


федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Мичуринский государственный аграрный университет»

Кафедра продуктов питания, товароведения и технологии переработки  
продукции животноводства

УТВЕРЖДЕНА  
решением учебно-методического совета  
университета  
(протокол от 22 июня 2023 г. № 10)

УТВЕРЖДАЮ  
Председатель учебно-методического  
совета университета  
 С.В. Соловьёв  
«22» июня 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**  
**МЕРЧЕНДАЙЗИНГ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль) - Товароведение и экспертиза в сфере производства  
и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров

Квалификация - бакалавр

Мичуринск – 2023 г.

## **1. Цели освоения дисциплины (модуля)**

Целью дисциплины «Мерчендайзинг продовольственных товаров» является формирование у обучающихся системного представления об основах и приобретении практических навыков в продвижении и продаже товаров в розничном торговом предприятии, а также повышении лояльности покупателей.

При освоении данной дисциплины учитываются трудовые функции следующих профессиональных стандартов:

08.026 Специалист в сфере закупок (утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «10» сентября 2015 г. № 625н; регистрационный номер 558)

40.060 Специалист по сертификации продукции (утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 31 октября 2014 г. № 837н; регистрационный номер 247).

40.062 Специалист по качеству продукции (утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 31 октября 2014 г. № 856н; регистрационный номер 250)

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

Согласно учебному плану по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение дисциплина (модуль) «Мерчендайзинг продовольственных товаров» относится к дисциплине по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» Б1.В.ДВ.06.01.

Для освоения данной дисциплины необходимы знания и умения, приобретенные в результате освоения следующих предшествующих дисциплин: «Экономика», «Основы коммерческой деятельности», «Товарный менеджмент», «Товароведение упаковочных материалов и тары для потребительских товаров».

Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее при прохождении производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, производственной преддипломной практики и написании выпускной квалификационной работы.

## **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить следующие трудовые функции действия:

Составление планов и обоснование закупок (08.026 Специалист в сфере закупок ТФ - В/01.6)

Обеспечение подготовки обоснования закупки при формировании плана закупок

Разработка плана-графика и осуществление подготовки изменений для внесения в план-график

Публичное размещение плана-графика, внесенных в него изменений Организация утверждения плана закупок и плана-графика

Определение и обоснование начальной (максимальной) цены контракта, в том числе заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем)

Уточнение в рамках обоснования цены контракта и ее обоснование в извещениях об осуществлении закупок, приглашениях к определению поставщиков (подрядчиков, исполнителей)

Обработка, формирование, хранение данных

Осуществление процедур закупок (08.026 Специалист в сфере закупок ТФ - В/02.6)

Обеспечение привлечения на основе контракта специализированной организации для выполнения отдельных функций по определению поставщика

Согласование требований к закупаемым заказчиком отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе начальным (максимальным) ценам) и (или) нормативным затратам на обеспечение функций заказчика и публичное их размещение

Организация и контроль разработки проектов контрактов, типовых условий контрактов

Составление и публичное размещение отчета об объеме закупок у субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций

Составление отчетной документации

Обработка, формирование, хранение данных

Выбор способа определения поставщика (подрядчика, исполнителя)

Ведение учета и составление отчетов о деятельности организации по сертификации продукции (услуг) (40.060 Специалист по сертификации продукции ТФ - А/02.5)

Формирование отчетов о деятельности организации по управлению качеством продукции

Анализ статистических данных о деятельности организации по управлению качеством продукции

Определение и согласование требований к продукции (услугам), установленными потребителями, а также требований, не установленных потребителями, но необходимых для эксплуатации продукции (услуг) (40.062 Специалист по качеству продукции ТФ - А/01.6)

Анализ применяемых методов контроля (качественных и количественных) показателей качества продукции (услуг) в организации

Разработка предложений по корректированию применяемых и применению новых методов контроля (качественных и количественных) показателей качества продукции (услуг) в организации

Разработка корректирующих действий по управлению несоответствующей продукцией (услугами) в ходе эксплуатации (40.062 Специалист по качеству продукции ТФ - А/03.6)

Анализ причин, вызывающих снижение качества продукции (работ, услуг), разработка планов мероприятий по их устранению (40.062 Специалист по качеству продукции ТФ - В/01.6)

Выявление причин возникновения дефектов, вызывающих ухудшение качественных и количественных показателей продукции (услуг) на стадии производства продукции и оказания услуг

Разработка корректирующих действий по устранению дефектов, вызывающих ухудшение качественных и количественных показателей продукции (услуг) на стадии производства продукции и оказания услуг.

