

УТВЕРЖДАЮ
 Первый проректор, проректор по учебной
 работе

_____ А.Е. Рудин

«30» 06. 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.12.2	Мерчендайзинг
<i>(Индекс дисциплины)</i>	<i>(Наименование дисциплины)</i>
Кафедра: 27	Материаловедения и товарной экспертизы
<i>Код</i>	<i>Наименование кафедры</i>
Направление подготовки: 38.03.07 Товароведение	
Профиль подготовки: Товарный менеджмент и экспертиза качества непродовольственных товаров	
Уровень образования: бакалавриат	

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Очно-заочное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Всего	108		108
	Аудиторные занятия	68		8
	Лекции	34		4
	Лабораторные занятия	-		-
	Практические занятия	34		4
	Самостоятельная работа	40		96
	Промежуточная аттестация			4
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	-		-
	Зачет	6		9
	Контрольная работа	-		9
	Курсовой проект (работа)	-		-
Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)		3		3

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная						3						
Очно-заочная												
Заочная								0,5	2,5			

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению_38.03.07 Товароведение

на основании учебных планов № 1/1/397, 1/3/395

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре образовательной программы

Блок 1: Базовая Обязательная Дополнительно является факультативом
Вариативная По выбору

1.2. Цель дисциплины

Освоение методологических основ и приобретение практических навыков в продвижении и сбыте товаров в магазине.

1.3. Задачи дисциплины

- Формирование системы знаний об основных принципах и законах мерчендайзинга.
- Изучение особенностей мерчендайзинга производителя (поставщика).
- Изучение особенностей мерчендайзинга в розничной торговле.
- Усвоение технологий, позволяющих эффективно применять принципы мерчендайзинга в реальных условиях.
- Овладение методами и инструментами увеличения сбыта в местах продаж.

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ОПК-4	Способностью использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач	второй
Планируемые результаты обучения Знать: поведенческие особенности потребителей: способы управления потребителем Уметь: выстраивать систему мерчендайзинга, адаптированную к специфике товарной категории, рыночной ситуации Владеть: современными методами продажи товаров, традиционными и новыми принципами планировки торгового зала и выкладки товаров		
ПК-9	знанием методов идентификации, оценки качества и безопасности товаров для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции, сокращения и предупреждения товарных потерь	второй
Знать: методы продажи товара, увеличивающие объем реализации и товара, обеспечивающие сокращение и предупреждение товарных потерь; Уметь: эффективно организовывать пространство торгового зала и размещение товара для увеличения продаж, сокращения и предупреждения товарных потерь Владеть: приемами и навыками стимулирования покупок, проведения специальных акций для увеличения продаж, сокращения и предупреждения товарных потерь		

1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- Введение в специальность
- Материаловедение
- Теоретические основы товароведения и экспертизы товаров
- Физико-химические методы исследования
- Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия
- Основы технологии производства товаров

