

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет
имени Коста Левановича Хетагурова»



УТВЕРЖДАЮ

проректор по учебной
работе

A. M. Digurva А.М. Дигурова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Мерчендайзинг»

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Владикавказ 2017

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению 38.03.07 Товароведение, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 04 декабря 2015 г., N1429 (ред. от 20.04.2016 г.), учебным планом подготовки бакалавра по направлению 38.03.07 Товароведение утвержденным ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» от 27.04. 2017 г., протокол № 11.

Составитель: к.т.н., доцент Ибрагимова О.Т.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры товароведения и технологии продуктов питания

(протокол № 8 от «19» июня 2017 г.)

Заведующий кафедрой _____  Ибрагимова З.Р.

Одобрена советом факультета химии, биологии и биотехнологии
(протокол № 10 от «30» июня 2017 г.)

Председатель _____  Агаева Ф.А.

1. Структура, и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
Курс	3	4
Семестр	5	-
Лекции	36	4
Практические (семинарские) занятия	18	6
Лабораторные занятия	-	-
Консультации	-	-
Итого аудиторных занятий	54	10
Самостоятельная работа	54	94
Курсовая работа		-
Форма контроля		
Экзамен	-	-
Зачет	зачет	4
Общее количество часов	108	108

2 Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Мерчендайзинг» является приобретение теоретических знаний и практических умений и навыков в области мерчендайзинга, а также формирование стратегий мерчендайзинга предприятия с учетом особенностей природной системы поведения потребителей и посетителей торгового предприятия; правовых основ и морально-этических норм применения технологий мерчендайзинга; методов продаж на основе технологий мерчендайзинга.

Задачи дисциплины:

- формирование ассортиментной политики;
- наиболее оптимальное и удобное размещение оборудования, отделов, секций, товаров в сочетании с информационным сопровождением и формирование ситуаций в торговом зале;
- создание благоприятной атмосферы магазина;
- содействие продажам товаров и их марок;
- разработка и внедрение рациональной планировки торгового зала, и размещение товаров;
- разработка и применение средств и методов мерчендайзинга для продвижения отдельных товаров или их комплексов.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Б1.В.ДВ.12.02 Вариативная часть. Дисциплины по выбору.

Дисциплина имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами ОПОП. Для изучения учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и владения навыками, формируемые предшествующими дисциплинами: «Экономика» (ОК-3, ОПК-4); «Маркетинг» (ПК-5, ПК-6, ПК-7); «Бизнес-статистика» (ОПК-4, ОПК-5, ПК-1); «Теоретические основы товароведения и экспертизы» (ОПК-1, ОПК-5, ПК-8); «Экономика предприятия» (ОК-3, ОПК-4, ПК-4, ПК-10).

Для освоения данной учебной дисциплины (УД) студент должен:

знать:

- основные категории и понятия экономики (ОК-3);
- историческую и философскую области знания в их логической целостности и последовательности, предполагающих систематизацию основных принципов, законов, категорий; профессиональные функции в соответствии с направлением и профилем подготовки (ОПК-1);

- основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук и возможности их использования при решении практических задач в профессиональной деятельности (ОПК-4);
- современный уровень организации торгово-технологических процессов (ОПК-5);
- критерии выбора поставщиков потребительских товаров (ПК-1);
- основы товарного менеджмента и товарную логистику (ПК-4);
- принципы формирования ассортимента и управления товарными потоками на всех этапах товародвижения (ПК-4);
- принципы товарного менеджмента и маркетинга в организации товароведной и коммерческой деятельности (ПК-5);
- основные характеристики товаров и методы управления товарными потоками на всех этапах товародвижения (ПК-6);
- методы изучения и анализа потребительского рынка товаров, формирования спроса и стимулирования сбыта (ПК-7);
- ассортимент потребительских товаров (ПК-8);
- факторы, формирующие, обеспечивающие и сохраняющие качество и безопасность на всех этапах жизненного цикла товаров (ПК-8);
- номенклатуру потребительских свойств и показатели качества и безопасности однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров (ПК-8);
- ценообразующие характеристики товаров (ПК-10);
- основы оценки рыночной стоимости товаров с учетом потребительских свойств товаров (ПК-10);

уметь:

- использовать основные положения и методы экономической науки в профессиональной деятельности (ОК-3);
- формулировать задачи и цели современного товароведения; осуществлять организацию работы торгового предприятия, проводить его позиционирование (ОПК-1);
- применять принципы и законы гуманитарных наук, формы и методы научного познания в профессиональной деятельности (ОПК-4);
- использовать гуманитарные, социальные и экономические знания для анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач (ОПК-4);
- применять достижения естественнонаучных дисциплин для организации торгово-технологических процессов (ОПК-5);
- анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства (ПК-1);
- осуществлять закупки и реализацию сырья и потребительских товаров (ПК-4);
- применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке и реализации товаров (ПК-5);
- анализировать ассортимент предприятия, формулировать ассортиментную политику, изучать потребительский спрос (ПК-6);
- изучать и анализировать спрос и разрабатывать предложения по оптимизации торгового ассортимента (ПК-7);
- определять показатели ассортимента и качества товаров (ПК-8);
- проводить анализ потребительских свойств (ПК-10);
- проводить оценку рыночной стоимости товаров с учетом ситуации, складывающейся на рынке (ПК-10);

владеть:

