Приложение 4

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»

Институт экономики

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ

протокол № 10 от 02.12.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Мерчандайзинг торговых предприятий

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Направление подготовки / специальность
38.03.06 - Торговое дело

Направленность образовательной программы
Управление торговой и логистической деятельностью

Форма обучения
очная

г. Нижний Новгород

2025 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 Мерчандайзинг торговых предприятий относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции**		**Наименование оценочного средства**	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	**Результаты обучения по дисциплине**	**Для текущего контроля успеваемости**	**Для промежуточной аттестации**
ПК-10: Способен к принятию обоснованных решений в своей профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной), исходя из расчетов целевых показателей	*ИД-1: Разрабатывает целевые показатели с учетом выбранных критериев и имеющихся ограничений для дальнейшего формирования решений* *ИД-2: Формирует альтернативные решения на основе разработанных для них целевых показателей* *ИД-3: Анализирует, обосновывает и выбирает решения, в том числе на основе экономической оценки инвестиционных проектов*	*ИД-1:* *ИД-1 ПК-10* *З1 (ПК-10) Знать основные цели и задачи мерчендайзинга* *У1 (ПК-10) Уметь формулировать критерии достижения целей и задач мерчендайзинга* *В1 (ПК-10) Владеть навыками контроля фактического достижения поставленных целевых показателей* *ИД-2:* *ИД-2 ПК-10* *З2 (ПК-10) Знать пути достижения основных целей и задач мерчендайзинга* *У2 (ПК-10) Уметь определять последовательность действий для реализации поставленных задач выбранным способом* *В2 (ПК-10) Владеть навыками определения эффективности проводимых мероприятий* *ИД-3:* *ИД-3 ПК-10* *З3 (ПК-10) Знать метод, приемы и инструменты мерчендайзинга* *У3 (ПК-10) Уметь выбирать методы, приемы и инструменты мерчендайзинга, релевантные для поставленной задачи*	*Тест* *Задания* *Опрос*	*Зачёт:* *Тест* *Задания*

		В3 (ПК-10) Владеть навыками определения взаимного влияния мероприятий, реализуемых при достижении задач мерчендайзинга		
ПК-7: Способен к организации предпринимательской деятельности в сфере торговли	*ИД-1: Управляет материальными и трудовыми ресурсами в ходе предпринимательской деятельности* *ИД-2: Взаимодействует с потребителями и заинтересованными сторонами* *ИД-3: Контролирует и оценивает эффективность предпринимательской деятельности в сфере торговли*	*ИД-1:* *ИД-1 ПК-7* *З1 (ПК-7) Знать виды материальных и трудовых ресурсов необходимых для осуществления мерчендайзинга торгового предприятия* *У1 (ПК-7) Уметь определять потребности в материальных и трудовых ресурсах, необходимых для осуществления мерчендайзина торгового предприятия* *В1 (ПК-7) Владеть навыками распределения материальных и трудовых ресурсов между задачами, необходимыми для достижения поставленных целей* *ИД-2:* *ИД-2 ПК-7* *З2 (ПК-7)Знать характеристики отдельных групп потребителей и их влияние на решение задач мерчендайзинга* *У2 (ПК-7) Уметь находить решения для оптимального удовлетворения потребностей клиентов с помощью инструментов мерчендайзинга* *В2 (ПК-7) Владеть навыками реализации принятых решений в торговых организациях разного профиля и в отношении товаров различного ассортимента* *ИД-3:* *ИД-3 ПК-7* *З3 (ПК-7) Знать методы оценки эффективности решений в сфере мерчендайзинга*	*Опрос* *Тест* *Задания*	*Зачёт:* *Тест* *Задания*

		УЗ (ПК-7) Уметь проводить сбор необходимой информации и выполнять расчеты для определения эффективности решений в сфере мерчендайзинга *ВЗ (ПК-7) Владеть навыками анализа полученных результатов*		

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	**2**
Часов по учебному плану	**72**
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	**16**
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	**16**
- КСР	**1**
самостоятельная работа	**39**
Промежуточная аттестация	**0** **Зачёт**

