

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**"Чувашский государственный аграрный университет"**  
**(ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ)**

Кафедра

Экономики, менеджмента и агроконсалтинга

Рег. № 2020/38.03.07/Б1.В.ДВ.02.01

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и  
научной работе



Л.М. Корнилова

31 августа 2020 г.

рабочая программа дисциплины (модуля)

**Б1.В.ДВ.02.01**

**Мерчандайзинг потребительских товаров**

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль) Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72

в том числе:

аудиторные занятия 36

самостоятельная работа 36

Виды контроля в семестрах:

зачеты 6

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	УП	РП		
Неделя	15 1/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	8	8	8	8
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):  
к.э.н., Доц., Семенова А. Н.

Рабочая программа дисциплины  
**Мерчандайзинг потребительских товаров**

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.07 ТОВАРОВЕДЕНИЕ (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 04.12.2015 г. № 1429)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль) Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров

утвержденного учёным советом вуза от 20.05.2019 протокол № 11

утвержденного учёным советом вуза от 20.04.2020 протокол № 12

Рабочая программа дисциплины актуализирована на основании приказа от 14.07.2020 г. № 98-о и решения Ученого совета ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ (протокол № 18 от 28 августа 2020 г.) в связи с изменением наименования с федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Чувашская государственная сельскохозяйственная академия» (ФГБОУ ВО Чувашская ГСХА) на федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Чувашский государственный аграрный университет» (ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ).

В рабочую программу дисциплины внесены соответствующие изменения: в преамбуле и по тексту слова «Чувашская государственная сельскохозяйственная академия» заменены словами «Чувашский государственный аграрный университет», слова «Чувашская ГСХА» заменены словами «Чувашский ГАУ», слово «Академия» заменено словом «Университет» в соответствующем падеже.

Рабочая программа одобрена на заседании выпускающей кафедры

Протокол от 31 августа 2020 г. № 1

<b>1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
1.1	Целью дисциплины является
1.2	изучение теоретических основ
1.3	мерчендайзинга, а также рассматривается формирование стратегий мерчендайзинга предприятия с учетом особенностей природной системы
1.4	поведения потребителей и посетителей торгового предприятия; правовых основ и морально-этических норм применения технологий мерчендайзинга;
1.5	методов продаж на основе технологий мерчендайзинга.

<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП</b>	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В.ДВ.02
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Товароведение однородных групп продовольственных товаров
2.1.2	Товароведение однородных групп продовольственных товаров
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Организация предпринимательской деятельности в аграрном секторе
2.2.2	Организация торговли продовольственными товарами
2.2.3	Организация торгово-технологических процессов в аграрном секторе
2.2.4	Основы торгово-технологических процессов в розничном звене
2.2.5	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.6	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
2.2.7	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.8	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
2.2.9	Преддипломная практика

<b>3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
<b>ПК-14: способностью осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчендайзинга, принятым на предприятии, разрабатывать предложения по предупреждению и сокращению товарных потерь</b>	
<b>Знать:</b>	
	теоретические основы проведения контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке продовольственных товаров; правила и сроки хранения, транспортирования и реализации товаров; правила выкладки товаров в местах продажи согласно стандартам мерчендайзинга, принятым на предприятии; методические подходы к разработке предложений по предупреждению и сокращению товарных потерь
<b>Уметь:</b>	
	проводить контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке продовольственных товаров
<b>Владеть:</b>	
	методическими подходами к разработке предложений по предупреждению и сокращению товарных потерь

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	-понятие, назначение, принципы, объекты и субъекты мерчендайзинга, методологию его применения на предприятиях;
3.1.2	-теоретические основы проведения контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке продовольственных товаров;
3.1.3	-правила и сроки хранения, транспортирования и реализации товаров;
3.1.4	-правила выкладки товаров в местах продажи согласно стандартам мерчендайзинга, принятым на предприятии;
3.1.5	-методические подходы к разработке предложений по предупреждению и сокращению товарных потерь
3.1.6	
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	-создать конкурентное преимущество отдельных марок;