- культурой мышления, способностью к восприятию, анализу, обобщению информации, постановке целей и выбору путей ее достижения (ОК-3);
- навыками саморазвития и методами повышения квалификации (ОПК-1);

- навыками использования различных социально-экономических методов при решении профессиональных задач (ОПК-4);
- методологией оценки качества товаров физическими, химическими, физико-химическими и биологическими методами анализа (ОПК-5);
- практикой выбора поставщиков потребительских товаров (ПК-1);
- методами управления товарами в сфере обращения (ПК-4);
- методами продвижения товаров (ПК-5);
- навыками управления основными характеристиками товаров на всех этапах жизненного цикла с целью оптимизации ассортимента, сокращения товарных потерь и сверхнормативных товарных запасов (ПК-6);
- методами анализа спроса и управления ассортиментом товаров в торговом предприятии (ПК-7);
- методами классификации и кодирования товаров, методами и средствами определения показателей ассортимента и качества товаров и способами сохранения качества товаров (ПК-8);
- практическими навыками определения ценообразующих характеристик товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости с учетом конъюнктуры рынка (ПК-10).

Дисциплина является основой для изучения последующих дисциплин «Технология хранения и транспортирования продовольственных товаров», «Технология хранения и транспортирования непродовольственных товаров», «Оборудование торгового предприятия», «Товароведение однородных групп продовольственных товаров», «Товароведение однородных групп непродовольственных товаров», «Организация закупочной деятельности в торговле», а также при выполнении курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями (результатами освоения образовательной программы):

Коды компетенций	Содержание компетенций
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

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП

Коды компетенций ОПОП	Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП		
	<i>знать</i>	<i>уметь</i>	<i>владеть</i>
ПК -14	- знать основные принципы, функции, правила и инструменты, технологии и современные тенденции развития мерчендайзинга; - требования к упаковке и маркировке, правила и сроки хранения, транспортирования и	- уметь разрабатывать и применять средства и методы мерчендайзинга для продвижения товаров; - анализировать и прогнозировать поведение потребителей в местах продаж.	- владеть навыками выполнения технологических операций по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации; - навыками проводить экспертизу ценности товара из всего

	реализации товаров; - психологические аспекты поведения покупателя в магазине.		ассортимента; - навыками подготовки товарно-выставочных материалов; - способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей.
--	---	--	---

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины (для студентов ОФО)

Таблица 5.1

Ном ер неде ли	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Кол-во баллов		Литература
		лек	пр	Содержание	Часы		min	max	
1-2	Тема: «Цели и задачи мерчендайзинга». Что такое мерчендайзинг: связь с другими научными дисциплинами. Цели и задачи мерчендайзинга. Мерчендайзеры. Требования к профессиональной деятельности.	4	2	Мерчендайзеры. Требования к профессиональной деятельности. Принципы формирования потребительских решений.	6	устный ответ, работа на практических занятиях	0	4	[1],[7], [10], [11], [12]
3-4	Тема: «Внутренняя планировка магазина». Планировка магазина. Требования к торговым зданиям. Последовательность размещения отделов и секций. Распределение площади подсобных помещений.	4	2	Распределение площадей торгового зала для удобства посетителей.	6	устный ответ, работа на практических занятиях	0	4	[1],[2], [3], [4],[5],[6],[7], [9], [10],[12]
5-6	Тема: «Торговое оборудование». Неохлаждаемое торговое оборудование. Торговое холодильное оборудование. Торговое измерительное оборудование.	4	2	Ощущение и восприятие товаров. Правила размещения товаров на торговом оборудовании.	6	устный ответ, обсуждение рефератов	0	4	[1],[2], [3], [7], [8], [9],[10], [11], [12]
7-8	Тема: «Холодильное оборудование». Охлаждаемые витрины. Холодильные шкафы. Бонеты и гондолы. Вспомогательное оборудование для торговых залов.	4	2	Холодильное оборудование.	6	устный ответ, обсуждение рефератов	0	4	[1],[2], [3], [5], [6], [7],[10], [11], [12]
9-10	Тема: «Выкладка товаров». Виды выкладки товаров. Роль выкладки товаров на предприятии торговли. Принципы выкладки товаров.	4	2	Отличительные признаки выкладки. Влияние спроса на выкладку товара.	6	устный ответ, работа на практических занятиях	0	4	[1],[3], [5], [6], [7]
9	Текущая работа студентов						0	25	
	1-ое рубежное компьютерное тестирование						0	25	
11-12	Тема: «Категории в мерчендайзинге». Формирование категорий. Правила сочетания товаров в категории. Виды товарных категорий.	4	2	Формирование категорий.	6	устный ответ, обсуждение рефератов	0	5	[1],[2], [3], [4], [5], [6],[7], [8], [9], [10]]
13-14	Тема: «Управление сезонными продажами в мерчендайзинге». Торговля в весеннее время. Торговля в осеннее время. Торговля в зимнее время. Торговля в летнее время. Планировка сезонного мерчендайзинга.	4	2	Управление продажами.	6	устный ответ, работа на практических занятиях	0	5	[1],[2], [3], [4], [5], [6],[7], [8], [10]
15-16	Тема: «Процесс принятия решения о покупке». Этапы принятия решений. Потребительские мотивации к покупке. Типы товаров. Импульсные покупки.	4	2	Процессы принятия решений.	6	устный ответ, обсуждение рефератов	0	5	[1],[3], [5], [6], [8],[10], [11], [12]

