весовой и порционной продукции Выкладка алкогольной продукции

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1.1. Определение мерчендайзинга и его составляющие	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга	Устный опрос	6 баллов – студент усвоил материал, может устно свободно ответить по теме, раскрыть тему, ответить на дополнительные вопросы, привести примеры из практики 4 балла – студент усвоил материал, может ответить на основные вопросы по теме, ответить на дополнительные вопросы 3 балла – студент усвоил основные положения темы, может ответить на часть вопросов по теме 2 балла – студент ознакомился с материалом, но с трудом может ответить на вопросы по теме 0 баллов – студент не ознакомился с материалом и не может ответить на вопросы по теме (6)
2	1.3. Оптимальное использование пространства торгового зала	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в сфере	Анализ использования инструментов мерчендайзинга в торговой точке	6 баллов – студент усвоил материал, провел полноценный анализ, сделал собственные предложения по улучшению на основании анализа, может ответить на дополнительные вопросы

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			мерчендайзинга		4 балла – студент усвоил материал, провел анализ с небольшими недочетами, сделал собственные предложения на основании анализа, может ответить на дополнительные вопросы 3 балла – студент усвоил основные положения темы, провел анализ с недочетами, может ответить на часть вопросов по теме 2 балла – студент ознакомился с материалом, провел анализ с большими недочетами, собственные предложения отсутствуют, с трудом может ответить на вопросы по теме 0 баллов – студент не ознакомился с материалом, не сделал анализ и собственные предложения, и не может ответить на вопросы по теме (6)
3	1.4. Эффективное расположение точек продажи в зале и выкладка товаров	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга У.Уметь принимать экономически и	Анализ использования инструментов мерчендайзинга в торговой точке	6 баллов – студент усвоил материал, провел полноценный анализ, сделал собственные предложения по улучшению на

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			финансово обоснованные организационно-управленческие решения в сфере мерчендайзинга		основании анализа, может ответить на дополнительные вопросы 4 балла – студент усвоил материал, провел анализ с небольшими недочетами, сделал собственные предложения на основании анализа, может ответить на дополнительные вопросы 3 балла – студент усвоил основные положения темы, провел анализ с недочетами, может ответить на часть вопросов по теме 2 балла – студент ознакомился с материалом, провел анализ с большими недочетами, собственные предложения отсутствуют, с трудом может ответить на вопросы по теме 0 баллов – студент не ознакомился с материалом, не сделал анализ и собственные предложения, и не может ответить на вопросы по теме (6)
4	1.5. Эффективное представление продвигаемых	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно-	Анализ использования инструментов мерчендайзинга в	6 баллов – студент усвоил материал, провел

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
	товаров		управленческих решений в сфере мерчендайзинга У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в сфере мерчендайзинга	торговой точке	полноценный анализ, сделал собственные предложения по улучшению на основании анализа, может ответить на дополнительные вопросы 4 балла – студент усвоил материал, провел анализ с небольшими недочетами, сделал собственные предложения на основании анализа, может ответить на дополнительные вопросы 3 балла – студент усвоил основные положения темы, провел анализ с недочетами, может ответить на часть вопросов по теме 2 балла – студент ознакомился с материалом, провел анализ с большими недочетами, собственные предложения отсутствуют, с трудом может ответить на вопросы по теме 0 баллов – студент не ознакомился с материалом, не сделал анализ и собственные предложения, и не может ответить на

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
					вопросы по теме (6)
5	1.6. Основные инструменты мерчендайзинга товара новинки	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в сфере мерчендайзинга	Ананализ использования инструментов мерчендайзинга для товара-новинки	6 баллов – студент в докладе показал большое (более 3-х) количество примеров использования приемов мерчендайзинга при выводе товара-новинки. Доклад основан на материалах темы. В докладе использована актуальная информация. Студент может ответить на дополнительные вопросы. 4 балла – студент в докладе показал достаточное (2-3) количество примеров использования приемов мерчендайзинга товара-новинки, информация в докладе актуальна, может ответить на дополнительные вопросы 3 балла – студент в докладе показал небольшое (1-2) количество примеров использования приемов мерчендайзинга товара-новинки, информация в докладе частично актуальна, может ответить на часть вопросов по теме