3.2.2	-эффективно представить товары на рынке;
3.2.3	-обеспечить покупателей необходимой информацией;
3.2.4	-сформировать приверженность к магазину к отдельным торговым маркам, увеличить число лояльных покупателей
3.2.5	и завоевать новых;
3.2.6	-привлечь внимание покупателя к товарам, обращать внимание на новые продукты и специальные предложения;
3.2.7	-закрепить в сознании покупателей отличительные черты марок;
3.2.8	-повысить уровень принятия решений покупателем непосредственно в точке продажи,
3.2.9	-анализировать поведение покупателей;
3.2.10	-увеличить время пребывания покупателя в магазине и число совершаемых им покупок.
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	идентификации ассортимента потребительских товаров;
3.3.2	систематизации ассортимента потребительских товаров;
3.3.3	кодирования и анализа ассортимента потребительских товаров

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте пакт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Содержание тематики курса "Мерчандайзинг потребительских товаров"</b>						
1.1	Тема 1. Основы мерчандайзинга /Лек/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.2	Тема 1. Основы мерчандайзинга /Пр/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.3	Тема 1. Основы мерчандайзинга /Ср/	6	4	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.4	Тема 2. Мерчандайзинг производителя/поставщика /Лек/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.5	Тема 2. Мерчандайзинг производителя/поставщика /Пр/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.6	Тема 2. Мерчандайзинг производителя/поставщика /Ср/	6	4	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.7	Тема3. Методы мерчандайзинга поставщика. /Лек/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.8	Тема3. Методы мерчандайзинга поставщика. /Пр/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.9	Тема3. Методы мерчандайзинга поставщика. /Ср/	6	4	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.10	Тема 4. Мерчандайзинг в розничной торговле. /Лек/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	2	проблемная лекция
1.11	Тема 4. Мерчандайзинг в розничной торговле. /Пр/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.12	Тема 4. Мерчандайзинг в розничной торговле. /Ср/	6	4	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.13	Тема 5. Правила мерчандайзинга эффективного запаса /Лек/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.14	Тема 5. Правила мерчандайзинга эффективного запаса /Пр/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.15	Тема 5. Правила мерчандайзинга эффективного запаса /Ср/	6	4	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.16	Тема 6. Правила мерчандайзинга эффективного расположения /Лек/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.17	Тема 6. Правила мерчандайзинга эффективного расположения /Пр/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	2	творческое занятие
1.18	Тема 6. Правила мерчандайзинга эффективного расположения /Ср/	6	4	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.19	Тема 7. Правила мерчандайзинга эффективной презентации /Лек/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	

1.20	Тема 7. Правила мерчайдаинга эффективной презентации /Пр/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	2	творческое занятие
1.21	Тема 7. Правила мерчайдаинга эффективной презентации /Ср/	6	4	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.22	Тема 8. Мерчайдаинг товарных групп /Лек/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.23	Тема 8. Мерчайдаинг товарных групп /Пр/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.24	Тема 8. Мерчайдаинг товарных групп /Ср/	6	4	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.25	Тема 9. Технологии построения эффективных коммуникаций в рознице /Лек/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	2	проблемная лекция
1.26	Тема 9. Технологии построения эффективных коммуникаций в рознице /Пр/	6	2	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.27	Тема 9. Технологии построения эффективных коммуникаций в рознице /Ср/	6	4	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Примерный перечень вопросов к зачету

Вопросы к зачету по курсу «Мерчайдаинг потребительских товаров»

