Приложение № _____ к ПООП

38.01.02. «Продавец, контролер – кассир»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины

« ОСНОВЫ МЕРЧНДАЙЗИНГА**»**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
«ПЕРЕЛЮБСКИЙ АГРАРНЫЙ ТЕХНИКУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

по профессии 38.01.02.

«ПРОДАВЕЦ, КОНТРОЛЕР – КАССИР»

Перелюб

2021

РАССМОТРЕНО И СОГЛАСОВАНО
на заседании ПЦК специальных дисциплин

Протокол №1 «27» 08 2021г.
Председатель ПЦК /Л.А.Солдатова/

Протокол №__ «___»_____20___г.
Председатель ПЦК _____

Протокол №__ «___»_____20___г.
Председатель ПЦК _____

УТВЕРЖДАЮ
Директор ГАПОУ СО «ПАТ»
_____/Э.А.Чариев/

Приказ № ____«_____» _____20___г.

Приказ № ____«_____» _____20___г.
_____/_____/

Приказ № ____«_____» _____20___г.
_____/_____/

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС по профессии 38.01.02. «Продавец, контролер – кассир»

Организация-разработчик: Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Саратовской области «Перелюбский аграрный техникум»

Разработчик: Солдатова Людмила Александровна, мастер производственного обучения, преподаватель специальных дисциплин первой квалификационной категории, ГАПОУ СО «Перелюбский аграрный техникум».

Савенкова Татьяна Юрьевна, преподаватель специальных дисциплин, мастер производственного обучения.

Бадякшина Елена Александровна, преподаватель специальных дисциплин, мастер производственного обучения.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика рабочей программы учебной дисциплин 5-6

2. Структура и содержание учебной дисциплины 7 -9

3. Условия реализации учебной дисциплины 10-11

4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины 13

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОСНОВЫ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА»

1.1 Цель и планируемые результаты освоения учебной дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающиеся должны освоить основной вид деятельности знать и соблюдать санитарные правила торговли и соответствующие ей общие и профессиональные компетенции, личностные результаты:

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: Дисциплина «Основы мерчендайзинга» входит в профессиональный цикл.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

уметь:

- составлять планограмму и карту выкладки товара;
- разрабатывать систему мерчендайзига в магазине;
- разрабатывать внешнюю атрибутику магазинов различного профиля;
- осуществлять планировку и зонирование торгового зала;

знать:

- определение мерчендайзинга;
- психологические аспекты поведения покупателя в магазине;
- составляющие микромира магазина;
- должностные обязанности мерчендайзера магазина;
- трехуровневую концепцию мерчендайзинга;

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося **27 часов**,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося	**18 часов**;
самостоятельной работы обучающегося	**9 часов**

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	**Объем часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	27
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	13
в том числе:	
лабораторные занятия	5
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	9
в том числе:	
выполнение лабораторных работ,	5
Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме дифференцированного зачета	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	**Объём часов**				**Уровень освоения**
	Макс. уч. нагр.	**Аудитор. уч. наг**	**В том числе ЛПР**	**Внеаудитор. сам.раб**	
Раздел 1. Мерчендайзинг как одно из условий успешности работы современного торгового предприятия		**6**	**2**	**4**	
Тема 1.1. Введение в мерчендайзинг		2		2	
Мерчендайзин как элемент современного рынка. Определение мерчендайзинга. История мерчендайзинга. Мерчендайзинг – иллюзия и реальность. Основные правила и факторы мерчендайзинга. Значение мерчендайзинга в обеспечении конкуретных преимуществ предприятия					1
Тема 1.2. Основа мерчендайзинга – поведение покупателей в магазине		2			

Клиентоориентированный подход в организации торговли. Общие закономерности совершения покупок. Психологические аспекты поведения покупателей в магазине. Сегментирование покупателей по стратегии в области совершения покупок.					
Практическое занятие № 1. «Поведение различных групп покупателей в магазине».			2		2
Тема 1.3. Микромир магазина		2			
Технологическая и психологическая составляющие микромира магазина. Анализ и оценка микромира магазина с позиции его воздействия на покупателя.					1
Раздел 2. Трехуровневая концепция мерчендайзинга		**7**	**3**	**2**	
Тема 2.1. Система мерчендайзинга в магазине		1	2	2	
Стандарт мерчендайзинга. Должностная инструкция мерчендайзера: общие положения, обязанности, права, ответственность. Планограммы выкладки товаров. Карта выкладки товара. Оценка деятельности мерчендайзера					
Практическое занятие № 3. Составление планограммы выкладки товаров			2		
Тема 2.2. Первый уровень трехуровневой концепции мерчендайзинга. Внешний вид магазина и территория вокруг него.		2			
Мультиатрибутивная концепция магазина. Составляющие внешнего вида магазина: название, рекламный слоган, вывеска. Цветовое оформление. Входная зона и витрины. Территория вокруг магазина					
Практическое занятие № 4. Разработка внешней атрибутики магазинов различного профиля: названия, вывески, логотипы			1		