Освоение дисциплины (модуля) направлено на формирование следующих компетенций:

ПК-8 знанием ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество;

ПК-14 способностью осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии, разрабатывать предложения по предупреждению и сокращению товарных потерь

Планируемые результаты обучения (показатели освоения компетенции)	Критерии оценивания результатов обучения			
	Низкий (допороговый) компетенция не сформирована	Пороговый	Базовый	Продвинутый
<u>ПК-8</u> Знать: методы изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Не знает методы изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Знает элементарные методы изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Знает методы изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Отлично знает методы изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество
Уметь: пользоваться методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Не умеет пользоваться методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Затрудняется пользоваться методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Умеет пользоваться элементарными методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Отлично умеет пользоваться методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество
Владеть: методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Не владеет методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Затрудняется пользоваться методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Владеет элементарными методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Отлично владеет методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество
<u>ПК-14</u> Знать: методы контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи	Фрагментарные знания методов контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам	Общие, но не структурированные знания методов контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы в знаниях методов контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в	Сформированные систематические знания методов контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно

согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии.	мерчандайзинга, принятым на предприятии	стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии.	местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии	стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии.
Уметь: пользоваться методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии.	Частично освоенное умение пользоваться методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии.	В целом успешно, но не систематически осуществляемое умение пользоваться методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии	В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы в умении пользоваться элементарными методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии.	Сформированное умение пользоваться методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии.
Владеть: методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии	Частично владеет методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии	Владеет некоторыми методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии	Владеет элементарными методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии	Отлично владеет методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- ассортимент и потребительские свойства товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество
- механизм привлечения потребителя в магазин и обращения его внимание на конкретный товар;
- правила увеличения времени пребывания покупателя в торговом зале и количество совершаемых им покупок;
- методы управления поведением потребителей, иницируя их на совершение благоприятных для розничного торгового предприятия действий;
- основные способы снижения когнитивного диссонанса и повышения лояльности покупателей к розничному торговому предприятию.
- методы контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчендайзинга, принятым на предприятии

**Уметь:**

- пользоваться знанием ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество
- определять приоритетные направления работы по мерчендайзингу, их планирование и контроль;
- выстраивать систему мерчендайзинга, адаптированную к специфике товарной категории, рыночной ситуации;
- эффективно организовывать пространство торгового зала и размещение товара;
- прогнозировать эффективность мерчендайзинга;
- планировать эффективность специальных акций в магазинах;
- создавать в торговом зале эффективную систему стимулирования импульсивных покупок.
- проводить критический анализ организации внутреннего пространства магазина с точки зрения мерчендайзинга;
- обосновать рациональную планировку торгового зала магазина с учетом его формата, ассортимента реализуемых товаров и применяемых методов обслуживания
- пользоваться методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчендайзинга, принятым на предприятии.

**Владеть:**

- знанием ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество
- терминологическим аппаратом мерчендайзинга;
- алгоритмом принятия решения о выборе местоположения той или иной товарной группы в розничном торговом предприятии;
- знаниями правил мерчендайзинга
- методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчендайзинга, принятым на предприятии.

Эти знания позволяют осуществлять профессиональную деятельность с учетом кризисных изменений и инноваций современного рынка, а также стимулируют заинтересованность в профессиональном и личном росте.

### **3.1 Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины (модуля) и формируемых в них профессиональных компетенций**

Разделы, темы дисциплины	Компетенции		Общее количество
	ПК-8	ПК-14	

			компетенций
Тема 1. Теоретические основы мерчендайзинга	x	x	2
Тема 2. Внутренняя планировка магазина	x	x	2
Тема 3. Торговое оборудование	x	x	2
Тема 4. Выкладка товаров	x	x	2
Тема 5. Атмосфера магазина	x	x	2
Тема 6. Эффективное представление продвигаемых товаров в розничном торговом предприятии	x	x	2

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 акад. часов.