1. Понятие и сущность мерчайдаинга.
2. Цели и задачи, объект и субъект мерчайдаинга.
3. Принципы мерчайдаинга.
4. Функции мерчайдаинга.
5. Методы мерчайдаинга.
6. Происхождение и эволюция мерчайдаинга.
7. Развитие мерчайдаинга на современном этапе.
8. Процесс принятия решения покупателем.
9. Психологические особенности человеческого восприятия.
10. Визуальный мерчайдаинг.
11. Виды организации мерчайдаинга в компании.
12. Функции отдела мерчайдаинга в компании.
13. Основные функции мерчайдаизера в торговой точке.
14. Сущность и значение торговых каналов в мерчайдаинге.
15. Понятие и виды точек продажи.
16. Категорийный мерчайдаинг.
17. Понятие эффективности мерчайдаинга.
18. Показатели эффективности мерчайдаинга.
19. Запас как принцип эффективного мерчайдаинга.
20. Расположение в торговом зале как принцип эффективного мерчайдаинга.
21. Правила представления товара как принцип эффективного мерчайдаинга.
22. Атмосфера как фактор создания привлекательного образа магазина
23. Факторы, формирующие атмосферу магазина
24. Чувственные составляющие атмосферы магазина
25. Содержание и цели внутренней планировки.
26. Сегментация площади торгового зала и расчет основных коэффициентов эффективности внутренней планировки.
27. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Анализ «холодных» и «горячих» зон.
28. Подходы к распределению площади торгового зала: зональное расположение групп товаров
29. Характеристики движения покупателей по магазину.
30. Размещение площади подсобных помещений.
31. Виды торгово-технологического оборудования.
32. Оборудование для торгового зала: корзины, тележки, системы ограждения.
33. Влияние системы размещения оборудования на управление движением покупателей внутри магазина и вид планировки торгового зала.
34. Сущность выкладки и её разновидности.
35. Общие принципы и стандарты выкладки.
36. Изучение влияния принципов выкладки товаров на изменение объемов товарооборота.
37. Сущность, виды и формы сэмплинга, значение сэмплинга в розничной торговле.
38. Понятие, значение и виды POS-материалов.
39. Сущность товарной категории.
40. Формирование категорий: принцип совместного размещения.

<b>5.2. Примерный перечень вопросов к экзамену</b>
не предусмотрено учебным планом
<b>5.3. Тематика курсовых работ (курсовых проектов)</b>
не предусмотрено учебным планом
<b>5.4. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля</b>
Тематика докладов по курсу "Мерчандайзинг потребительских товаров"
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сегментация площадей торгового зала (описать технологию расчета коэффициентов установочной площади, экспозиции товара, площади под узлами расчета, площади для движения покупательских потоков)</li> <li>2. Анализ «горячих» и «холодных» зон торгового зала (описать способы определения потокообразующих товаров (наиболее привлекательных для покупателей и пользующихся наибольшим спросом) и размещение этих товаров в торговом зале)</li> <li>3. Управление движением покупательского потока (описать технологию создания «золотого треугольника», когда товарные группы, задают направление движения по торговому залу, чтобы покупатели обходили весь магазин)</li> <li>4. Определение размера выкладки товара (определение их наилучшего месторасположения в торговом зале, с учетом особенностей презентации товаров, различного типа спроса и желательного/нежелательного соседства, а так же особенностей психологического представления покупателей о перемещении товара в пространстве)</li> <li>5. Оптимальное размещение товаров на выставочной площади торгового зала (показать технологию учета условий выбора товаров, создание удобств покупателям, для принятия ими решения о покупке и ее совершении, в том числе комплексной покупки)</li> <li>6. Методы размещения товаров (описать технологии размещения «сильный центр», «крепкие стены», «раскрутка лидера», простая сегментация; размещение импульсных (визуально привлекательных) товаров в зонах наибольшей проходимости покупательских потоков (у касс, в проходах) или для коррекции основного маршрута)</li> </ol>
Тематика рефератов «Мерчандайзинг потребительских товаров»
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности выкладки продовольственных групп товаров.</li> <li>2. Особенности выкладки непродовольственных групп товаров.</li> <li>3. Определение оптимального размера выкладки товаров.</li> <li>4. Современные тенденции технологического проектирования розничного магазина.</li> <li>5. Особенности дизайна розничного магазина.</li> <li>6. Значимость распределения торговых площадей.</li> <li>7. Распределение площади торгового зала.</li> <li>8. Специфика оформления витрин магазина.</li> <li>9. Дизайн и оформление фасада магазина.</li> <li>10. Важность вывески магазина.</li> <li>11. Оформление территории около магазина как элемент мерчандайзинга.</li> <li>12. Условия и генезис развития сэмплинга.</li> <li>13. Сэмплинг в комплексе маркетинговых исследований товаров и рынка.</li> <li>14. Задачи, связанные с проведением исследования применительно к сэмплингу.</li> <li>15. Дегустация как разновидность сэмплинга.</li> <li>16. Особенности развития сэмплинга в России.</li> </ol>