Тема 2.3. Второй уровень трехуровневой концепции мерчендайзинга. Торговый зал		2			
Планировка торгового зала. Основные зоны. Торговое оборудование. Цветовое оформление и освещение. Особенности освещения различных групп товаров. Система навигации в магазине. Аромомаркетинг. Музыкальный ряд. «Золотое правило» музыки в розничной торговле.					
Тема 2.4. Третий уровень трехуровней концепции магазина: выкладка товаров в торговом зале		2		1	
Мерчендайзинговый подход к выкладке товаров в торговом зале. Общие правила выкладки товаров. Виды выкладки. Ценники. Оформление рекламной информации. Типы выкладки: горизонтальная, вертикальная, дисплейная. Особенности выкладки особых товарных групп. Организация выставок.					
Всего	**27**	**13**	**5**	**9**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета «Менеджмента и маркетинга»

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий «Мерчендайзинг»

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением и мультимедиапроектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Учебники

1. Варлей Р. Управление розничными продажами. Мерчендайзинг. М., 2021 – 296 с.
2. Веллхоф А., Массон Ж.-Э. Мерчендайзинг. Эффективные инструменты и управление товарными категориями. М., 2020. - 267 с.
3. Колборн Р. 15 Условий успеха розничного магазина. Мерчендайзинг. С-Пб, Издательский дом «Нева», 2021. -411 с.
4. Цвет в интерьере. Золотое правило дизайна. Минск, 2021. – 132 с.
5. Иванченко Б. В. Мерчандайзинг: Искусство продавать: Практическое пособие. – Симферополь: ИД «Квадранал» - 2020.
6. Каноян К. и Р. Мерчандайзинг. – М.: РИП – холдинг, 2021. – 826

7. Федько В. П. Мерчандайзинг и сэмплинг: учебное пособие для вузов / В. П. Федько; В. А. Бондаренко. - Ростов н/Д : МарТ, 2021. - 296 с. : ил. - (Новые технологии).

Дополнительные источники:

1. Огнянников Г., Медведев Д. Современные формы розничной торговли// Рынок ценных бумаг – 2021 - №9.
2. Прохорчук Е.Ю., Сазонова О.П. Мерчандайзинг как элемент продвижения товара // Экономический вестник. – 2020. - №10.
3. Парамонова Т.А. Планировка магазина как важнейший элемент мерчедайзинга // «Практический маркетинг». – 2020. – №4.

Интернет-ресурсы:

1. 4p.ru (Сайт по теории и практике маркетинга)
2. marketing.spb.ru (Публикации по вопросам маркетинга (брэндинг, ценообразование, поведение потребителей, финансовый, промышленный, международный маркетинг и т.д.). Примеры маркетинговых исследований)
3. marketolog.ru (Сетевой журнал о маркетинге и рекламе)
4. 7st.ru (Сетевой журнал о маркетинге и рекламе)
5. rwr.ru (Сайт по теории и практике рекламы, PR, медиапланирования, маркетинга и т.д.)

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий

Техникум, реализующий подготовку по учебной дисциплине, обеспечивает организацию и проведение промежуточной аттестации и текущего контроля индивидуальных образовательных достижений – демонстрируемых обучающимися знаний, умений и навыков.

Текущий контроль проводится преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования и выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Для промежуточной аттестации и текущего контроля преподавателем создаются комплексы оценочных средств (КОС).

КОС включают в себя педагогические контрольно-измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям оценки результатов подготовки.

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации производится в соответствии с универсальной шкалой (таблица).

Процент результативности (правильных ответов)	**Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений**	
	балл (отметка)	**вербальный аналог**
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо

70 ÷ 79	3	удовлетворительно
менее 70	2	не удовлетворительно

На этапе промежуточной аттестации по медиане качественных оценок индивидуальных образовательных достижений преподавателем определяется интегральная оценка уровня подготовки по учебной дисциплине.