##### 4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид занятий	Количество акад. часов	
	по очной форме обучения 6 семестр	по заочной форме обучения 4 курс
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем	44	12
Аудиторные занятия, в т.ч.	44	12
лекции	14	4
практические занятия	30	8
Самостоятельная работа, в т.ч.	64	92
проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	24	30
подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	20	30
выполнение индивидуальных заданий	20	32
Контроль		4
Формы итогового контроля	зачет	зачет

##### 4.2 Лекции

№	Раздел дисциплины, темы лекций и их содержание	Объем в акад. часах		Формируемые компетенции
		очная форма обучения	заочная форма обучения	
1	<b>Теоретические основы мерчендайзинга</b> Определение мерчендайзинга Методы мерчендайзинга Цели и задачи мерчендайзинга	2	0,5	ПК-8,ПК-14
2	<b>Внутренняя планировка магазина</b> Цели внутренней планировки Сегментация площади торгового зала Анализ «холодных» и «горячих» зон	2	0,5	ПК-8,ПК-14
3	<b>Торговое оборудование</b> Виды торгово-технологического оборудования Оборудование для торгового зала	2	1	ПК-8,ПК-14
4	<b>Выкладка товаров</b>	4	1	ПК-8,ПК-14
	Демонстрация товаров в торговом зале Принцип выкладки	2		ПК-8,ПК-14

	Основные концепции предоставления товара Правила расположения товаров	2		ПК-8,ПК-14
5	<b>Атмосфера магазина как фактор эффективной торговли</b> Основные принципы использования чувственных компонентов в магазине. Факторы, влияющие на продажи в розничных торговых точках: освещение, цвет, музыка, запах	2	0,5	ПК-8,ПК-14
6	<b>Эффективное представление продвигаемых товаров в розничном торговом предприятии</b> Комплекс продвижения товаров на местах продажи Эффективная организация ценников на различных местах продажи.	2	0,5	ПК-8,ПК-14
	ИТОГО:	14	4	

### 4.3 Лабораторные работы – не предусмотрены

### 4.4 Практические занятия

№	Наименование занятия	Объем в акад. часах		Формируемые компетенции
		очная форма обучения	заочная форма обучения	
1	<b>1.1. Теоретические основы мерчендайзинга</b> История и современное развитие. Поведенческие особенности потребителей. Механизм действия мерчендайзинга.	2	0,5	ПК-8, ПК-14
	<b>1.2. (выездное) Применение различных методов мерчендайзинга при оформлении витрин магазина</b> Особенности оформления продовольственных магазинов	2		ПК-8, ПК-14
2	<b>2.1. Внутренняя планировка</b> Подходы к распределению площади торгового зала Последовательность размещения отделов в торговом зале	2	0,5	ПК-8, ПК-14
	<b>2.2. Распределение площади подсобных помещений</b>	2		ПК-8, ПК-14
3	<b>3.1. Торговое оборудование</b> Виды планировок торгового зала Система размещения оборудования	2	1	ПК-8, ПК-14
4	<b>Выкладка продовольственных товаров</b>	14	4	ПК-8, ПК-14
	<b>4.1. Гастрономические товары</b> Формирование ассортимента Выкладка продукции на весовом и порционном прилавках	2	0,5	ПК-8, ПК-14
	<b>4.2. Бакалейные товары</b> Ассортимент бакалейной продукции Выкладка бакалейной продукции	2		ПК-8, ПК-14
	<b>4.3. Молочные и кисломолочные товары</b> Выкладка молочной продукции Выкладка йогуртов Выкладка сыров	2	0,5	ПК-8, ПК-14
	<b>4.4. Сельскохозяйственная продукция</b> Формирование ассортимента с/х продукции Упаковка: плюсы и минусы Вкладка с/х продукции	2	1	ПК-8, ПК-14
	<b>4.5. Замороженные продукты</b>	2	1	ПК-8, ПК-14