17-18	<u>Тема:</u> «Стимулирование сбыта». Средства стимулирования сбыта. Роль рекламы в местах продажи товаров. Эффективность рекламы и информации о товаре.	4	2	Роль рекламы в торговле. Эффективность рекламы в торговле.	6	устный ответ, работа на практических занятиях	0	5	[1],[2], [3], [4], [5], [6],[7], [8], [9]
Текущая работа студентов							0	25	
2-ое рубежное компьютерное тестирование							0	25	
ИТОГО		36	18		54		0	100	

5.1 Содержание и учебно-методическая карта дисциплины (для студентов ЗФО)

Таблица 5.2

№ п/п	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Литература
		лек	пр	Содержание	Часы		
1	<u>Тема:</u> «Цели и задачи мерчендайзинга. Внутренняя планировка магазина. Торговое оборудование».	2	2	Мерчендайзеры. Требования к профессиональной деятельности. Принципы формирования потребительских решений. Распределение площадей торгового зала для удобства посетителей. Ощущение и восприятие товаров. Правила размещения товаров на торговом оборудовании.	46	устный ответ, работа на практических занятиях	[1],[7], [8], [9], [10]
2	<u>Тема:</u> «Выкладка товаров. Категории в мерчендайзинге. Процесс принятия решения о покупке. Стимулирование сбыта».	2	4	Отличительные признаки выкладки. Влияние спроса на выкладку товара. Формирование категорий. Управление продажей. Процессы принятия решений. Роль рекламы в торговле. Эффективность рекламы в торговле.	48	устный ответ, работа на практических занятиях	[1],[2], [3], [4],[6],[7],[8], [9], [10],[12]
ИТОГО		4	6		94		

6. Образовательные технологии

При изучении дисциплины проводятся лекции и практические (семинарские) занятия в традиционной форме и с использованием современных интерактивных технологий (табл.6.1).

Таблица 6.1

№ п	Тема	Вид занятия	Активные формы	Интерактивные формы
1.	Внутренняя планировка магазина	Лекция	-	Лекция-диалог
2.	Торговое оборудование	Практическое	Опрос, выполнение практической работы	-
3.	Холодильное оборудование	Практическое	Опрос, выполнение практической работы	-
4.	Выкладка товаров	Практическое	-	Дискуссия
5.	Управление сезонными продажами в мерчендайзинге	Практическое	-	Метод «Мозгового штурма»
6.	Процесс принятия решения о покупке	Лекция	-	Лекция-диалог

Лекция-диалог – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции.

Дискуссия - целенаправленное, коллективное обсуждение конкретной проблемы (ситуации), сопровождающееся обменом идеями, опытом, суждениями, мнениями в составе группы. Дискуссия предусматривает обсуждение какого - либо вопроса или группы связанных вопросов с намерением достичь взаимоприемлемого решения. Дискуссия является разновидностью спора, близкой к полемике, и представляет собой серию утверждений, по очереди высказываемых участниками.

Метод «Мозгового штурма» («мозговая атака») – это простой способ генерирования идей для разрешения проблемы. При этом принимается любой ответ обучающегося на заданный вопрос. Важно не давать оценку высказываемым точкам зрения сразу, а принимать все и записывать мнение каждого на доске или листе бумаги. Участники должны знать, что от них не требуется обоснований или объяснений ответов. Во время мозгового штурма участники свободно обмениваются идеями по мере их возникновения таким образом, что каждый может развивать чужие идеи.

Примечания:

1. Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.

2. В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте, а также с использованием Webex, платформы дистанционного обучения Moodle, личный кабинет студента на сайте СОГУ, других элементов ЭИОС СОГУ.

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется на протяжении изучения всей дисциплины в соответствии с утвержденной в учебном плане трудоемкостью (для очной формы обучения 54 часа) и состоит из:

- работы студентов с лекционными материалами, поиска и анализа литературы и электронных источников информации по заданной теме;
- выполнения заданий для самостоятельной работы в ЭИОС СОГУ;
- изучения теоретического, правового и статистического материала для подготовки к семинарским занятиям;
- подготовки к зачету.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1 и 5.2 (для ЗФО).

Методические рекомендации по написанию рефератов

Реферат — письменная работа по определенной научной проблеме, краткое изложение содержания научного труда или научной проблемы. Он является действенной формой самостоятельного исследования научных проблем на основе изучения текстов, специальной литературы, а также на основе личных наблюдений, исследований и практического опыта. Реферат помогает выработать навыки и приемы самостоятельного научного поиска, грамотного и логического изложения избранной проблемы и способствует приобщению студентов к научной деятельности.

Последовательность работы:

1. Выбор темы исследования. Тема реферата выбирается студентом на основе его научного интереса. Также помощь в выборе темы может оказать преподаватель.

2. Планирование исследования. Включает составление календарного плана научного исследования и плана предполагаемого реферата. Календарный план исследования включает следующие элементы: выбор и формулирование проблемы, разработка плана исследования и предварительного плана реферата; сбор и изучение исходного материала, поиск литературы; анализ собранного материала, теоретическая разработка проблемы; сообщение о предварительных результатах исследования; литературное оформление исследовательской проблемы; обсуждение работы (на семинаре и т. п.).

План реферата характеризует его содержание и структуру. Он должен включать в себя: введение, где обосновывается актуальность проблемы, ставятся цель и задачи исследования; основная часть, в которой раскрывается содержание проблемы; заключение, где обобщаются выводы по теме и даются практические рекомендации.