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Учебный модуль 1. Правила мерчендайзинга			
Тема 1. Введение в мерчендайзинг. Принципы мерчендайзинга. Ограничения мерчендайзинга. Механизм действия мерчендайзинга.	6		6
Тема 2. Поведенческие особенности потребителей Процесс принятия потребителем решения о покупке. Основные факторы, объективирующие покупательский выбор. Намерения покупателя. Мотивация потребителей. Влияние сенсорных компонентов на принятие решения о покупке	6		8
Тема 3. Инструменты мерчендайзинга 1 группа: эффективный запас: Правило ассортимента. Правило торгового запаса. Правило присутствия. Правило сроков хранения и ротации товара на полке. 2 группа: эффективное расположение и выкладка. Правило размещения и выкладки. Правило представления. Выкладка товара. Общие принципы выкладки. Устранение негативных моментов. Стандарты выкладки. Представление новых товаров. Принципы композиции в выкладке товаров. Особенности восприятия покупателем форм и объемов. Правило "Лицом к покупателю". Правило определения места на полках и стеллажах. Правило приоритетных мест. Выделение товаров-лидеров. Корпоративные блоки по марке. 3 группа: эффективное представление продвигаемых товаров. Презентация товара. Правила размещения рекламных материалов. Средства внутри магазинной рекламы: выбор и принципы их размещения. Использование изображений, знаков и указателей. Уровни системы навигации для покупателей. Правила размещения ценников. Пространственная и интеллектуальная навигация. Правило комфорта восприятия. Правило чистоты и аккуратности.	18		18
Текущий контроль 1. Опрос	4		-
Учебный модуль 2 Мерчендайзинг в розничной торговле.			
Тема 4. Торговый зал. Эффективная организация торгового пространства. Виды планировки торговых площадей. Эффективность использования торговых площадей: основные показатели. Расположение товарных групп, зон для продвижения товара, точек действия, оформление входной и прикассовой зоны. Особенности и принципы организации торгового пространства магазинов различной специализации. Цветовые сочетания в интерьере и выкладке товара. Цветовая символика, связь цветов со специализацией магазина и целевой группой покупателей, влияние цветов на продажи; Принципы композиции. Особенности восприятия покупателем форм и объемов.	18		18
Тема 5. Мерчендайзинг товарных групп. Мерчендайзинг товаров непродовольственной группы. Особенности выкладки товара в розничных торговых точках различных форматов. Особенности выкладки товаров для разных целевых групп. Способы выделения отдельных видов товаров с помощью экспозиции и рекламы. Акценты и средства привлечения внимания к товару. Возможности освещения и торгового оборудования. Особенности освещения различных видов товаров.	24		24
Тема 6. Внутримагазинная реклама и информация Оформление места продаж. Существующие виды P.O.S. материалов и их влияние на процесс покупки товара. Разработка концепции использования P.O.S. материалов	6		8
Тема 7. Планирование мерчендайзинга на предприятиях розничной торговли Создание стандартов мерчендайзинга своего магазина. Пример планировки. Пример выкладки в фокусной зоне. Пример витрины своего магазина. Защита проекта мерчендайзинг-бук каждой группой. Разбор фотографий участников. Обмен фотографиями и проведенными проектами.	12		16
Текущий контроль 1опрос	4		
Контрольная работа			6
Промежуточная аттестация по дисциплине (зачет)	10		4
Итого	108		108

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции

Номера Изучаемых тем	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	6	2			8	0,25
2	6	2			8	0,25
3	6	8			8	0,5
4	6	4			8	0,5
5	6	12			8	1
6	6	2			8	0,25
7	6	4			8	0,25
Всего:		34				4

3.2. Практические занятия

Номера изучаемы х тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
2	Методы изучения покупательского поведения. Количественные и качественные методологии. Опросы, наблюдения, эксперименты. Решение ситуационных задач. Подготовка программы исследования.	6	4			9	1
3	Характеристика выбранного предприятия розничной торговли. Анализ применения инструментов мерчендайзинга	6	6			9	-
4	Схемы построения магазинов. Преимущества и недостатки.	6	4			9	1
5	Практикум по отработке навыков выкладки продукции и оформления места продаж. Получение некоторого опыта и навыков в организации выкладки продукции по плануграмме принятой в компании и разработке различных видов выкладки.	6	12			9	1
6,7	Разбор эффективности использования дисплеев по типам розничных торговых точек: рынок, киоск, павильон, супермаркет, аптека, promotion. Создание POS-материалов для входной зоны, торгового зала и для прикассовой зоны. Составление плана и комплекса наполнения мерчендайзинг-бук. Работа в группах.	6	4			9	0,5
7	Создание стандартов мерчендайзинга своего магазина. Пример планировки. Пример выкладки в фокусной зоне. Пример	6	4				0,5

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
	витрины своего магазина. Защита проекта мерчендайзинг-бук каждой группой. Разбор фотографий участников. Обмен фотографиями и проведенными проектами.						
Всего:			34				4