	Ассортимент замороженных продуктов Правила торговли замороженных продуктов			
	<b>4.6. Мясо и мясопродукты</b> Формирование ассортимента Управление товарными запасами	2	0,5	ПК-8, ПК-14
	<b>4.7. Алкогольная продукция</b> Правила выкладки Специализированное оборудование	2	0,5	ПК-8, ПК-14
5	<b>5.1. Атмосфера магазина как фактор эффективной торговли</b>	6	2	ПК-8, ПК-14
	Основные принципы использования чувственных компонентов в магазине Факторы, влияющие на продажи в розничных торговых точках: освещение, цвет, музыка, запах	2		ПК-8, ПК-14
6	<b>6.1. Эффективное представление продвигаемых товаров в розничном торговом предприятии</b>	6	2	ПК-8, ПК-14
	Комплекс продвижения товаров на местах продажи Эффективная организация ценников на различных местах продажи Роль внутримагазинной рекламы и инструментов стимулирования сбыта POS-материалы	2		ПК-8, ПК-14
	<b>ИТОГО</b>	30	8	

#### 4.5 Самостоятельная работа обучающегося

Раздел дисциплины	Вид самостоятельной работы	Объем акад. часов	
		очная форма обучения	заочная форма обучения
Тема 1. Понятие мерчендайзинга и его эволюция	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	5
	Подготовка к практическому занятию, защите реферата	3	5
	Выполнение индивидуальных заданий	3	6
Тема 2. Инструменты мерчендайзинга	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	5
	Подготовка к практическому занятию, защите реферата	3	5
	Выполнение индивидуальных заданий	3	6
Тема 3. Понятие и показатели эффективности мерчендайзинга	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	5
	Подготовка к практическому занятию, защите реферата	4	5
	Выполнение индивидуальных заданий	4	6
Тема 4. Мерчендайзинговый подход к планировке магазина	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	5
	Подготовка к практическому занятию, защите реферата	4	5
	Выполнение индивидуальных заданий	4	6
Тема 5. Атмосфера магазина как фактор	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	5
	Подготовка к практическому занятию, защите реферата	3	5

эффективной торговли	Выполнение индивидуальных заданий	3	4
Тема 6. Эффективное представление продвигаемых товаров в розничном торговом предприятии	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	5
	Подготовка к практическому занятию, защите реферата	3	5
	Выполнение индивидуальных заданий	3	4
ИТОГО		64	92

**Перечень методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине (модулю):**

1. Новикова И.М. Методические указания для выполнения самостоятельной работы по дисциплине «Мерчендайзинг продовольственных товаров» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение. – Мичуринск, 2023.

2. Новикова И.М. Методические указания для выполнения контрольной работы по дисциплине «Мерчендайзинг продовольственных товаров» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение. – Мичуринск, 2023.

**4.6 Выполнение контрольной работы обучающимися заочной формы обучения**

В соответствии с учебным планом бакалавры (заочного обучения) должны выполнять контрольную работу, в которой должны быть рассмотрены 2 теоретических вопроса. Бакалавры одной учебной группы не могут выбирать одинаковые темы контрольной работы.

Основная цель написания контрольной работы состоит в том, чтобы содействовать более глубокому усвоению обучающимися материала курса, с использованием теоретических и практических источников в области мерчендайзинга продовольственных товаров.

Выбрав тему, обучающимся необходимо всесторонне познакомиться с источниками и литературой по выбранной теме, изложить в письменном виде основные положения, результаты своего исследования и сдать на проверку (рецензию) преподавателю правильно оформленную контрольную работу.

Объем контрольной работы не должен превышать 20-30 страниц рукописного текста или 25 страниц печатного. Тема контрольной работы и ее содержание должны быть увязаны с тематикой основных вопросов программы курса. Выбор темы реферата осуществляется бакалавром самостоятельно.

Ниже приведены примерные темы контрольной работы. Бакалавры могут подготовить работу по предложенной ими теме, предварительно согласовав ее с преподавателем. На аудиторных занятиях обучающиеся представляют результаты своей работы по теме занятия в форме презентации.

**Примерные темы контрольных работ**

1. Сущность и история развития мерчендайзинга
2. Основные правила мерчендайзинга
3. Организация торгового пространства: принципы, виды.
4. Основные правила размещения товара.
5. Виды выкладки.
6. Правила оформления и размещения ценников
7. Способы замедления потоков покупателей
8. Распределение рекламных материалов по местам размещения.