3. Поиск и изучение литературы. Для выявления необходимой литературы следует обратиться в библиотеку или к преподавателю. Подбранную литературу следует зафиксировать согласно ГОСТ по библиографическому описанию произведений печати.

Для разработки реферата достаточно изучение 4-5 важнейших статей по избранной проблеме. При изучении литературы необходимо выбирать материал, не только подтверждающий позицию автора реферата, но и материал для полемики.

4. Обработка материала. При обработке полученного материала автор должен: систематизировать его по разделам; выдвинуть и обосновать свои гипотезы; определить свою позицию, точку зрения по рассматриваемой проблеме; уточнить объем и содержание понятий, которыми приходится оперировать при разработке темы; сформулировать определения и основные выводы, характеризующие результаты исследования; окончательно уточнить структуру реферата.

5. Оформление реферата. При оформлении реферата рекомендуется придерживаться следующих правил: Следует писать лишь то, чем автор хочет выразить сущность проблемы, ее логику; Писать строго последовательно, логично, доказательно (по схеме: тезис – обоснование – вывод); Писать ярко, образно, живо, не только вскрывая истину, но и отражая свою позицию, пропагандируя полученные результаты; Писать осмысленно, соблюдая правила грамматики, не злоупотребляя наукообразными выражениями.

Реферат выполняется в соответствии с требованиями стандартов, разработанных для данного вида документов. Работа должна быть выполнена на белой бумаге стандартного листа А4. Текст должен быть отпечатан на компьютере в текстовом редакторе Microsoft Word и отвечать следующим требованиям: параметры полей страниц должны быть в пределах: верхнее и нижнее – по 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм, шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – полуторный. Лента принтера – только чёрного цвета. Нумерация страниц в реферате должна быть сквозной, начиная с третьей страницы. Номер проставляется арабскими цифрами вверху каждой страницы справа.

При изложении материала необходимо придерживаться принятого плана.

Библиографический список составляется на основе источников, которые были просмотрены и изучены студентом при написании реферата. Данный список отражает самостоятельную творческую работу студента, что позволяет судить о степени его подготовки и углублении в выбранную тематику. Вся использованная литература размещается в следующем порядке: законодательные акты, постановления, нормативные документы; вся учебная литература в алфавитном порядке, затем средства периодической печати в алфавитном порядке; источники из сети Интернет.

Методические рекомендации по созданию мультимедийной презентации

Структура и содержание презентации – это личное творчество автора. Полезно использовать шаблоны оформления для подготовки компьютерной презентации.

Слайды желательно не перегружать текстом, лучше разместить короткие тезисы. На слайдах необходимо демонстрировать небольшие фрагменты текста доступные для чтения на расстоянии; 2-3 фотографии или рисунка. Наиболее важный материал лучше выделить.

Таблицы с цифровыми данными плохо воспринимаются со слайдов, в этом случае цифровой материал, по возможности, лучше представить в виде графиков и диаграмм.

Не следует излишне увлекаться мультимедийными эффектами анимации. Особенно нежелательны такие эффекты как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста и т.д. Оптимальная настройка эффектов анимации – появление, в первую очередь, заголовка слайда, а затем — текста по абзацам. При этом если несколько слайдов имеют одинаковое название, то заголовок слайда должен постоянно оставаться на экране.

Чтобы обеспечить хорошую читаемость презентации необходимо подобрать темный цвет фона и светлый цвет шрифта. Нельзя также выбирать фон, который содержит активный рисунок.

Желательно подготовить к каждому слайду заметки по докладу. Затем распечатать их и использовать при подготовке или на самой презентации. Можно распечатать некоторые ключевые слайды в качестве раздаточного материала.

Необходимо обязательно соблюдать единый стиль оформления презентации и обратить внимание на стилистическую грамотность.

Следует пронумеровать слайды. Это позволит быстро обращаться к конкретному слайду в случае необходимости.

Рекомендации по содержанию и структуре слайдов мультимедийной презентации:

1-й слайд (титульный), на фоне которого студент представляет тему проекта, ФИО и научного руководителя.

2-й слайд. Включает в себя объект, предмет и гипотезу исследования.

3-й слайд. Содержит цель и задачи исследования. Цель проекта должна быть написана на экране крупным шрифтом. Здесь же, если позволяет место, можно написать и задачи. Задачи могут быть представлены и на следующем слайде.

4-й - слайд. Содержит структуру работы, которую можно предоставить, например, в виде графических блоков со стрелками. А также – перечисление применяемых методов и методик.

5-й - слайд. Представляется содержание и теоретическая значимость проекта. Суть решаемой проблемы может быть представлена в виде схем, таблиц, диаграмм, графиков, фотографий, фрагментов фильмов и т.п. На теоретическую часть представления проекта должно быть создано несколько слайдов.

6-й - слайд. Возможности применения результатов работы на практике. На эту тему также должно быть несколько слайдов.

7-й слайд. Главные выводы, итоги, результаты проекта целесообразно поместить на отдельном слайде. При этом не следует перечислять то, что было сделано, а лаконично изложить суть значимости проекта или полученных результатов исследования.

Последний слайд. В конец презентации желательно поместить слайд с текстом «Спасибо за внимание!».

Методические указания по проведению практических занятий по дисциплине «Мерчендайзинг»

Дисциплина «Мерчендайзинг» читается в течение семестра два часа в неделю, семинарские/практические занятия проводятся в объеме один час в неделю.

