



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»
INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

Принята на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 27 марта 2025 г. № 8)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова
27 марта 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МЕРЧАНДАЙЗИНГ

по направлению подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль)
«Управление продажами»

Приложение 4
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело,
направленность (профиль) «Управление продажами»

Рабочая программа дисциплины «Мерчандайзинг» входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Управление продажами» и предназначена для обучающихся очно-заочной формы обучения.

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Мерчандайзинг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Дисциплина «Мерчандайзинг» направлена на получение знаний закономерностей и особенностей поведения потребителей, механизмов воздействия на покупательское поведение с целью мотивации покупателей и увеличения спроса при помощи инструментов мерчандайзинга, методов и технологий продвижения товаров в торговых системах с использованием выкладки и расстановки товаров и применения нейромаркетинга.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся знаний, умений и навыков в области использования технологий мерчандайзинга.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать знания о целях, задачах и правилах мерчандайзинга;
- научиться применять инструменты мерчандайзинга;
- получение знаний, умений и навыков выбора технологий мерчандайзинга при выполнении задач, связанных с профессиональной деятельностью.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3 Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах	ИПК 3.1 Ориентируется в методах исследования и оценке покупательского спроса, и поведения потребителей	Знать: методы и технологии в области мерчандайзинга продовольственных и непродовольственных товаров. Уметь: выбирать мерчандайзинговые методы и технологии для продвижения товаров. Владеть: навыком использования инструментов оптимизации работы по продвижению продукции с использованием нейромаркетинга.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоятельн ая работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Семинары		
1.	Концепции мерчандайзинга	4	-	26	30
2.	Мерчандайзинг производителя/поставщика	4	2	31	37
3.	Мерчандайзинг в розничной торговле	4	2	31	41
Контроль: зачет					
Итого:		12	4	92	108

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Концепции мерчандайзинга

Определение, цели и задачи мерчандайзинга. Мерчандайзинг как маркетинг в стенах магазина. Комплекс маркетинга в розничной торговле. Базовые стратегии продвижения. Цели мерчандайзинга. История и развитие мерчандайзинга. Современные и будущие тенденции мерчандайзинга.

Иллюзии, связанные с понятием мерчандайзинга. Различия в целях поставщика и розничного торговца.

Выкладка товара и характеристики товара. Взаимосвязь эмоционального воздействия и импульсных покупок. Связь количества товара на полке и их продаж.

Правила мерчандайзинга. Правило ассортимента. Правило торгового запаса. Подходы к закупкам. Правила присутствия. Правило сроков хранения и ротации товара на полке. Правила эффективного расположения товара. Правило представления. Правило «лицом к покупателю» (фейсинг). Правило определения места на полках. Правило приоритетных мест. Правило эффективной презентации товара. Принцип оптимальности. Принцип помощи покупателю. Принцип kiss. Правила размещения рекламных материалов. Правила размещения ценников. Правило комфорта восприятия. Правило чистоты и аккуратности.

Тема 2. Мерчандайзинг производителя/поставщика

Цели и задачи мерчандайзинга поставщика. Задачи мерчандайзинга поставщика. Фирменный стиль мерчандайзинга. Гибкая политика мерчандайзинга.

Мерчандайзинг в структуре торгового аппарата поставщика. Мерчандайзинг и отдел продаж, отдел маркетинга и отдел дистрибуции. Обучение сотрудников правилам мерчандайзинга и особенностям поведения потребителей.

Методы мерчандайзинга поставщика. Анализ и планирование продаж. Улучшение сервиса для розничных торговцев. Наблюдение и учет особенностей магазина. Грамотная организация места продажи товара. Проведение специальных акций в магазинах.

Дизайн упаковки товара. Схема разработки дизайна упаковки. Разработка упаковки товара с точки зрения маркетолога. Упаковка. Основные критерии оценки вариантов упаковки. Принцип концентрации внимания. Выбор типа композиции. Анализ цветовых решений. Особенности восприятия цвета упаковки товара.

Тема 3. Мерчандайзинг в розничной торговле

Продвижение товара через предприятия розничной торговли Концепции продвижения товара: театральная, ценовая, экономия времени, внемагазинная торговля, информационно-ознакомительная.

Подходы к рекламе и стимулированию сбыта. Лояльность и правило пирога в мерчандайзинге. Реклама. Ценовое продвижение. Презентации, дегустации, раздачи образцов. Информационное продвижение.