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	очно	очно	очно	очно	очно
Тема 1 Мерчендайзинг как современная концепция управления продажами	10	2	2	4	6
Тема 2. Мерчендайзинг пределами торговой точки.	10	2	2	4	6
Тема 3. Мерчендайзинг и организация пространства торгового зала	16	4	4	8	8
Тема 4. Мерчендайзинговый подход к выкладке товара.	15	4	4	8	7
Тема 5. Атмосфера магазина как фактор эффективной торговли	10	2	2	4	6
Тема 6. Информационная среда магазина.	10	2	2	4	6

Аттестация	0				
КСР	1			1	
Итого	72	16	16	33	39

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Мерчендайзинг как современная концепция управления продажами
Понятие, цели и задачи мерчендайзинга. Виды мерчендайзинга. Преимущества и ограничения применения мерчендайзинга. Психология и поведение потребителя. Характеристики основных групп потребителей: мужчины, женщины, дети, пожилые люди. Восприятие, внимание, убеждение, отношение. Трехуровневая концепция мерчендайзинга.
Эффективность мерчендайзинга. Коэффициенты использования площади торгового зала. Коэффициент покупки и коэффициент подхода. ABC и XYZ анализ для целей мерчендайзинга.
Категорийныймерчендайзинг и кросс-категориальный анализ.
Тема 2. Мерчендайзинг пределами торговой точки.
Вывеска: название и слоган магазина, шрифт, цвет, вид конструкции. Вход в магазин. Открытый, полуоткрытый, стандартный вход: плюсы и минусы. Особенности входов в небольшой магазин и в магазин на перекрестке. Витрины открытые и закрытые, Оформление витрины. Виды манекенов для оформления витрин. Парковки и их использование для целей мерчендайзинга. Размеры парковки, парковочный индекс. Расстановка машин на парковке.
Тема 3. Мерчендайзинг и организация пространства торгового зала
Планировка торгового зала: основные задачи. Соотношение торговых и подсобных помещений. Сегментация торгового зала (1 вариант): установочная площадь, площадь под узлами расчета, площадь для покупателей. Сегментация торгового зала (2 вариант): входная, кассовая зоны, магистраль, площадь под торговым оборудованием. Виды размещения оборудования: решетка, бутиковая, выставочная, произвольная. Сегментация торгового зала: холодная и горячая зоны.
Тема 4. Мерчендайзинговый подход к выкладке товара.
Выкладка и ее задачи. Виды выкладки: товарная и декоративная, вертикальная и горизонтальная. Горячая и холодные зоны на стеллаже. Основная точка продажи и основные принципы выкладки. Фэйсинг, правила двух пальцев, кариеса, ротации, товарного соседства, аппетитного соседства. Дополнительная точка продаж и особенности выкладки. Выкладка массовая и многотоварная, выкладка на палеттах, тележках, с использованием корзин и дисплеев. Концепции выкладки: идейная, по видам и стилям, выравнивания цен, по назначению, респектабельно - специализированная, корпоративный блок. Планнограммы. Особенности выкладки отдельных видов товаров.
Тема 5. Атмосфера магазина как фактор эффективной торговли
Сенсорный маркетинг и его использование в торговом зале. Аромамаркетинг: типы ароматов, оборудование для ароматизации, результативность применения. Аудиомаркетинг: требования к музыкальным композициям для торговых помещений, оборудование для вещания в торговом зале, соблюдение авторских прав композиторов. Возможности и результативность применения аудиомаркетинга. Освещение торговой площади.
Тема 6. Информационная среда магазина.
Реклама в местах продажи и ее задачи. Наружные и внутри магазинныеPOSматериалы. Правило оптимальности, правило KISS. Правила привлечения внимания и размещения ценников. Навигация в торговом зале. Виды информационных конструкций: напольная графика, подвесные и напольные конструкции. POSматериалы торгового зала и кассовой зоны.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:
Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

1. Мерчендайзинг торговых предприятий, https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=4193.

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-10:

Вопрос 1

При проектировании торгового центра в нем планируется разместить кинотеатр и фитнесклуб. Как это повлияет на размер парковки?