<b>6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>				
<b>6.1. Рекомендуемая литература</b>				
<b>6.1.1. Основная литература</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Синяева И. М.	Маркетинг в торговле: учебник для бакалавров	М.: Дашков и К, 2018	Электронный ресурс
<b>6.1.2. Дополнительная литература</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Алеева Г. В.	Анализ поведения потребителей: учебно-методический комплекс для студентов, обучающихся по направлению подготовки 080200.62 "Менеджмент", профиль подготовки: Маркетинг (классификация - бакалавр)	Чебоксары: ФГБОУ ВПО ЧГСХА, 2014	0
Л2.2	Панкратов Ф. Г.	Коммерческая деятельность: электронный ресурс	М.: Дашков и К, 2017	Электронный ресурс

<b>6.3.1 Перечень программного обеспечения</b>	
6.3.1.1	ОС Windows XP
6.3.1.2	SuperNovaReaderMagnifier
6.3.1.3	bCad Витрина
6.3.1.4	НашСад10.4
6.3.1.5	MapInfo
6.3.1.6	Access 2016
6.3.1.7	Project 2016
6.3.1.8	VisualStudio 2015
6.3.1.9	Office 2007 Suites
6.3.1.10	MozillaThunderbird
6.3.1.11	7-Zip
6.3.1.12	Справочная правовая система КонсультантПлюс
6.3.1.13	Электронный периодический справочник «Система Гарант»
6.3.1.14	LibreOffice
6.3.1.15	OfficeStandard 2013
6.3.1.16	OfficeStandard 2010
6.3.1.17	ОС Windows 7
6.3.1.18	ОС Windows 8
6.3.1.19	ОС Windows 10
6.3.1.20	Project Expert 7 Holding
6.3.1.21	OpenOffice 4.1.1
<b>6.3.2 Перечень информационных справочных систем</b>	
6.3.2.1	Электронная библиотечная система издательства «Лань». Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. <a href="http://e.lanbook.com">http://e.lanbook.com</a>
6.3.2.2	Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента»). Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. <a href="http://www.studentlibrary.ru">http://www.studentlibrary.ru</a>
6.3.2.3	Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
6.3.2.4	Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ <a href="http://www.biblio-online.ru">www.biblio-online.ru</a> ». Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. <a href="https://www.biblio-online.ru/">https://www.biblio-online.ru/</a>
6.3.2.5	Электронная система «Госфинансы». Полнотекстовая электронная система, постоянно пополняемая. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. <a href="http://www.gosfinansy.ru/">http://www.gosfinansy.ru/</a>
6.3.2.6	
6.3.2.7	Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ». Полнотекстовый, обновляемый. Доступ по локальной сети академии
6.3.2.8	Национальная электронная библиотека. Доступ посредством использования сети «Интернет» на 32 терминала доступа. <a href="https://нэб.рф/">https://нэб.рф/</a>

