

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**«Мерчандайзинг»**

**1.Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы ФГБОУ ВО Донской ГАУ по направлению подготовки **38.03.07 Товароведение (направленность Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров)**, разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 4 декабря 2015 № 1429.

**2. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:  
Общекультурные компетенции (ОПК)

- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, стремлением к саморазвитию и повышению квалификации (ОПК-1)

Профессиональные компетенции (ПК):

- способностью выявлять ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости(ПК-10).

В результате изучения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

**Знание:** социальной значимости своей будущей профессии, стремлением к саморазвитию и повышению квалификации; ценообразующих характеристик товаров.

**Умение:**разрабатывать и применять средства и методы мерчандайзинга для продвижения отдельных товаров или их комплексов; выявлять ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости

**Навык:**проведения маркетинговых исследований и продвижения услуг с учетом потребительского спроса, знанием ассортимента и свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество

**Опыт деятельности:**использования способности выявления ценообразующих характеристик товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости и конкурентоспособности.

**3. Содержание программы учебной дисциплины:** Раздел 1. Определение, цели, задачи и принципы мерчандайзинга. Раздел 2. История и современное развитие мерчандайзинга. Раздел 3.Особенности поведения покупателей. Раздел 4. Особенности мерчандайзинга поставщика. Раздел 5. Мерчандайзинговый подход к планировке магазина. Раздел 6. Эффективное размещение торгового оборудования. Раздел 7. Мерчандайзинговый подход к выкладке товаров. Раздел 8. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчандайзинга.

**4. Форма промежуточной аттестации зачет**

**5. Разработчик:** доцент, к.с.-х.н., доцент кафедры экономики и товароведения Лосевская С.А.