Выберите один ответ:

a. увеличится

b. не изменится

c. уменьшится

Вопрос 2

Планограмма - это

Выберите один ответ:

- a. план-схема выкладки товара на конкретном торговом оборудовании магазина.
- b. план-схема размещения торгового оборудования в зале магазина
- c. план-схема парковки магазина с указанием количества, формы и расположения машиномест

план-схема размещения товарных групп в различных зонах магазина

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-7:

Вопрос 1

Женщина проводит больше времени в магазине, если отправляются туда с:

Выберите один ответ:

- a. Подругой
- b. Детьми
- c. Мужем

Вопрос 2

Время в очереди тянется медленнее, чем время в хорошей компании. Это ощущение субъективно и связано с :

Выберите один ответ:

a. избирательным запоминанием

b. избирательным восприятием

c. избирательным искажением

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	количество правильных ответов 60% и более
не зачтено	количество правильных ответов менее 60%

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-10:

На основании представленных данных проведите АВС анализ ассортимента магазина.

Таблица 1 - Данные для АВС анализа

№	Наименование	Выручка, тыс р.	Доля %
1	Батончик Марс	1788	7,08
2	Батончик Милки Уэй	648	2,57
3	Батончик Несквик	780	3,09
4	Батончик Твикс	2460	9,74
5	Баунти молочный	1524	6,03
6	ЖР Бумер	696	2,76
7	ЖР Дирол	3120	12,35
8	ЖР Минтон	348	1,38

9	ЖР Стиморол	1020	4,04
10	ЖР Супер	516	2,04
11	Изюм	12	0,05
12	Инжир	36	0,14
13	Кетчуп Болгарский	228	0,90
14	Кетчуп Монарх	96	0,38
15	Киндер-сюрприз	144	0,57
16	Кофе Арабика	1140	4,51
17	Кофе Нескафе Голд	2052	8,12
18	Кофе р Нескафе Классик	7536	29,83
19	Кукурузные хлопья	180	0,71
20	Лапша Доширак	936	3,71
	СУММА	25260	100

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-7:

Выполните XYZ анализ

№	Наименование	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв
1	Батончик Марс	380	475	400	533
2	Батончик Милки Уэй	120	185	220	123
3	Батончик Несквик	115	200	195	270
4	Батончик Твикс	650	590	600	620
5	Баунти молочный	400	335	415	374
6	ЖР Бумер	215	141	180	160
7	ЖР Дирол	650	800	750	920
8	ЖР Минтон	80	70	95	103
9	ЖР Стиморол	200	300	200	320

10	ЖР Супер	120	150	120	126
11	Изюм	1	4	3	4
12	Инжир	9	10	10	7
13	Кетчуп Болгарский	55	60	48	65
14	Кетчуп Монарх	20	15	31	30
15	Киндер-сюрприз	30	35	50	29
16	Кофе Арабика	280	270	275	315
17	Кофе р Нескафе Голд	530	520	500	502
18	Кофе р Нескафе Классик	1790	1900	1880	1966
19	Кукурузные хлопья	50	39	45	46
20	Лапша Доширак	190	260	200	286

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Продемонстрированы основные умения. Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач. Допускаются недочеты, негрубые ошибки, выполнение заданий не в полном объеме
не зачтено	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения и базовые навыки. Имели место грубые ошибки или обучающийся отказался отвечать

5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции ПК-10:

1. Вывески: виды и требования к содержанию информации (Закон о защите прав потребителей)

2.Вывески: виды и требования с точки зрения восприятия потребителя (слоган, шрифт, цвет, размеры, расположение)

3.Вход в магазин: виды и особенности использования

4. Парковка магазина: размер и разметка, их связь с особенностями магазина

5. Входная зона и магистраль в магазине: назначение, требования, особенности

6. Кассовая и прикассовая зоны: назначение, особенности, ассортимент товаров.

7. Способы размещение оборудования в торговом зале и их влияние на покупателей.

8. Холодные и горячие зоны в магазине, золотой треугольник: понятие, значение, использование

9. Основная и дополнительная точки продаж: понятие и назначение.