Семинарские/практические занятия призваны научить студента самостоятельно работать с учебными текстами, анализировать материал. В начале занятия рекомендуется рассмотреть соответствующий теоретический материал. Затем идет практический разбор изучаемого материала, разбирается каждый конкретный пример.

В начале практического занятия следует обратить внимание на теоретические вопросы по теме занятия. Первоначально идет опрос теоретического материала темы занятия. Затем в ряде вопросов преподавателя следует сконцентрировать внимание на основных идеях темы занятия. Вопросы должны включать в себя различные вариации элементарных ситуаций, отображающих основные идеи темы занятия в их взаимной взаимосвязи. Задаваемые вопросы должны быть короткими и максимально проявлять в студентах их сообразительность.

Устный опрос является одним из основных способов учета знаний студентов.

Различают фронтальный, индивидуальный и комбинированный опрос.

Фронтальный опрос проводится в форме беседы преподавателя с группой.

Он органически сочетается с повторением пройденного, являясь средством для закрепления знаний и умений. Его достоинство в том, что на активную умственную работу можно вовлечь всех студентов группы. Для этого вопросы должны допускать краткую форму ответа, быть лаконичными, логически взаимосвязанными друг с другом,

даны в такой последовательности, чтобы ответы студентов в совокупности могли раскрыть содержание раздела, темы. С помощью фронтального опроса преподаватель имеет возможность проверить выполнение студентами домашнего задания, выяснить готовность группы к изучению нового материала, определить сформированность основных понятий, усвоение нового учебного материала, который был только что разобран на занятии.

Индивидуальный опрос предполагает обстоятельные, связные ответы студентов на вопрос, относящийся к изучаемому учебному материалу, поэтому он служит важным учебным средством развития речи, памяти, мышления студентов. Чтобы сделать такую проверку более глубокой, необходимо ставить перед студентами вопросы, требующие развернутого ответа.

Вопросы для индивидуального опроса должны быть четкими, ясными, конкретными, емкими, иметь прикладной характер, охватывать основной, ранее пройденный материал программы. Их содержание должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать, доказывать, подбирать убедительные примеры, устанавливать причинно-следственные связи, делать обоснованные выводы и этим способствовать объективному выявлению знаний студентов.

Вопросы обычно задают всей группе и после небольшой паузы, необходимой для того, чтобы студенты поняли его и приготовились к ответу, вызывают для ответа конкретного студента.

Письменная проверка наряду с устной является важнейшим методом контроля знаний, умений и навыков студентов. Однородность работ, выполняемых студентами, позволяет предъявлять ко всем одинаковые требования, попытаться объективности оценки результатов обучения. Применение этого метода дает возможность в наиболее короткий срок одновременно проверить усвоение учебного материала всеми студентами группы, определить направления для индивидуальной работы с каждым.

Письменная проверка используется во всех видах контроля и осуществляется как в аудиторной, так и во внеаудиторной работе (выполнение домашних заданий).

Методические рекомендации по использованию информационно-коммуникативных технологий обучения

Для изучения лекционного материала дисциплины применяются аудиовизуальные (мультимедийные) технологии, которые не отрицают традиционные, проверенные временем методы преподавания, но, при этом, они повышают наглядность, информативность, оперативность в подаче информации, позволяют экономить время занятий.

Каждое семинарское занятие имеет свою особую форму проведения, свою методологическую специфику, что позволяет развивать у студентов различные как общекультурные, так и профессиональные компетенции. Постановка проблемы, разбор актуальных конкретных и гипотетических ситуаций, создание атмосферы диалога между преподавателем и группой позволяет работать индивидуально и в малых группах, коллективно обсуждать определенный тематический материал, а также инициировать самостоятельную работу студентов. При осмыслении содержания вопросов практических занятий преследуется цель соблюдать преемственность в профессиональном и в творческом развитии студентов.

Контроль самостоятельной работы студентов призван сделать процесс обучения более целостным и органичным. Его задача не оставить без внимания даже, на первый взгляд, малозначительные вопросы.

Компьютерное тестирование позволяет осуществлять итоговый контроль знаний студентов. Тестовый материал включает в себя содержание вопросов по каждому из обозначенных программой разделов.

Каждый вопрос предполагает несколько вариантов ответов, среди которых имеются абсолютно неверный, правильный и в большей или меньшей степени раскрывающий сущность вопроса. В процессе компьютерного тестирования задача студентов определяется как выбор правильного ответа из многообразия вариантов. В тестовых заданиях есть вопросы на соответствие. В процессе компьютерного тестирования, задача студента определяется как выбор правильного ответа из многообразия вариантов.

Вопросы и темы, отводимые на выполнение самостоятельной работы по дисциплине, а также критерии оценивания по каждому виду работы содержатся в разделе 8 РПД.

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Рабочая программа предусматривает проведение лекционных и практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу студентов по подготовке устных докладов, написанию рефератов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины - работу в активной и интерактивной формах.

Виды контроля.

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний.

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают опросы на семинарских и практических занятиях, а также короткие (до 15 мин.) задания, выполняемые студентами в начале лекции с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или в конце лекции для выяснения степени усвоения изложенного материала.

Рубежный контроль осуществляется по более или менее самостоятельным разделам – учебным модулям курса и проводится по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится два таких контрольных мероприятия по графику.