3.3. Лабораторные занятия НЕ ПРЕДУСМОТРЕНЫ

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

НЕ ПРЕДУСМОТРЕНО

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера учебных модулей, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1	опрос	6	1			-	-
2	опрос	6	1			-	-
1,2	Контрольная работа					9	1

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	6	10			5	14
Подготовка к практическим занятиям	6	12			5	76
Подготовка к текущему контролю, опрос	6	8			-	-
Подготовка к текущему контролю Контрольная работа	-	-			9	6
Подготовка к зачету, зачет	6	10			9	4
ВСЕГО :		40				100

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых инновационных форм учебных занятий

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Лекции	Презентации, видео	34	4	-
Практические занятия	Дискуссия, деловая игра	10	4	-
ВСЕГО:		44	8	-

7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося для очной формы обучения

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
1	Аудиторная активность: посещение лекций и практических занятий	35	5 балл за каждый час лекционного занятия (всего 17 занятий), максимум 40 баллов; 5 балла за каждое практическое занятие (всего 17 занятий), максимум 40 баллов; Подготовка к практическим занятиям, максимум 20 балла.
2	Выполнение практических заданий	35	<ul style="list-style-type: none"> 4 баллов за выполнение практических работ (всего 17 занятий). Максимум 68 баллов 32 балла за теоретическую подготовку к решению практических задач
4	Сдача зачета	30	Ответы тест максимум 50 баллов; Ответ на практические задания, максимум 50 баллов.
Итого (%):		100	

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале	
86 - 100	5 (отлично)	Зачтено
75 – 85	4 (хорошо)	
61 – 74		
51 - 60	3 (удовлетворительно)	
40 – 50		
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено
1 – 16		
0		

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература :

1. Дьякова Т.М. Размещение и выкладка товаров в торговом зале магазина [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.М. Дьякова. — Электрон.текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2014. — 48 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21549.html>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю.

2. Шальнова О.А. Технологии формирования потребительской лояльности в розничной торговле [Электронный ресурс] : монография / О.А. Шальнова, М.В. Зинцова, Н.В. Ребрикова. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2014. — 107 с. — 978-5-394-02438-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60269.html>— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

б) дополнительная учебная литература

1. Захарова Ю.А. Стратегии продвижения товаров (2-е издание) [Электронный ресурс] / Ю.А. Захарова. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 158 с. — 978-5-394-01539-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57066.html>— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1.Эффективная аудиторная и самостоятельная работа обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. С. В. Спицкий. — СПб.: СПбГУПТД, 2015. — Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2015811, по паролю.

2. Организация самостоятельной работы обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. И. Б. Караулова, Г. И. Мелешкова, Г. А. Новоселов. — СПб.: СПГУТД, 2014. — 26 с. — Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2014550, по паролю.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru> .
2. Электронная библиотека СПбГУПТД [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publish.sutd.ru> .

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Windows 10,
2. OfficeStd

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

1. 2. Проектор;
2. Компьютеры;
3. Экран;
4. Аудитория

Образцы товаров различных групп, их упаковки и маркировки, лупы,

Весы тензометрические ВТ-3000;

Весы электронные CAS SW-10;

Шкала серых эталонов;

Шкаф сушильный ШС-80-01 СПУ 9тип СНОЛ темпр. до +350 гр.С);

8.6. Иные сведения и (или) материалы

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
Лекции	Лекции обеспечивают теоретическое изучение дисциплины. На лекциях излагается основное содержание курса, иллюстрируемое конкретными примерами, широко используется зарубежный и отечественный опыт по соответствующей тематике. Освоение лекционного материала обучающимся предполагает следующие виды работ: <ul style="list-style-type: none">• проработка рабочей программы в соответствии с целями и задачами, структурой и содержанием дисциплины;• конспект лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы и формулировки; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины.
Практические занятия	на практических занятиях разъясняются теоретические положения курса, обучающиеся работают с конкретными ситуациями, овладевают навыками сбора, анализа и обработки информации для принятия самостоятельных решений, навыками подготовки информационных обзоров и аналитических отчетов по соответствующей тематике; навыками работы в малых группах. Подготовка к практическим занятиям предполагает следующие виды работ: <ul style="list-style-type: none">– работа с конспектом лекций;– подготовка ответов к контрольным вопросам;– просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.);– решение расчетных заданий.
Самостоятельная работа	данный вид работы предполагает расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и другим источникам информации; а также подготовка к экзамену. Самостоятельная работа выполняется индивидуально, и с участием преподавателя. При подготовке к зачету необходимо ознакомиться с демонстрационным вариантом задания (перечнем вопросов), проработать конспекты лекций и практических занятий, рекомендуемую литературу, получить консультацию у преподавателя.

10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

10.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

10.1.1. Показатели оценивания компетенций на этапах их формирования

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
ОПК-4/второй	поведенческие особенности потребителей: способы управления потребителем	Опрос	Вопросы опроса
	Выстраивает систему мерчендайзинга, адаптированную к специфике товарной категории, рыночной ситуации	Практическое задание	Практические задачи
	Применяет современные методы продажи товаров, традиционные и новые принципы и планировки торгового зала и выкладки товаров	Практическое задание	Практические задачи
ПК-9/второй	Ориентируется в методах продажи товара, увеличивающих объем реализации и товара, обеспечивающих сокращение и предупреждение товарных потерь	Опрос	Вопросы опроса
	Эффективно организует пространство торгового зала и размещение товара для увеличения продаж, сокращения и предупреждения товарных потерь	Практическое задание	Практические задачи
	Использует приемы и навыки стимулирования покупок, проведения специальных акций для увеличения продаж, сокращения и предупреждения товарных потерь	Практическое задание	Практические задачи

10.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Критерии оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций	
		Устное собеседование	Письменная работа
40 – 100	Зачтено	Обучающийся своевременно выполнил практические задания и представил результаты обработки данных о производительности информационных систем, и их графическое представление, несущественные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
0 – 39	Не зачтено	Обучающийся не выполнил часть практических заданий, не представил результаты в форме презентации, допустил существенные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

10.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

10.2.1. Перечень вопросов к экзамену, разработанный в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

Формулировка вопроса	Тема
Вопросы теста для зачета :	
1. Что предшествовало появлению мерчендайзинга?	1
2. Когда и где появились первые универсальные магазины?	1
3. Когда появился мерчендайзинг в России?	1
4. Каковы особенности российского мерчендайзинга и мерчендайзинга?	1
5. Расскажите, каково развитие мерчендайзинга на современном этапе?	1
6. Обоснуйте взгляд на мерчендайзинг производителя и розничного торгового предприятия.	1
7. Перечислите основные процедуры мерчендайзинга с точки зрения предприятия розничной торговли.	1

8. Процесс принятия решения покупателем.	2
9. Психологические особенности человеческого восприятия.	2
10. Визуальный мерчандайзинг.	2
11. Какие основные правила эффективного запаса продукции вам известны?	3
12. Какие основные правила эффективного расположения продукции вам известны?	3
13. Известны?	3
14. Какие основные правила эффективной презентации товара вам известны?	3
15. Правило оптимального использования пространства торгового зала	4
16. Факторы, формирующие планировку магазина.	4
17. Коэффициент эффективности использования общей площади магазина.	4
18. Виды планировки торгового зала.	4
19. Эффективное размещение и разделение товарных групп.	4
20. Правило «золотого треугольника». Расположение основных и дополнительных точек продажи.	4
21. Анализ и оценка правильности размещения отделов.	4
22. Факторы, формирующие атмосферу магазина	5
23. Чувственные составляющие атмосферы магазина	5
24. Сущность выкладки и её разновидности.	5
25. Общие принципы и стандарты выкладки различных товарных групп.	5
26. Изучение влияния принципов выкладки товаров на изменение объемов товарооборота.	5
27. Реклама на месте продаж и POS-материалы.	6,7
28. Пять функциональных зон магазина и классификация средств POS-рекламы по функционально ориентированному признаку.	6,7
29. Сущность и содержание понятий «POS-материалы» и «средства POS-рекламы».	6,7
30. Классификация средств POS-рекламы по функционально ориентированному признаку	6,7