10. Выкладка товара: понятие и задачи, виды и их особенности.

11. Основные правила оформления выкладки товаров.

12. Зонирование стеллажа: зоны осмотра и отбора, золотая полка, мертвая зона.

13. Правила оформления выкладки в дополнительной точке продаж.

14. Порядок размещения дополнительных точек продаж в торговом зале.

15. Коэффициенты эффективности использования площади в мерчендайзинге.

16. Коэффициенты подхода, покупки, привлекательности.

17. Группы товаров с точки зрения ABC анализа

18. Группы товаров с точки зрения XYZ анализа

19.Использование ABC XYZ анализа для целей меречндайзинга.

5.1.6 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции ПК-7:

1.Понятие, цели и задачи мерчендайзинга

2.Виды мерчендайзинга: их особенности

3.Влияние мерчендайзинга на торгово-технологические процессы

4.Наиболее и наименее привлекательные сферы для применения мерчендайзинга

5.Мерчендайзинг как наука о поведении покупателей

6.Восприятие, внимание, убеждение, отношение потребителей: выводы для мерчендайзинга

7. Атмосфера в магазине: возможности сенсорного маркетинга для увеличения продаж

8. Аромаркетинг: понятие, назначение, направления ароматизации торгового зала и продукции

9. Аудиомаркетинг: понятие, назначение, проблемы охраны интеллектуальной собственности.

10. Освещение магазинов: виды и задачи, оборудование, заказ проекта

11. POS материалы: понятие и функции, связь с увеличением объемов продаж

12. Виды POS материалов: особенности и возможности использования

13. Навигация в магазине: цели и уровни.

Критерии оценивания (оценочное средство - Опрос)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень теоретических знаний минимально допустим или выше вплоть до объема, превышающего программу подготовки. Допускаются многочисленные, но не грубые ошибки.
не зачтено	Уровень теоретических знаний ниже минимальных требований. Допущены грубые ошибки или обучающийся отказался отвечать.

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	**плохо**	**неудовлетворительно**	**удовлетворительно**	**хорошо**	**очень хорошо**	**отлично**	**превосходно**
	не зачтено		**зачтено**				
Знания	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
Умения	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетам	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов

			объеме	некоторые с недочетами	недочетами.	и, выполнены все задания в полном объеме	
Навыки	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	**превосходно**	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	**неудовлетворительно**	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-10

Вопрос 1

При проектировании торгового центра в нем планируется разместить кинотеатр и фитнесклуб. Как это повлияет на размер парковки?

Выберите один ответ:

a. увеличится

b. не изменится

c. уменьшится

Вопрос 2

Планограмма - это

Выберите один ответ:

- a. план-схема выкладки товара на конкретном торговом оборудовании магазина.
- b. план-схема размещения торгового оборудования в зале магазина
- c. план-схема парковки магазина с указанием количества, формы и расположения машиномест

план-схема размещения товарных групп в различных зонах магазина

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-7

Вопрос 1

Женщина проводит больше времени в магазине, если отправляются туда с:

Выберите один ответ:

- a. Подругой
- b. Детьми
- c. Мужем

Вопрос 2

Время в очереди тянется медленнее, чем время в хорошей компании. Это ощущение субъективно и связано с :

Выберите один ответ:

a. избирательным запоминанием

b. избирательным восприятием

c. избирательным искажением

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	количество правильных ответов 60% и более
не зачтено	количество правильных ответов менее 60%

Оценка	Критерии оценивания

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-10

Выберите какую-либо группу товаров. Насколько широким будет охват - зависит от вашего желания.

Часть по теме 2

1. Приведите примеры вывесок для предприятий торговли, предлагающих данный товар. Есть ли какие-то типичные черты шрифта, цветовой гаммы, названий и слоганов?

2. Какие конструкции применяются для вывесок? Какие конструкции применяются в случае, если магазин имеет отдельный вход с улицы / располагается в торговом центре?

3. Какой тип входной группы используется? Если магазин находится в торговом центре, то рассмотрите вход именно в магазин, а не в торговый центр.