Планировка и распределение розничных площадей. Планировка как способ привлечения внимания. Оформление витрины. Организация движения в торговом зале. Контраст и продвижение. Запахи и музыка. Линейная планировка. Боксовая планировка. Распределение торговых площадей. Подходы при размещении отделов/групп товаров.

Атмосфера торгового зала и применение нейромаркетинга. Использование торгового пространства. Торговое и расчетное оборудование, его форма, типы и размеры. Влияние чувственных компонентов на принятие решения покупателем (нейромаркетинг). Освещение в зале и подсветка оборудования. Цвета, используемые в интерьере. Место расположения магазина. Широта ассортимента. Уровень цен. Витрины. Наличие, подбор и громкость музыки. Запахи и температура внутри помещения. Способы привлечения внимания.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561097>

2. Гутникова, О. Н. Организация и технология торговой деятельности : учебник для вузов / О. Н. Гутникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20932-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559014>

Дополнительная литература

1. Максимец, Н. В. Мерчандайзинг с основами ассортиментной политики : учебное пособие : [16+] / Н. В. Максимец ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2017. — 100 с.: табл., схем., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483700>

5.2. Описание материально-технической базы

Учебная аудитория № 410 для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол для преподавателя) – 21 шт.;
- стулья (включая стул для преподавателя) – 41 шт.;
- моноблок с установленным программным обеспечением – 1 шт.;
- компьютерная мышь – 1 шт.;
- клавиатура – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- интерактивная доска – 1 шт.;
- доска маркерная – 1 шт.;
- шкаф для хранения оборудования – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое).

Учебная аудитория № 105 (Специализированная аудитория для лиц с ОВЗ), для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 4 шт.;
- стулья (включая стул преподавателя) – 4 шт.;
- моноблоки с установленным программным обеспечением – 4 шт.;
- компьютерные мыши – 4 шт.;

- клавиатуры – 4 шт.;
- акустический усилитель – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- МФУ – 1 шт.;
- интерактивная электронная доска на мобильной платформе – 1 шт.;
- портативная индукционная система для слабослышащих (индукционная петля) – 1 шт.;

- портативный бытовой усилитель звука – 1 шт.;
- лупа пластмассовая – 1 шт.;
- прибор письма по Брайлю – 1 шт.;
- грифель для письма по Брайлю (мужской – 1 шт., женский – 1 шт.);
- тетрадь для письма по Брайлю – 3 шт.
- бумага для письма по Брайлю – 1 пачка;
- активный захват для инвалидов – 1 шт.;
- шкаф для хранения оборудования – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

Windows (зарубежное, возмездное), MS Office (зарубежное, возмездное), Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое), Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое), графический редактор GIMP (зарубежное, свободно распространяемое), Planner 5D (российское, свободно распространяемое), Sweet Home 3D (зарубежное, свободно распространяемое), Дизайн Интерьера 3D (российское, свободно распространяемое), КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое)

Для лиц с ОВЗ:

расширенный дверной проём (не менее 900 мм), оснащенный контрастной лентой для обеспечения безопасности передвижения маломобильных и слабовидящих лиц, перед входом и внутри аудитории предусмотрена зона для разворота кресла-коляски; перед входом установлено контрастное тактильное напольное покрытие, наименование аудитории («Аудитория для лиц с ОВЗ») и номер («105») продублировано шрифтом Брайля на дверных табличках контрастного цвета.

Помещение № 113 для самостоятельной работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (в том числе, адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ), оснащенное оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 6 шт.;
- стулья (включая стул преподавателя) – 6 шт.;
- ноутбуки с установленным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института – 6 шт.;

- компьютерные мыши – 6 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- МФУ – 1 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- доска маркерная – 1 шт.;
- шкаф для хранения оборудования – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);

- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое);
- графический редактор GIMP (зарубежное, свободно распространяемое);
- Planner 5D (российское, свободно распространяемое);
- Sweet Home 3D (зарубежное, свободно распространяемое);
- Дизайн Интерьера 3D (российское, свободно распространяемое).

Аудитория расположена на 1 этаже, имеет расширенный дверной проём (не менее 900 мм), оснащенный контрастной лентой для обеспечения безопасности передвижения маломобильных и слабовидящих лиц, перед входом и внутри аудитории предусмотрена зона для разворота кресла-коляски; перед входом установлено контрастное тактильное напольное покрытие, наименование аудитории («Адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ») и номер («113») продублировано шрифтом Брайля на дверных табличках контрастного цвета.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 – научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. <https://student2.consultant.ru/> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент информационной справочной системы «КонсультантПлюс»