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
					2 балла – студент в докладе показал небольшое (1-2) количество примеров использования приемов мерчендайзинга товара-новинки, информация в докладе устаревшая, с трудом может ответить на вопросы по теме 0 баллов – студент не сделал доклад, и не может ответить на вопросы по теме. (6)
6		ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в сфере мерчендайзинга Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга	Итоговая работа по анализу системы мерчендайзинга Анализ и предложения по улучшению	20 баллов – наличие полноценных ответов на все вопросы. 15 баллов – наличие ответов на все вопросы с незначительными замечаниями 10 баллов – наличие ответов на все вопросы с существенными замечаниями 5 баллов - частичные ответы на вопросы задания с существенными замечаниями (не менее 50%) 0 баллов – работа не выполнена (менее 50%) (20)
7		ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга	Итоговая работа по анализу системы мерчендайзинга	20 баллов – наличие полноценных ответов на все вопросы. 15 баллов –

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в сфере мерчендайзинга Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга		наличие ответов на все вопросы с незначительными замечаниями 10 баллов – наличие ответов на все вопросы с существенными замечаниями 5 баллов - частичные ответы на вопросы задания с существенными замечаниями (не менее 50%) 0 баллов – работа не выполнена (менее 50%) (20)
8	1.7. Упаковка продукта	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в сфере мерчендайзинга	Анализ упаковки продукта	6 баллов – студент усвоил материал, провел полноценный анализ, сделал собственные предложения по улучшению на основании анализа, может ответить на дополнительные вопросы 4 балла – студент усвоил материал, провел анализ с небольшими недочетами, сделал собственные предложения на основании анализа, может ответить на дополнительные вопросы 3 балла – студент усвоил основные положения темы, провел анализ с недочетами, может ответить на часть вопросов

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
					по теме 2 балла – студент ознакомился с материалом, провел анализ с большими недочетами, собственные предложения отсутствуют, с трудом может ответить на вопросы по теме 0 баллов – студент не ознакомился с материалом, не сделал анализ и собственные предложения, и не может ответить на вопросы по теме (6)
9	1.8. POS материалы	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в сфере мерчендайзинга	Анализ использования POS материалов в торговой точке	6 баллов – студент усвоил материал, провел полноценный анализ, сделал собственные предложения по улучшению на основании анализа, может ответить на дополнительные вопросы 4 балла – студент усвоил материал, провел анализ с небольшими недочетами, сделал собственные предложения на основании анализа, может ответить на дополнительные вопросы 3 балла – студент усвоил основные

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
					положения темы, провел анализ с недочетами, может ответить на часть вопросов по теме 2 балла – студент ознакомился с материалом, провел анализ с большими недочетами, собственные предложения отсутствуют, с трудом может ответить на вопросы по теме 0 баллов – студент не ознакомился с материалом, не сделал анализ и собственные предложения, и не может ответить на вопросы по теме (6)
10	1.9. Цветовое, световое оформление торговой точки, использование запахов и звуков	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в сфере мерчендайзинга	Анализ цветового, светового оформления торговой точки, использование запахов и звуков	6 баллов – студент усвоил материал, провел полноценный анализ, сделал собственные предложения по улучшению на основании анализа, может ответить на дополнительные вопросы 4 балла – студент усвоил материал, провел анализ с небольшими недочетами, сделал собственные предложения на основании анализа, может

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
					ответить на дополнительные вопросы 3 балла – студент усвоил основные положения темы, провел анализ с недочетами, может ответить на часть вопросов по теме 2 балла – студент ознакомился с материалом, провел анализ с большими недочетами, собственные предложения отсутствуют, с трудом может ответить на вопросы по теме 0 баллов – студент не ознакомился с материалом, не сделал анализ и собственные предложения, и не может ответить на вопросы по теме (6)
11	1.10. Планировка торгового зала и особенности выкладки отдельных групп товаров в супермаркете	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в сфере мерчендайзинга Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования	Планировка торгового зала и особенности выкладки отдельных групп товаров в супермаркете	6 баллов – студент усвоил материал, провел полноценный анализ, сделал собственные предложения по улучшению на основании анализа, может ответить на дополнительные вопросы 4 балла – студент усвоил материал, провел анализ с небольшими недочетами,

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга		сделал собственные предложения на основании анализа, может ответить на дополнительные вопросы 3 балла – студент усвоил основные положения темы, провел анализ с недочетами, может ответить на часть вопросов по теме 2 балла – студент ознакомился с материалом, провел анализ с большими недочетами, собственные предложения отсутствуют, с трудом может ответить на вопросы по теме 0 баллов – студент не ознакомился с материалом, не сделал анализ и собственные предложения, и не может ответить на вопросы по теме (6)
12	1.12. Организация мерчендайзинга в компании и создание системы оценки мерчендайзинговой активности	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в сфере	Организация мерчендайзинга в компании и создание системы оценки мерчендайзинговой активности	6 баллов – предложенный вариант решения кейса основан на очень хорошем знании материалов темы, решение обосновано, студент может ответить на дополнительные вопросы

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			мерчендайзинга Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга		4 балла – предложенный вариант решения кейса основан на хорошем знании материалов темы, решение частично обосновано, студент может ответить на дополнительные вопросы 3 балла – предложенный вариант решения кейса основан на удовлетворительном знании материалов темы, решение частично обосновано, может ответить на часть вопросов по теме 2 балла – предложенный вариант решения кейса основан на плохом знании материалов темы, решение слабо обосновано, с трудом может ответить на вопросы по теме 0 баллов – студент не провел анализ кейса, и не может ответить на вопросы по теме. (6)
				Итого	**100**

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 42.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Каждый правильный ответ - 3 балла.