4. Как оформляются наружные витрины? Какие предметы используются в оформлении? Как меняется оформление по сезонам?

5. Есть ли парковка? Каковы ее размеры (примерно)?

6. Сделайте краткие выводы относительно особенностей оформления рассмотренных магазинов снаружи.

Часть по теме 3

1. Приведите план магазина (один или два). Какой вариант размещения оборудования преобладает в рассматриваемых вами магазинах?

2. Укажите на одном из планов группы товаров в разных зонах магазина.

3. Укажите на одном из планов основное направление движения покупателей, горячие и холодные зоны, золотой треугольник. Внимание! Золотой треугольник не обязательно должен указывать на выбранный вами товар! Ваш товар может находиться в вершине треугольника, на одной из его сторон, внутри треугольника, вне треугольника. Это влияет на то, какое внимание ваш товар привлечет, но не на сам тругольник.

4. Сделайте краткие выводы относительно особенностей оформления рассмотренных магазинов снаружи.

5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-7

Часть по теме 4

1. На каком оборудовании выкладывают товары данной группы? Товары развешивают, раскладывают, насыпают в емкости, ставят один на один и пр?

2. Как размещают товары данной группы на оборудовании в зависимости от размера, цены, вида, бренда и других характеристик? Что располагают на уровне глаз, в зонах наибольшей доступности?

3. Как используют цвет при оформлении основной выкладки?

4. Какие правила соблюдают при выкладке товара (приведите примеры)?

5. Где размещают дополнительную выкладку товара? Как ее обычно оформляют? Какие правила соблюдают (приведите примеры)?

6.Сделайте выводы относительно особенностей выкладки товаров данной группы.

Часть по теме 5

1. Опишите (и покажите) освещение магазина: теплое или холодное, яркое или приглушенное, наличие акцентов или равномерное освещение и пр.

2. Опишите музыкальное оформление. В большинстве случаев оно имеется. Укажите характер музыки (ритмичная/плавная, громкая/тихая, знакомая/неизвестная, классическая/популярная/ детская и пр.). Что еще передают по радиосети магазина, кроме музыки?

3. Опишите ароматизацию помещения (наличие запаха, его характер, источник).

4. Применяется ли для товаров данного типа методы, направленные на вкусовые и тактильные ощущения потребителя?

5 Сделайте вывод относительно особенностей создания атмосферы магазина для данного типа товаров

Часть по теме 6

1. Какие POS материалы вы видели в магазинах, предлагающих выбранный вами вид товара?

2. Какие ценники используются в магазинах, предлагающих выбранный вами вид товара? Обратите внимание на размер, качество бумаги, цвет, форму, наличие информации.

3. Какие способы навигации вы могли наблюдать?

4. Сделайте вывод относительно особенностей информационной среды магазинов, предлагающих выбранный вами вид товара.

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень теоретических знаний минимально допустим или выше вплоть до объема, превышающего программу подготовки. Продемонстрированы основные умения. Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач. Допускаются недочеты, негрубые ошибки, выполнение заданий не в полном объеме
не зачтено	Уровень теоретических знаний ниже минимальных требований. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения и базовые навыки. Имели место грубые ошибки или обучающийся отказался отвечать

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Маркетинг в торговле : .; Учебник / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации; Российский университет кооперации; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Смоленский ф-л. - 7. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2022. - 396 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-04950-7., https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875350&idb=0.
2. Синяева И.М. Маркетинг в торговле : учебник / Синяева И.М.; Земляк С.В.; Синяев В.В. - Москва : Дашков и К, 2024. - 394 с. - ISBN 978-5-394-05667-3., https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=914047&idb=0.

Дополнительная литература:

1. Колышкина Татьяна Борисовна. Реклама в местах продаж : Учебное пособие для вузов / Колышкина Т. Б., Шустина И. В., Маркова Е. В. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2021. - 222 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-12663-1. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=761039&idb=0.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

retail.ru – портал для ретейлеров и поставщиков

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 38.03.06 - Торговое дело.

Автор(ы): Копасовская Наталья Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Чкалова Ольга Владимировна, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12 ноября 2024 года, протокол № №5.