Темы и критерии оценивания самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Мерчендайзинг»

Тематика рефератов (для формирования компетенций ПК-14)

1. Особенности выкладки продовольственных групп товаров.
2. Особенности выкладки непродовольственных групп товаров.
3. Определение оптимального размера выкладки.
4. Как вызвать интерес и привлечь внимание к товару.
5. Оформление витрин магазина.
6. Дизайн и оформление фасада.
7. Важность вывески магазина.
8. Оформление территории около магазина как элемент мерчендайзинга.
9. Современные тенденции технологического проектирования розничного магазина.
10. Дизайн розничного магазина.
11. Значимость распределения торговых площадей.
12. Распределение площади торгового зала.
13. Условия и генезис развития сэмплинга.

14. Семплинг в комплексе маркетинговых исследований товаров и рынка.
15. Задачи, связанные с проведением исследования применительно к сэмплингу.
16. Дегустация как разновидность семплинга.
17. Семплинг в России.

Оценочный лист защиты рефератов (докладов)

Наименование показателя	Выявленные недостатки и замечания	Баллы
1. Качество исследовательской работы (реферата, экономического обзора)		
1. Грамотность изложения и качество оформления работы		0,5
2. Самостоятельность выполнения работы, глубина проработки материала, использование рекомендованной и справочной литературы		0,5
3. Обоснованность и доказательность выводов		1
Общая оценка за выполнение ИР		2
II. Качество доклада		
1. Соответствие содержания доклада содержанию работы		0,5
2. Выделение основной мысли работы		0,5
3. Качество изложения материала		0,5
Общая оценка за доклад		1,5
III. Ответы на дополнительные вопросы по содержанию работы		
Вопрос 1		0,5
Вопрос 2		0,5
Вопрос 3		0,5
Общая оценка за ответы на вопросы		1,5
Итоговая оценка за защиту		5

Перечень тем для подготовки презентаций (для формирования компетенций ПК-14)

1. Мерчендайзеры. Требования профессиональной деятельности.
2. Принципы формирования потребительских решений
3. Ощущение и восприятие товаров
4. Распределение площадей торгового зала для удобства посетителей.
5. Холодильное оборудование
6. Правила размещения товаров на торговом оборудовании.
7. Влияние спроса на выкладку товара
8. Отличительные признаки выкладки
9. Формирование категорий
10. Процессы принятия решений
11. Роль рекламы в торговле
12. Эффективность рекламы в торговле
13. Управление продажами

Критерии оценивания студента за подготовку презентации

Критерии/баллы	4	3	2	1
Содержание презентации	Четко сформулирована цель и раскрыта тема исследования. В краткой форме дана полная информация по теме исследования и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы.	Сформулирована цель и тема исследования. Частично изложена информация по теме исследования и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы.	Сформулирована цель и тема исследования. Содержание полностью не раскрыто. Информация по теме исследования неточна. Проблема до конца не решена. Не даны ссылки на используемые ресурсы.	Не сформулирована цель и тема исследования. Проблема не решена.
Дизайн презентации	Соблюдается единый стиль оформления. Презентация красочная и интересная. Используются эффекты анимации, фон, фотографии. В презентации присутствуют авторские находки.	Соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Используются некоторые эффекты и фон.	Не соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Эффекты и фон не используются.	Не соблюдается стиль оформления. Слайды просты в понимании.
Представление презентации	Автор хорошо владеет материалом по теме исследования. Использует научную терминологию. Обладает навыками ораторского искусства. Полно и точно цитируется использованная литература	Автор владеет материалом по теме исследования, но не смог заинтересовать аудиторию. Недостаточно цитируется литература.	Автор не показал компетентности в представлении презентации. Использованные факты не вызывают доверия. Недостаточно цитируется литература.	Представлены искаженные данные

Промежуточный контроль - итоговая оценка знаний студента, осуществляется по накопительной системе суммированием баллов, полученных в процессе текущего и рубежного контроля.

Форма промежуточного контроля – зачет.

Проведение текущего и промежуточного контроля по дисциплине осуществляется в соответствии с Положением СОГУ.

Балльная структура оценки

Форма контроля	Макс. кол-во баллов
Текущая оценка студента в течение 1-8 недели, в том числе:	25
- выполнение заданий на практических занятиях	10
- выполнение домашних заданий	5
- самостоятельная работа	10
1-я рубежная письменная контрольная работа	25
Текущая оценка студента в течение 10-17 недели, в том числе:	25
- выполнения заданий на практических занятиях	10
- выполнения домашних заданий	5
- самостоятельных работ	10
2-я рубежная письменная контрольная работа	25
Итого	100

Методика формирования результирующей оценки.

В ходе текущего контроля студенты могут набрать 0-100 баллов:

1-я рубежная аттестация - максимально 50 баллов; из них:

От 0 до 25 баллов (рубежная аттестация) – тестирование в центре тестирования СОГУ или указывается используемая при изучении данной дисциплины форма (письменная работа, коллоквиум, эссе и т.д.);

От 0 до 25 баллов (текущая оценка) – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях

2-я рубежная аттестация – максимально 50 баллов; из них:

От 0 до 25 баллов (рубежная аттестация) – тестирование в центре тестирования СОГУ;

От 0 до 25 баллов (текущая оценка) – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях

Промежуточный контроль:

Учебным планом по данной дисциплине предусмотрен зачет. За устный ответ на зачете студент получает 0-50 баллов.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 56-100 баллов автоматически получают «зачтено».

