

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

Авторы-составители: **Антинескул Екатерина Александровна**

Рабочая программа дисциплины
МЕРЧЕНДАЙЗИНГ (ПРОДВИНУТЫЙ КУРС)
Код УМК 98689

Утверждено
Протокол №10
от «08» июня 2022 г.

Пермь, 2022

1. Наименование дисциплины

Мерчендайзинг (продвинутый курс)

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

Направление: **38.04.06** Торговое дело
направленность Инновации в коммерции

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Мерчендайзинг (продвинутый курс)** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

38.04.06 Торговое дело (направленность : Инновации в коммерции)

ОПК.2 Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур

Индикаторы

ОПК.2.1 Собирает информацию, выбирает инструментарий и осуществляет расчет социально-экономических показателей предприятия, отрасли, региона и деятельности торговых структур

ПК.3 Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) и соответствующие им бизнес-модели организаций

Индикаторы

ПК.3.2 Осуществляет поиск инновационных идей при проектировании, разработке, создании и развитии инновационных направлений профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) и соответствующих им бизнес-моделей организации

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	38.04.06 Торговое дело (направленность: Инновации в коммерции)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	2
Объем дисциплины (з.е.)	3
Объем дисциплины (ак.час.)	108
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	36
Проведение лекционных занятий	12
Проведение практических занятий, семинаров	24
Самостоятельная работа (ак.час.)	72
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (2)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (2 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Мерчендайзинг (продвинутый курс)

Входной контроль

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

Тема 1. Введение в мерчендайзинг

Лекции

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

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

Практические занятия/семинары

Теоретические основы понятие мерчендайзинг

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 мерчендайзинге. 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 мерчендайзинга 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 мерчендайзинг

Лекции

Категорийный мерчендайзинг. 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

Практические занятия/семинары

Разделение товарных групп в мерчендайзинге

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

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/lTR9E3mRvtPjOA>

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/gfy23KGpKlI21A>

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/roeYXkfkG-UoWA>

Самостоятельная работа студента

Дополнительный материал для самостоятельного изучения

Ссылка на практическую работу студента к теме 7: <https://yadi.sk/i/BM-I0muvc69Ihw>

Тема 8. Рекомендации для магазинов разной товарной специфики

Лекции

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

Ссылка на презентацию к теме 8: 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 Эльдorado", ссылка на презентацию:

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

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

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 аудиторские 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. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия : учебник для бакалавров / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич ; под редакцией Т. Н. Парамоновой. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 282 с. — ISBN 978-5-394-03540-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <https://www.iprbookshop.ru/110937>

2. 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>

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 **Мерчендайзинг (продвинутый курс)** 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).

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
Мерчендайзинг (продвинутый курс)**

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

ОПК.2

Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ОПК.2.1 Собирает информацию, выбирает инструментарий и осуществляет расчет социально-экономических показателей предприятия, отрасли, региона и деятельности торговых структур</p>	<p>Знать методы совершенствования торгово-технологических процессов в магазине; Знать методы управления поведением потребителей.</p>	<p align="center">Неудовлетворител Не знает методы совершенствования торгово-технологических процессов в магазине; Не знает методы управления поведением потребителей.</p> <p align="center">Удовлетворительн Знает частично методы совершенствования торгово-технологических процессов в магазине; Знает частично методы управления поведением потребителей.</p> <p align="center">Хорошо Знает, допуская ошибки, методы совершенствования торгово-технологических процессов в магазине; Знает методы управления поведением потребителей.</p> <p align="center">Отлично Знает методы совершенствования торгово-технологических процессов в магазине; Знает методы управления поведением потребителей.</p>

ПК.3

Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) и соответствующие им бизнес-модели организаций

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.3.2 Осуществляет поиск инновационных идей при проектировании, разработке, создании и</p>	<p>- знать как использовать продвижение товаров и повышение лояльности покупателей; - знать основы управления</p>	<p align="center">Неудовлетворител Не знает, как использовать продвижение товаров и повышение лояльности покупателей; Не знает основы управления сбытом.</p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>развития инновационных направлений профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) и соответствующих им бизнес-моделей организации</p>	<p>сбытом.</p>	<p style="text-align: center;">Удовлетворительн</p> <p>Знает частично , как использовать продвижение товаров и повышение лояльности покупателей; Знает частично основы управления сбытом.</p> <p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>Знает, допуская ошибки, как использовать продвижение товаров и повышение лояльности покупателей; Знает основы управления сбытом.</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>Знает, как использовать продвижение товаров и повышение лояльности покупателей; Знает основы управления сбытом.</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет

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 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Входной контроль Входное тестирование	Знать понятие и цели мерчендайзинга.
ОПК.2.1 Собирает информацию, выбирает инструментарий и осуществляет расчет социально-экономических показателей предприятия, отрасли, региона и деятельности торговых структур ПК.3.2 Осуществляет поиск инновационных идей при проектировании, разработке, создании и развитии инновационных направлений профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) и соответствующих им бизнес-моделей организации	Тема 3. Категорийный мерчендайзинг Письменное контрольное мероприятие	- знать как использовать продвижение товаров и повышение лояльности покупателей;- знать основы управления сбытом.

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ОПК.2.1 Собирает информацию, выбирает инструментарий и осуществляет расчет социально-экономических показателей предприятия, отрасли, региона и деятельности торговых структур</p> <p>ПК.3.2 Осуществляет поиск инновационных идей при проектировании, разработке, создании и развития инновационных направлений профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) и соответствующих им бизнес-моделей организации</p>	<p>Тема 5. Второй уровень трехуровневой концепции мерчандайзинга</p> <p>Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>- поддержание конкурентоспособности предприятия;- совершенствование рекламно-коммуникационной политики.</p>
<p>ОПК.2.1 Собирает информацию, выбирает инструментарий и осуществляет расчет социально-экономических показателей предприятия, отрасли, региона и деятельности торговых структур</p> <p>ПК.3.2 Осуществляет поиск инновационных идей при проектировании, разработке, создании и развития инновационных направлений профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) и соответствующих им бизнес-моделей организации</p>	<p>Тема 8. Рекомендации для магазинов разной товарной специфики</p> <p>Итоговое контрольное мероприятие</p>	<p>- совершенствование торгово-технологических процессов в магазине;- управление поведением потребителей.</p>

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 3. Категорийный мерчандайзинг

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

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

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

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	12

Тема 5. Второй 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: **13**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	12

Тема 8. Рекомендации для магазинов разной товарной специфики

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

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

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

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	40
61-80% правильных ответов	32
41-60% правильных ответов	24

менее 41% правильных ответов	16