Вариант заданий, используемые при приеме зачета и разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Формулировка задания	Ответ
1	Дать рекомендации по планировке торгового зала Ситуационное задание выполняется каждым студентом	1. Графически изобразить существующую планировку торгового зала конкретного торгового предприятия с обозначением расположения линии касс, торгового оборудования (стеллажей, витрин), товарных групп, представленных на нем. 2. Выделить цветом основные зоны торгового зала: горячие и холодные. Обозначить основные направления движения покупателей. 3. Выделить цветом (или контуром) зоны адаптации, покупки и возвращения. 4. Проанализировать оптимальность размещения торгового оборудования и товарных групп на нем. 5. Разработать рекомендации по совершенствованию планировки, представить новую альтернативную планировку торгового зала и аргументировать ее преимущества.
2	Идентификация методов, приемов, типов выкладки и POS-материалов, разработка рекомендаций по оптимизации представления товара. Ситуационное задание выполняется каждым студентом индивидуально.	На практическом занятии студентам демонстрируются фотографии выкладки в существующих торговых предприятиях. Студент должен идентифицировать используемый тип выкладки, метод и прием, описать используемые POS-материалы, а также предложить пути оптимизации выкладки. Предложения коллективно обсуждаются
4	Национальные особенности применения POS-материалов в местах продаж для (страна) Ситуационное задание выполняется временным творческим коллективом студентов (2-3 человека)	Для коллектива студентов определяется страна из следующего перечня: КНР, Республика Корея, Япония, США, Франция, Германия и т.д. Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet, сбор информации в периодических и научных изданиях, анализ этой информации, защиту задания рекомендуется проводить в форме коллективной презентации и обсуждения на практическом занятии. Основные элементы отчета в форме презентации: - Национальные особенности формирования торгового пространства. - Типология POS-материалов и примеры, в данной стране. - Основные национальные тенденции в развитии POS-материалов.

10.2.2. Перечень тем докладов (рефератов, эссе, пр.), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

Темы контрольных работ (заочная форма обучения)

Практическое задание

Выбрать предприятие торговли и выполнить по нему следующее задание

1 часть

1. Графически изобразить существующую планировку торгового зала конкретного торгового предприятия с обозначением расположения линии касс, торгового оборудования (стеллажей, витрин), товарных групп, представленных на нем.
2. Выделить цветом основные зоны торгового зала: горячие и холодные. Обозначить основные направления движения покупателей.
3. Выделить цветом (или контуром) зоны адаптации, покупки и возвращения.
4. Проанализировать оптимальность размещения торгового оборудования и товарных групп на нем.
5. Разработать рекомендации по совершенствованию планировки, представить новую альтернативную планировку торгового зала и аргументировать ее преимущества.

2 часть

Идентифицировать используемый тип выкладки в данном магазине, метод и прием, описать используемые POS-материалы, а также предложить пути оптимизации выкладки.

10.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности), характеризующих этапы формирования компетенций

10.3.1. Условия допуска, обучающегося к сдаче (экзамена, зачета) и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета)

10.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная*

*В случае указания формы «Иная» требуется дать подробное пояснение

10.3.3. Особенности проведения (зачет)

- возможность пользоваться словарями, справочниками, классификаторами, стандартами, техрегламентами.
- время на ответ теста и практических заданий – 30 мин., ответ 10 мин.