Результирующая оценка складывается по соответствующей БРС формуле:

$$(T_1 + T_2) + (P_1 + P_2 + \Sigma):2$$

где $T_1 + T_2$ - количество баллов за текущую работу студентов в семестре;

$P_1 + P_2$ - количество баллов за 2 компьютерных тестирований студентов в семестре;

Σ - количество баллов, набранных на зачете.

Вопросы для подготовки к зачету (для формирования компетенций ПК-14)

1. Понятие и сущность мерчандайзинга.
2. Цели и задачи, объект и субъект мерчандайзинга.
3. Принципы мерчандайзинга.
4. Функции мерчандайзинга.
5. Методы мерчандайзинга.
6. Происхождение и эволюция мерчандайзинга.
7. Развитие мерчандайзинга на современном этапе.

8. Процесс принятия решения покупателем.
9. Психологические особенности человеческого восприятия.
10. Визуальный мерчандайзинг.
11. Виды организации мерчандайзинга в компании.
12. Функции отдела мерчандайзинга в компании.
13. Основные функции мерчандайзера в торговой точке.
14. Сущность и значение торговых каналов в мерчандайзинге.
15. Понятие и виды точек продажи.
16. Категорийный мерчандайзинг.
17. Понятие эффективности мерчандайзинга.
18. Показатели эффективности мерчандайзинга.
19. Запас как принцип эффективного мерчандайзинга.
20. Расположение в торговом зале как принцип эффективного мерчандайзинга.
21. Правила представления товара как принцип эффективного мерчандайзинга.
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.

Оценивание ответа студента на зачете

<i>Характеристика ответа</i>	<i>баллы</i>
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.	46-50

Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.	41-45
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	36-40
Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1–2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.	31-35
Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	26-30
Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	21-25
Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.	1-20
Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины.	0

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут» (менее 55 баллов)	Минимальный уровень» (56-70 баллов)	«Средний уровень» (71-85 баллов)	«Высокий уровень» (86-100 баллов)
Компетенции не сформированы.	«Компетенции сформированы.	Компетенции сформированы.	Компетенции сформированы.

Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.	Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
Описание критериев оценивания			
Обучающийся демонстрирует: - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности.	Обучающийся демонстрирует: - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.	Обучающийся демонстрирует: - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по	Обучающийся демонстрирует: - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.

		обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на	
Оценка «неудовлетворительно» /незачтено	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено»	Оценка «хорошо» / «зачтено»	Оценка «отлично» / «зачтено»

Примерные тестовые задания (ПК-14)

Основная цель мерчендайзинга:

продвижение товаров и повышение лояльности покупателей
реализация товара
получение большой прибыли

Что не относится к основным задачам мерчендайзинга:

управление сбытом
подмена и обман покупателей с целью реализации товара
поддержание конкурентоспособности торгового предприятия
управление поведением потребителей

Управление сбытом это:

эффективное представление товаров, разработка программ продвижения товаров и
привлечение внимания покупателей к товарам
активная реклама товаров, психологическое давление на покупателей и получение
дополнительной прибыли

Холодильное оборудование классифицируется по:

назначению и температурному режиму
конструкции и весу

Что не относится к видам холодильного оборудования:

стеллажи
камеры
шкафы
прилавки

Что относится к торговому измерительному оборудованию:

стеллажи, горки, кассовый аппарат
весы, гири, меры длины и объема

В мерчендайзинге существует понятие:

основная и дополнительная точка продаж
временная и неопределенная точка продаж

ограниченная и неограниченная точка продаж

Товары, совместное размещение и продажа которых способны принести дополнительный положительный эффект в процессе реализации, называют:

группой
подгруппой
категорией

При горизонтальной выкладке товары располагают:

по усмотрению
по совету
вдоль по всей длине

Выкладка товаров подразделяется на:

специализированную и систематизированную
товарную и декоративную

Товарная выкладка служит для:

показа и отпуска товаров
получения прибыли
рекламы

Декоративная выкладка применяется для:

дополнительной прибыли
оформления витрин и стеллажей
агитации покупателей

К главному принципу выкладки товаров не относится:

обзор товара
неопрятность товара
доступность товара
привлекательность упаковки

Что относится к санитарно – гигиеническим требованиям к торговым зданиям:

уборка и опрятность
демонстрация и эстетичность

Каких видов покупок не существует:

четко запланированные
частично запланированные
незапланированные
бессмысленные

К мерчендайзинговым коммуникациям не относится:

реклама
стимулирование сбыта
связь с общественностью
обман покупателей

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Мерчендайзинг: учебное пособие / Парамонов Т.Н., Рамазанов И.А. Рецензенты: Третьяк О.А., Кретов И.И. – 3 издание. – М.: КНОРУС, 2007. – 144 с. ISBN 5-85971-731-8.
2. Кира и Рубен Канаян. Мерчендайзинг. – М.: РИП-холдинг, 2001. – 236 с. – (Академия рекламы)