Компетенция: ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Знание: Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга

1. Тест инструменты мерчендайзинга
2. Тест определения мерчендайзинга
3. Тест организация мерчендайзинга в компании
4. Тест товар-новинка
5. Тест_POSM
6. Тест_использование инструментов мерчендайзинга
7. Тест_свет, звук, запахи
8. Тест_упаковка

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Каждоые правильно выполненное задание 6 баллов.

Компетенция: ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Умение: Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в сфере мерчендайзинга

Задача № 1. Задание анализ торговой точки
Задача № 2. Задание планировка
Задача № 3. Задание_атмосфера
Задача № 4. Задание_выкладка
Задача № 5. Задание_запас в торговой точке

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: Даны ответы на все вопросы анализа торговой точки - до 20 баллов, полнота и системность ответов на вопросы анализа - до 5 баллов, наглядность представляния материалов анализа - до 5 баллов, наличие предложение по совершенствованию системы мерчендайзинга - до 5 баллов, наличие предложений по организации службы мерчендайзинга - до 5 баллов..

Компетенция: ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Навык: Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений в сфере мерчендайзинга

Задание № 1. Предложения по организации службы мерчендайзинга
Задание № 2. Предожения по совершенствованию системы мерчендайзинга
Задание № 3. Самостоятельная работа по комплексному анализу системы мерчендайзинга торговой точки

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «БГУ»)

Направление - 38.03.06 Торговое дело
Профиль - Маркетинг, продажи и логистика (Русско-китайская программа двойного дипломирования)
Кафедра менеджмента и сервиса
Дисциплина - Мерчендайзинг

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (30 баллов).
2. Задание_атмосфера (30 баллов).
3. Предожения по совершенствованию системы мерчендайзинга (40 баллов).

Составитель _____ А.Г. Рыженков

Заведующий кафедрой _____ Е.А. Шагина

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Парамонова Т. Н. Татьяна Николаевна, Рамазанов И. А. Ибрагим Агаевич Мерчандайзинг. учеб. пособие для вузов. допущено УМО по образованию в обл. маркетинга. 5-е изд, стер./ Т. Н. Парамонова, И. А. Рамазанов.- М.: КноРус, 2011.-143 с.
2. Рыженков А. Г. Мерчандайзинг. учеб. пособие/ А. Г. Рыженков.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2014.-124 с.
3. Йенс Нордфальт Ритейл-маркетинг [Электронный ресурс] : практики и исследования / Нордфальт Йенс. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2015. — 512 с. — 978-5-9614-4701-9. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/34788.html
4. Таборова А.Г. Умный мерчандайзинг (2-е издание) [Электронный ресурс] : практическое пособие / А.Г. Таборова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 161 с. — 978-5-394-01938-8. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/57168.html

б) дополнительная литература:

1. Клочкова М. С., Логинова Е. Ю., Якорева А. С. Мерчандайзинг. учеб.- практ. пособие/ М. С. Клочкова, Е. Ю. Логинова, А. С. Якорева.- М.: Дашков и К, 2009.-268 с.
2. Памбухчиянц О.В. Технология розничной торговли [Электронный ресурс] : учебник / О.В. Памбухчиянц. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 288 с. — 978-5-394-01131-3. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/60527.html
3. Парамонова Т.Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 283 с. — 978-5-394-02068-1. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/60441.html

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:
– Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: http://bgu.ru/, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
– Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников", адрес доступа: http://www.grebennikon.ru/. доступ с компьютеров сети БГУ (по IP-адресам)
– Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: https://www.iprbookshop.ru. доступ неограниченный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области маркетинга.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

• текущие консультации;

• прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий).

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

• формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);

• самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;

• подготовка к семинарам и лабораторным работам;

• выполнение домашних заданий в виде выполнения индивидуальных заданий по анализу использования инструментов мерчендайзинга в торгой точке.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:
– MS Office,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

– Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
– Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,
– Мультимедийный класс,
– Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий