

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное**  
**учреждение высшего образования "Пермский**  
**государственный национальный исследовательский**  
**университет"**

**Кафедра маркетинга**

Авторы-составители: **Новикова Ксения Владимировна**  
**Хацкелевич Анна Николаевна**  
**Антинескул Екатерина Александровна**  
**Ежова Лариса Сергеевна**

Рабочая программа дисциплины

**МЕРЧАНДАЙЗИНГ**

Код УМК 85752

Утверждено  
Протокол №10  
от «03» июня 2020 г.

Пермь, 2020

## **1. Наименование дисциплины**

Мерчандайзинг

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **38.03.06** Торговое дело  
направленность Маркетинг

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины **Мерчандайзинг** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

**38.03.06** Торговое дело (направленность : Маркетинг)

**ПК.8** готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

#### 4. Объем и содержание дисциплины

<b>Направления подготовки</b>	38.03.06 Торговое дело (направленность: Маркетинг)
<b>форма обучения</b>	очная
<b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>	10
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	3
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	108
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	42
<b>Проведение лекционных занятий</b>	14
<b>Проведение практических занятий, семинаров</b>	28
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	66
<b>Формы текущего контроля</b>	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (2)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен (10 триместр)

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **Мерчандайзинг**

#### **Входной контроль**

Понятие товар, понятие мерчандайзинг, основы товарной политики, понятие товарного ассортимента, понятие товарный портфель

#### **Тема 1. Введение в мерчандайзинг**

##### **Лекции**

Понятие и сущность мерчандайзинга. Цели и задачи, объект и субъект мерчандайзинга. Принципы мерчандайзинга. Функции мерчандайзинга. Методы мерчандайзинга. Происхождение и эволюция мерчандайзинга. Развитие мерчандайзинга на современном этапе.

Ссылка на презентацию к теме 1: <https://yadi.sk/i/28-VGhMCCvzsAQ>

##### **Практические занятия/семинары**

Теоретические основы понятие мерчандайзинг

Ссылка на презентацию к теме 1: <https://yadi.sk/d/yDH5cRW9cqTO5Q>

Ссылка на практическую работу студента к теме 1: <https://yadi.sk/i/GVgYDkHWS8VwPA>

##### **Самостоятельная работа студента**

Посмотреть к/ф «Основатель», 2016. Выделить ключевые моменты использования маркетинга, зафиксировать и поделиться на следующем лекционном/практическом занятии.

#### **Тема 2. Управление поведением потребителей**

##### **Лекции**

Сущность и значение торговых каналов в мерчандайзинге. Понятие и виды точек. Как извлекать прибыль из рефлексов и влиять на выбор покупателей. Ощущения и восприятие: как формируется образ товара. Как извлекать прибыль из рефлексов и влиять на выбор покупателей. Ощущения и восприятие: как формируется образ товара.

Ссылка на презентацию к теме 2: <https://yadi.sk/i/qibZY8MmNXofQg>

##### **Практические занятия/семинары**

Инструменты мерчандайзинга и точки продаж

Ссылка на презентацию к теме 2: <https://yadi.sk/i/Qbe04AYo2mEJDQ>

Ссылка на практическую работу студента к теме 2: <https://yadi.sk/i/nfCqPRmrUIKfDA>

##### **Самостоятельная работа студента**

Вспомнить и написать о клиентском опыте, опираясь на теорию "7 шагов". Привести 2 положительных и 2 отрицательных примера из своего опыта. Оформить работу в формате: pptx/docx/pdf.

#### **Тема 3. Категорийный мерчандайзинг**

##### **Лекции**

Категорийный мерчандайзинг. Этапы формирования ассортимента в магазине. Стратегия и тактика управления ассортиментом. Структурирование ассортимента. Формирование (выделение) категорий в ассортименте. Определение структуры категории. Балансировка ассортимента по ширине и глубине.

Ссылка на презентацию к теме 3: [https://yadi.sk/i/iPA56B5N\\_VS-w](https://yadi.sk/i/iPA56B5N_VS-w)

##### **Практические занятия/семинары**

Разделение товарных групп в мерчандайзинге

Ссылка на презентацию к теме 3: <https://yadi.sk/d/8FAqODoGC3bWUw>

Ссылка на практическую работу студента к теме 3: <https://yadi.sk/i/P1H85yWkhgyZSQ>

Самостоятельная работа студента

Повторение лекционного материала и изучение дополнительной литературы.

#### **Тема 4. Первый уровень трехуровневой концепции мерчандайзинга**

Лекции

Сущность, виды и формы сэмплинга. Понятие, значение и виды POS-материалов. Витринистика как инструмент визуального

мерчандайзинга. Восприятие магазина целевой группой покупателей. Цветовые решения для оформления магазина. Территория вокруг магазина и входная зона.

Ссылка на презентацию к теме 4: [https://yadi.sk/i/y4BVmZw6\\_AOiHQ](https://yadi.sk/i/y4BVmZw6_AOiHQ)

Практические занятия/семинары

Обсуждение и просмотр кейсов "Распространенные ошибки в мерчандайзинге".

Ссылка на презентацию к теме 4: <https://yadi.sk/i/fpep4OcHWhpC6w>

Ссылка на практическую работу студента к теме 4: <https://yadi.sk/i/bqHrUteDfbrNoA>

Самостоятельная работа студента

Задачей студента является посетить различные магазины и найти в них 20 POS-материалов. Объекты исследования нужно сфотографировать и затем переместить в презентацию. На следующем лекционном/практическом занятии защитить свою работу.

#### **Тема 5. Второй уровень трехуровневой концепции мерчандайзинга**

Лекции

Планировка торгового зала. Содержание и цели внутренней планировки. Размещение торгового оборудования. Модели планировки магазина. Типовая планировка. Деление торгового зала на зоны.

Сегментация площади торгового зала из расчета основных коэффициентов эффективности внутренней планировки. Подходы к распределению площади торгового зала: зональное расположение групп товаров. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Характеристики движения покупателей по магазину.

Ссылка на презентацию к теме 5: <https://yadi.sk/i/ITR9E3mRvtPjOA>

Практические занятия/семинары

Обсуждение и просмотр кейсов "Виды планировок".

Ссылка на презентацию к теме 5: <https://yadi.sk/i/-mz6MQXuNhk5gg>

Ссылка на практическую работу студента к теме 5: <https://yadi.sk/i/mAyG4tsfnkPQtw>

Самостоятельная работа студента

Задачей студентов является посещение различных магазинов и составление свободного отчета.

Требуется рассмотреть планировки на практике и дать рекомендательную оценку на сколько эффективно она используется.

#### **Тема 6. Третий уровень трехуровневой концепции мерчандайзинга.**

Лекции

Общие правила выкладки. Принципы выкладки. Виды выкладки. Оформление ценников. Планограмма.

СД - Презентация для менеджеров. Комплект наглядных пособий.

Ссылка на презентацию к теме 6: <https://yadi.sk/i/mqU93qD7ggW0FQ>

Практические занятия/семинары

Обсуждение и просмотр кейса "9 точек опор магазина Kari".

Ссылка на презентацию к теме 6: <https://yadi.sk/i/WPZIDTtKGQO4Yw>

Ссылка на практическую работу студента к теме 6: <https://yadi.sk/i/gfy23KGpKlI2lA>

Самостоятельная работа студента

Задачей студентов является посещение сети магазинов одежды и обуви "Kari". Требуется провести анализ выкладки товаров на соответствие требований мерчендайзинга компании. Работу оформить в виде презентации и защитить на следующем лекционном/практическом занятии. Работа выполняется в парах.

### **Тема 7. Продвижение в розничной торговле**

Лекции

Виды рекламы. Способы размещения. Горячие зоны. Эффект от рекламных акций. Длительность рекламных акций.

Ссылка на презентацию к теме 7: <https://yadi.sk/i/SRwXfMXNtYaVNA>

Практические занятия/семинары

Объекты для обсуждения: стандартизация мерчендайзинга, Основные цели работы ТП, подготовка и планирование, результативность рекламы, рекламное оформление места продажи, презентация, выявление потребностей, закрытие сделки, работа с возражениями, анализ и завершение визита.

Обсуждение и просмотр кейса "Мерчендайзинг Нестле", ссылка на презентацию:

<https://yadi.sk/i/roeYXkfkU-OwA>

Самостоятельная работа студента

Дополнительный материал для самостоятельного изучения

Ссылка на практическую работу студента к теме 7: <https://yadi.sk/i/BM-lOmuvc69lhw>

### **Тема 8. Рекомендации для магазинов разной товарной спецификации**

Лекции

Бытовая техника и электроника. Товары для дома. Подарки, сувениры. Одежда. Книги

Ссылка на презентацию к теме 8: [https://yadi.sk/i/m6R4dqHa759\\_CA](https://yadi.sk/i/m6R4dqHa759_CA)

Практические занятия/семинары

Объекты для обсуждения: что такое мерчендайзинг (цели мерчендайзинга), что такое «Золотая полка», пример размещения образцов на «Золотой полке», типы выкладок демо-образцов на полке а) вертикальный блок (по цене змейкой) б) вертикальный блок внутри группы (по цене змейкой) в) горизонтальный блок (по цене в линию) г) дисплейная выкладка, что такое накопитель, пример размещения товара в накопителе, пример некачественной выкладки, требования к витринным образцам, пример витринных образцов ненадлежащего качества, 7 шагов визита мерчендайзера, должностные обязанности мерчендайзера.

