

Дисциплина: Мерчандайзинг

Аннотация

Трудоемкость: 2 ECTS, 72 академических часа.

Форма итогового контроля: зачет

Цель освоения учебной дисциплины «Мерчандайзинг» заключается в формировании системы знаний о мерчандайзинге как инструменте представления и продвижения потребительских товаров в торговом предприятии. Для достижения указанной цели должны быть решены следующие задачи: – овладение основным понятийным аппаратом, используемым в учебной дисциплине «Мерчандайзинг»; – изучение психологии поведения различных категорий покупателей в магазине; – изучение правил и законов мерчандайзинга; – анализ внешних факторов, влияющих на привлекательность и конкурентоспособность торгового предприятия (месторасположение, внешний вид и территория вокруг магазина); – изучение принципов оптимизации торгового пространства и управления магистралью покупательских потоков в магазине; – раскрыть принципы эффективной выкладки и эффективной презентации товаров в торговом зале; – проанализировать степень влияния элементов атмосферы магазина на принятие решения о покупке.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- понятие, цели и задачи мерчандайзинга в условиях рыночных отношений;
- основные правила и законы мерчандайзинга и условия их применения;
- психологические аспекты поведения различных категорий покупателей в магазине;
- принципы эффективной выкладки потребительских товаров;
- элементы микромира магазина.

Уметь:

- применять в работе основные правила и законы мерчандайзинга;
- анализировать эффективность основных элементов мерчандайзинга и принимать меры по её повышению;
- правильно размещать и представлять товары в торговом зале;
- создавать приятную атмосферу в местах продажи для повышения конкурентоспособности предприятий;
- определять проблемные места и направления совершенствования торгового процесса и обслуживания покупателей в магазине.

Владеть:

- терминологией в области мерчандайзинга;
- необходимыми теоретическими знаниями и практическими навыками для организации внешнего и торгового пространства магазина в соответствии с концепцией мерчандайзинга в розничном торговом предприятии.