**7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Аудитория	Вид работ	Назначение	Оснащенность
35а	Лек	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (30 шт.), стулья (60 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска аудиторная (1 шт.), трибуна (1 шт.), демонстрационное оборудование (белая лаковая магнитно-маркерная доска (1 шт.), проектор Toshiba (1 шт.), ноутбук Acer (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия
45а	Лек	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (6 шт.), стулья (18 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.), стол компьютерный (10 шт.), стулья (10 шт.), демонстрационное оборудование (компьютер Intel G32603 3 GHz 3 М (10 шт.), полотно рулонное (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия
57а	Лек	Учебная аудитория	Стол преподавателя (2 шт.), парта 3-х местная со скамейкой (6 шт.), парта 4-х местная со скамейкой (6 шт.), столы ученические (4 шт.), стулья (8 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.), трибуна (1 шт.), демонстрационное оборудование (проекционный экран LUMIEN (1 шт.), проектор Acer (1 шт.), моноблок Acer (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия
37а	Пр	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (12 шт.), стулья (24 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.)
66а	Пр	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (16 шт.), стулья (30 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.), трибуна (1 шт.)
23б	СР	Помещение для самостоятельной работы	Демонстрационная техника (интерактивная доска Hitachi Starboard FX-63 D (1 шт.), ноутбук Acer Asp T2370 (1 шт.), проектор Toshiba (1 шт.)), стол полированный (3 шт.), стол ученический (7 шт.), стол компьютерный (11 шт.), стул (20 шт.), стулья, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации (10 шт.)
123	СР	Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации (19 шт.), столы (17 шт.), компьютерный стол 6-и местный (3 шт.), стулья ученические (34 шт.), стулья п/м (18 шт.), стеллажи с литературой, видеувеличитель Optelec Wide Screen (1 шт.)

**8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****1. Методические указания по освоению дисциплины для студентов очной формы обучения**

Методика изучения курса предусматривает наряду с лекциями и практическими занятиями, организацию самостоятельной работы студентов, проведение консультаций, руководство докладами студентов для выступления на научно-практических конференциях, осуществление текущего, промежуточного и итогового форм контроля.

Система знаний по дисциплине «Мерчандайзинг потребительских товаров» формируется в ходе аудиторных и внеаудиторных (самостоятельных) занятий. Используя лекционный материал, учебники и учебные пособия, дополнительную литературу, проявляя творческий подход, студент готовится к практическим занятиям, рассматривая их как пополнение, углубление, систематизация своих теоретических знаний.

Дисциплина «Мерчандайзинг потребительских товаров» изучается студентами на 2 курсе. Для освоения дисциплины студентами необходимо:

1. посещать лекции, на которых в сжатом и системном виде излагаются основы дисциплины: даются определения понятий, законов, которые должны знать студенты; раскрываются закономерности поведения экономических субъектов. Студенту важно понять, что лекция есть своеобразная творческая форма самостоятельной работы. Надо пытаться стать активным соучастником лекции: думать, сравнивать известное с вновь получаемыми знаниями, войти в логику изложения материала лектором, следить за ходом его мыслей, за его аргументацией, находить в ней кажущиеся вам слабости. Во время лекции можно задать лектору вопрос, желательно в письменной форме, чтобы не мешать и не нарушать логики проведения лекции. Слушая лекцию, следует зафиксировать основные идеи, положения, обобщения, выводы. Работа над записью лекции завершается дома. На свежую голову (пока еще лекция в памяти) надо уточнить то, что записано, обогатить запись тем, что не удалось зафиксировать в ходе лекции, записать в виде вопросов то, что надо прояснить, до конца понять. Важно соотнести материал лекции с темой учебной программы и установить, какие ее вопросы нашли освещение в прослушанной лекции. Тогда полезно обращаться и к учебнику. Лекция и учебник не заменяют, а дополняют друг друга.

2. посещать практические занятия, к которым следует готовиться и активно на них работать. Задание к практическому занятию выдает преподаватель. Задание включает в себя основные вопросы, задачи, тесты и рефераты для самостоятельной работы, литературу. Практические занятия начинаются с вступительного слова преподавателя, в котором называются цель, задачи и вопросы занятия. В процессе проведения занятий преподаватель задает основные и дополнительные вопросы, организует их обсуждение. На практических занятиях решаются конкретные задачи по

организации труда на основе отчетности, разбираются тестовые задания и задания, выданные для самостоятельной работы, заслушиваются реферативные выступления. Студенты, пропустившие занятие, или не подготовившиеся к нему, приглашаются на консультацию к преподавателю. Практическое занятие заканчивается подведением итогов: выводами по теме и выставлением оценок.