Обсуждение и просмотр кейса "Мерчендайзинг Эльдорадо", ссылка на презентацию:

<https://yadi.sk/i/WosnnrbZhMCHNg>

Обсуждение и просмотр кейса "Стандарты обслуживания DNS", ссылка на презентацию:

[https://yadi.sk/i/u\\_MhN3\\_kPE9fTA](https://yadi.sk/i/u_MhN3_kPE9fTA)

Самостоятельная работа студента

Материал для самостоятельного изучения

Ссылка на практическую работу студента к теме 8: <https://yadi.sk/i/7fp9QPy2DByZ5Q>



## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторные занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

### **Основная:**

1. Таборова, А. Г. Умный мерчандайзинг : практическое пособие / А. Г. Таборова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 161 с. — ISBN 978-5-394-03212-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/83152.html>
2. Йенс, Нордфальт Ритейл-маркетинг: практики и исследования / Нордфальт Йенс ; перевод И. Евстигнеева ; под редакцией А. Вороновой. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 496 с. — ISBN 978-5-9614-4701-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/86734.html>
3. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/87620>
4. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия : учебник для бакалавров / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич ; под редакцией Т. Н. Парамоновой. — Москва : Дашков и К, 2018. — 283 с. — ISBN 978-5-394-02068-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/85224.html>

### **Дополнительная:**

1. Маркетинг в профессиональной сфере : сборник практических заданий и кейсов / составители Т. И. Григорьева. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2017. — 40 с. — ISBN 978-5-906912-95-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/74730.html>

## 9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/1/?ui=2&ik=20e465d3a2&attid=0.1&permmsgid=msg-f:1660247297581620716&th=170a621eeba79dec&view=att&disp=inline&sadbat=ANGjdJ8QcfXM9ACugUZlovTgJasR7-B5BGZXAQJqVcg8slGw-xyTCH8A3t7ZjfSX> Сайт

<https://merchandising.ru/> Новостной портал

<https://www.retail.ru/articles/merchandising/> Новостной портал

<http://www.usconsult.ru/biblio.html> Журнал

<http://www.usconsult.ru/articles-merchandising.html> Специализированный журнал

## 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Мерчандайзинг** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

1. Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
2. Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
3. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
4. Офисный пакет приложений;
5. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
6. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель);
7. Программа для просмотра интернет контента (браузер);
8. Облачные сервисы, размещенные в сети Интернет в свободном доступе и не требующие лицензионной платы: Trello.com, ZOOM//jitsi, GoogleDocs;
9. Редактор файлов от Яндекс.Диск, Google;
10. Социальные сети: VK/Facebook/Instagram/YouTube.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ ([student.psu.ru](http://student.psu.ru)).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

## 11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Лекционные занятия - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
2. Занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
3. Самостоятельная работа - аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

4. Текущий контроль - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

5. Индивидуальные и групповые консультации - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

В случае инклюзивного обучения занятия будут проводиться в корпусе 8, имеющем пандус, лифт.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине  
Мерчандайзинг**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.  
Индикаторы и критерии их оценивания**

**ПК.8**

**готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания**

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>ПК.8</b> готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Знать, как обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	<b>Неудовлетворител</b> не знает методологию и не умеет обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания <b>Удовлетворительн</b> знает методологию обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания <b>Хорошо</b> знает методологию и умеет, допуская ошибки, обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания <b>Отлично</b> знает методологию и умеет обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

**Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен**

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов : 100**

### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 50 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 50 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>Входной контроль</b>	Входной контроль <b>Входное тестирование</b>	Знать понятие и цели мерчендайзинга.
<b>ПК.8</b> готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Тема 2. Управление поведением потребителей <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	- знать как использовать продвижение товаров и повышение лояльности покупателей;- знать основы управления сбытом.
<b>ПК.8</b> готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Тема 6. Третий уровень трехуровневой концепции мерчендайзинга. <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	- поддержание конкурентоспособности предприятия;- совершенствование рекламно-коммуникационной политики.
<b>ПК.8</b> готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Тема 8. Рекомендации для магазинов разной товарной специфики <b>Итоговое контрольное мероприятие</b>	- совершенствование торгово-технологических процессов в магазине;- управление поведением потребителей.

### Спецификация мероприятий текущего контроля

#### Входной контроль

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	5

61-80% правильных ответов	4
41-60% правильных ответов	3
менее 41% правильных ответов	2

## **Тема 2. Управление поведением потребителей**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **15**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	25
41-60% правильных ответов	20
41% правильных ответов	15
менее 41% правильных ответов	14

## **Тема 6. Третий уровень трехуровневой концепции мерчандайзинга.**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **15**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	25
41-60% правильных ответов	20
41% правильных ответов	15
менее 41% правильных ответов	14

## **Тема 8. Рекомендации для магазинов разной товарной специфики**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **20**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Полнота проведенного анализа материала (развернутая аналитическая записка (не менее 3 стр.)	10
Экономическое обоснование предложений	10
Репрезентативность выборки предложений по решению обозначенных проблем	10
Структурное изложение изучаемого вопроса	10