б) дополнительная литература

3. Ключкова М.С. Логинова Е.Ю. Якорева А.С. Мерчендайзинг [Текст]: Учебно-практическое пособие. – М.: Дашков и К. 2009. – 282 с.
4. Морган Т. Визуальный мерчендайзинг : витрины и прилавки для розничной торговли [Текст]/ Т. Морган ; [пер. с англ. А. П. Романова]. - М. : РИПОЛ классик, 2008. - 208 с.
5. Таборова А.Г. Умный мерчендайзинг. [Текст] – М.: Дашков и К.- 2009. – 160 с.
6. Аткинсон Д. Все о продажах [Текст]/ Пер. с англ. - М: ФАИР-ПРЕСС, 2001.- 346 с.
7. Бартон Ш. Дефиле между полками: превратите розничный магазин в подиум [Текст]// Маркетолог. - 2009. - № 10. - С. 9.
8. Геливанов С. Мерчендайзинг: последний шанс маркетолога [Текст]/ С. Геливанов // Маркетинговые коммуникации. – 2002. – № 4. – с. 26-29.
9. Гузелевич Н. Ю. Фокусы мерчендайзинга. Эффективные «трюки» для торговцев и поставщиков [Текст]/ Н. Ю. Гузелевич. - СПб. : Питер, 2010. - 158 с.
10. Канаян К. Мерчендайзинг [Текст]/ К. Канаян, Р. Канаян. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 236 с.
11. Кинан У. Магазиновый мерчендайзинг [Текст]/ У. Кинан // Маркетинговые коммуникации. – 2002. – № 6. – с. 39-43.
12. Колборн Р. Мерчендайзинг. Принципы успешной торговли [Текст]: Пер с англ. / Р. Колборн. – СПб.: Изд. Дом «Неве», 2002. – 413 с.

в) нормативные документы:

13. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» в ред. от 17.12.2002 № 212-ФЗ.
14. Федеральный закон «О техническом регулировании» [Текст]: от 27.12.2002 №184-ФЗ: (с изм. и доп.): [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
15. ГОСТ Р 51304-99. Услуги розничной торговли. Общие требования.
16. ГОСТ Р 51305-99 «Розничная торговля. Требования к обслуживающему персоналу». М.: Госстандарт России, 2003.

г) современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные образовательные ресурсы:

Обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам ((требуется регистрация в библиотеке СОГУ):

1. Электронная библиотека диссертации и авторефератов РГБ (ЭБД РГБ) (<https://dvs.rsl.ru>).
2. ЭБС «Университетская библиотека online» (<https://biblioclub.ru>).
3. ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru» (<http://elibrary.ru>).
4. Универсальная баз данных East View (<https://dlib.eastview.com>). Логин: Khetagurov; Пароль: Khetagurov
5. ЭБС «Консультант студента». <http://www.studentlibrary.ru>
6. ЭБС «Юрайт» - образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям (www.biblio-online.ru)
7. Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://www.garant.ru/>).
8. Справочная правовая система Консультант Плюс (<http://www.consultant.ru/>).

10. Материально-техническое оснащение дисциплины

Проведение лекционных занятий по дисциплине осуществляется в кабинете № 307 (УК № 7, РСО – Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина, д. 44-46), оснащенного оборудованием: преподавательский стол, стул; столы и стулья обучающихся; классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, кафедра, электронной кафедрой с микрофоном, программным обеспечением.

Практические (семинарские) занятия, проводимые в традиционной форме, консультации, индивидуальная работа со студентами, проходят в кабинете № 614 (УК № 7, РСО – Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина, д. 44-46), оснащенного преподавательским столом и стулом; столами и стульями для обучающихся; кафедрой; классной доской, мультимедийным комплексом (проектор, экран), ноутбуком, колонками, программным обеспечением.

Проведение тестирования и самостоятельная работа студентов по дисциплине осуществляется в компьютерном классе (УК № 7, РСО – Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина, д. 44-46), оснащенного оборудованием: преподавательский стол, преподавательский стул, столы обучающихся, стулья, классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), колонки, ПК преподавателя, ПК обучающихся, а также программным обеспечением.

Состав лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

№ п/п	Наименование	№ договора (лицензия)
1	Windows 10 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.
2	Windows 10 Pro for Workstations	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
3	Windows 8.1 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
4	Windows 8.1 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
5	Windows 8 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
6	Windows 8 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
7	Windows 7 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
8	Windows 7 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
9	Office Standard 2016	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
10	Office Standard 2013	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
11	Office Standard 2010	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
12	Система тестирования Sunrav WEB Class	№ 468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т. (бессрочно)
13	Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security	№ 17E0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 г. до 14.03.2019 г.
14	Система управления базами данных MySQL FireBird	Свободное программное обеспечение(бессрочно)
15	Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат. ВУЗ»	№ 795 от 26.12.2018 (действителен до 30.12.2019 г) с ЗАО «Анти-Плагат» продлена до 2021 г.
16	Консультант+	№ 430-2017/614 от 11.01.2017 г. ООО «Фаст-Информ» (бессрочно)
17	Гарант	01.2020 г. -12.2021г.

11. Лист обновления/актуализации

1. Программа актуализирована.

Внесенные изменения рассмотрены и утверждены на заседании кафедры товароведения и технологии продуктов питания от «27» июня 2018 г., протокол № 9;

Одобрены на заседании совета факультета химии, биологии и биотехнологии от «29» июня 2018 г., протокол № 11.

2. Программа актуализирована.

Внесенные изменения рассмотрены и утверждены на заседании кафедры товароведения и технологии продуктов питания от «25» июня 2019 г., протокол № 10/18-19;

Одобрены на заседании совета факультета химии, биологии и биотехнологии от «01» июля 2019 г., протокол № 12/18-19.

3. Программа актуализирована.

Внесенные изменения рассмотрены и утверждены на заседании кафедры товароведения и технологии продуктов питания от «25» июня 2020 г., протокол № 9/19-20;

Одобрены на заседании совета факультета химии, биологии и биотехнологии от «30» июня 2020 г., протокол № 10/19-20.