3. систематически заниматься самостоятельной работой, которая включает в себя изучение нормативных документов, материалов учебников и статей из экономической литературы, решение задач, написание докладов, рефератов, эссе. Задания для самостоятельной работы выдаются преподавателем.

4. под руководством преподавателя заниматься научно-исследовательской работой, что предполагает выступления с докладами на научно-практических конференциях и публикацию тезисов и статей по их результатам.

5. при возникающих затруднениях при освоении дисциплины «Мерчандайзинг потребительских товаров», для неуспевающих студентов и студентов, не посещающих занятия, проводятся еженедельные консультации, на которые приглашаются неуспевающие студенты, а также студенты, испытывающие потребность в помощи преподавателя при изучении дисциплины.

Рекомендации по подготовке к лекциям. При подготовке к очередному лекционному занятию необходимо:

1. Максимально подробно разработать материал, излагавшийся на предыдущем лекционном занятии, при этом выделить наиболее важную часть изложенного материала (основные определения и формулы).

2. Постараться запомнить основные формулы.

3. Постараться максимально четко сформулировать (подготовить) вопросы, возникшие при разборе материала предыдущей лекции.

4. Сравнить лекционный материал с аналогичным материалом, изложенным в литературе, попытаться самостоятельно найти ответ на возникшие при подготовке вопросы.

Желательно:

1. Изучая литературу, ознакомится с материалом, изложение которого планируется на предстоящей лекции.

2. Определить наиболее трудную для вашего понимания часть материала и попытаться сформулировать основные вопросы по этой части.

Изучение наиболее важных тем или разделов учебной дисциплины завершают практические и лабораторные занятия, которые обеспечивают: контроль подготовленности студента; закрепление учебного материала; приобретение опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, в том числе аргументации и защиты выдвигаемых положений и тезисов.

Практическому занятию предшествует самостоятельная работа студента, связанная с освоением материала, полученного на лекциях, и материалов, изложенных в учебниках и учебных пособиях, а также литературе, рекомендованной преподавателем.

Рекомендации по подготовке к лабораторным занятиям. При подготовке к практическим занятиям необходимо:

1. Выучить основные формулы и определения, содержащиеся в лекционном материале.

2. Уточнить область применимости основных формул и определений.

3. Приложить максимум усилий для самостоятельного выполнения домашнего задания.

4. Максимально четко сформулировать проблемы (вопросы), возникшие при выполнении домашнего задания.

Желательно:

1. Придумать интересные на наш взгляд примеры и задачи (ситуации) для рассмотрения их на предстоящем практическом занятии.

2. Попытаться выполнить домашнее задание, используя методы, отличные от тех, которые изложены преподавателем на лекциях (лабораторных занятиях). Сравнить полученные результаты.

Требования, предъявляемые к выполнению контрольных заданий. При выполнении контрольных заданий следует:

1. Получить четкий ответ на все вопросы, содержащиеся в контрольном задании.

2. Максимально четко изложить способ выполнения контрольного задания.

3. Оформить задание в соответствии с предъявленными требованиями.

4. По возможности, осуществить проверку полученных результатов.

По согласованию с преподавателем или по его заданию студенты могут готовить рефераты по отдельным темам дисциплины.

Основу докладов составляет, как правило, содержание подготовленных студентами рефератов. Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает по результатам тестирования и зачета. Тестирование организовывается в компьютерных классах. Все вопросы тестирования обсуждаются на лекционных и практических занятиях. Подготовка к зачету предполагает изучение конспектов лекций, рекомендуемой литературы и других источников, повторение материалов практических занятий.

## ПРИЛОЖЕНИЯ