

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.10 «МЕРЧЕНДАЙЗИНГ»

1. Место дисциплины в структуре рабочей программы.

Рабочая программа учебной дисциплины Мерчендайзинг является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Программа учебной дисциплины Мерчендайзинг может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области экономики и управления.

Учебная дисциплина Мерчендайзинг товаров входит в профессиональный цикл.

2. Цель изучения дисциплины.

Учебная дисциплина «Мерчендайзинг» обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям). Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01-07, ПК 2.5. - ПК 2.7

3. Структура дисциплины

Курс Мерчендайзинг состоит из пяти разделов:

раздел 1. Основы мерчендайзинга

раздел 2. Психология потребителя

раздел 3. Методология применения мерчендайзинга в розничном торговом предприятии

раздел 4. Методы продажи товаров на основе принципов мерчендайзинга

раздел 5. Мерчендайзинговый подход к планировке торгового зала и выкладке товаров

Весь курс разделен на теоретическое и практическое изучение дисциплины. Выполнение практических работ рассчитано на 28 часов.

4. Требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения дисциплины документационное обеспечение управления обучающийся **должен уметь:**

- применять технологии мерчендайзинга в торгово - технологическом процессе торгового предприятия;
- управлять поведением покупателей на основе восприятий и ощущений;
- распределять познавательные ресурсы посетителей в пространстве торгового зала и во времени;
- распределять площадь торгового зала на зоны адекватно поведению посетителей и регулировать покупательские потоки;
- применять в технологиях мерчендайзинга продажу товаров по «методу А,В,С»;
- выбрать оптимальный вариант размещения отдела;
- применять мерчендайзинговые технологии при выкладке товаров в торговом зале;

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся **должен знать:**

- действующие законодательства, регулирующие коммерческую деятельность;
- историю и причины возникновения мерчендайзинга;
- понятие, сущность, значение, цели и задачи мерчендайзинга;
- стадии поведения покупателя в торговом зале магазина, характеристику типов покупателей, теорию рефлексов;
- подходы и принципы распределения площади торгового зала и регулирование покупательских потоков;
- классификацию товаров с точки зрения мерчендайзинга;
- особенности продажи товаров по «методу А,В,С»;
- особенности продажи товаров по методу импульсивных покупок;
- правила размещения оборудования в соответствии с технологиями мерчендайзинга;
- основные принципы и требования к выкладке товаров в торговом зале.

В результате освоения данной программы среднего профессионального образования выпускник должен обладать следующими общими компетенциями (ОК), включающими в себя способность (по базовой подготовке):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Менеджер по продажам должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующим им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

5. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 60 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 40 часов, самостоятельной учебной работы 20 часов.

6. Форма контроля

Итоговая аттестация – дифференцированный зачет

Составитель – Аверьянова Марина Владимировна, преподаватель.