9. Проектирование торговой зоны.
10. Методы мерчендайзинга поставщика
11. Определение месторасположения торговой точки
12. Использование стимулирующих акций
13. Интерактивный мерчендайзинг
14. Организация работы мерчендайзеров
15. Виды организационных структур отдела мерчендайзинга
16. Содержание мерчендайзинга для предприятия розничной торговли.
17. Перекрестная торговля.
18. Продажи товаров по методу ABC.
19. Метод импульсных продаж предприятия розничной торговли.
20. Классификации средств и материалов POS-рекламы.
21. Выкладка товаров в торговом зале.
22. Выкладка гастрономических товаров
23. Выкладка бакалейных товаров
24. Выкладка молочных товаров
25. Выкладка кисломолочных товаров
26. Правила реализации сыров
27. Организация приемки и обработки сельскохозяйственной продукции
28. Правила торговли замороженными продуктами
29. Виды мясной продукции
30. Способы представления мясопродуктов
31. Правила выкладки алкогольной продукции

#### **4.7 Содержание разделов дисциплины**

##### **Тема 1. Понятие мерчендайзинга и его эволюция.**

Определение мерчендайзинга, цели и задачи мерчендайзинга, результаты, достигаемые при использовании мерчендайзинга. Возникновение мерчендайзинга. История и современное развитие. Поведенческие особенности потребителей. Механизм действия мерчендайзинга.

##### **Тема 2. Внутренняя планировка магазина.**

Виды магазинов. Мерчендайзинг как инструмент эффективного использования торговых площадей. Факторы, формирующие планировку магазина. Коэффициент эффективности использования общей площади магазина. Виды технологической планировки торгового зала. Эффективное размещение и разделение товарных групп. Правило «золотого треугольника». Расположение основных и дополнительных точек продажи. Анализ и оценка правильности размещения отделов.

##### **Тема 3. Торговое оборудование**

Виды торгово-технологического оборудования. Оборудование для торгового зала. Виды планировок торгового зала. Система размещения оборудования

##### **Тема 4. Выкладка товаров**

Основные виды выкладки. Правила эффективного расположения товаров на полочном пространстве. Определение оптимального размера выкладки. Контроль за выкладками.

##### **Тема 5. Атмосфера магазина.**

Основные принципы использования чувственных компонентов в магазине. Факторы, влияющие на продажи в розничных торговых точках: освещение, цвет, музыка, запах. Оформление внутримагазинного пространства. Работа персонала.

##### **Тема 6. Эффективное представление продвигаемых товаров в розничном торговом предприятии.**

Комплекс продвижения товаров на местах продажи Эффективная организация ценников на различных местах продажи. Средства оформления мест продажи товара. Роль

внутримагазинной рекламы и инструментов стимулирования сбыта. Основные виды и правила размещения рекламных материалов. POS-материалы.

## 5. Образовательные технологии

Вид учебных занятий	Форма проведения
Лекции	Интерактивная форма - презентации с использованием мультимедийных средств с последующим обсуждением материалов (лекция – визуализация)
Практические занятия	Практические занятия - круглый стол, дискуссии, работа в малых группах
Самостоятельная работа	Сочетание традиционной формы (работа с учебной и справочной литературой, изучение материалов интернет-ресурсов, подготовка к лабораторным и практическим занятиям и тестированию) и интерактивной формы (выполнение индивидуальных и групповых исследовательских работ)

## 6. Оценочные средства дисциплины (модуля)

Основными видами дисциплинарных оценочных средств при функционировании модульно-рейтинговой системы обучения являются: на стадии рубежного рейтинга, формируемого по результатам модульного компьютерного тестирования – тестовые задания; на стадии поощрительного рейтинга, формируемого по результатам написания и защиты рефератов по актуальной проблематике; на стадии промежуточного рейтинга, определяемого по результатам сдачи зачета – теоретические вопросы, контролирующие теоретическое содержание учебного материала, из различных видов профессиональной деятельности обучающегося по ОПОП данного направления, формируемые при изучении дисциплины «Мерчендайзинг продовольственных товаров».

### 6.1 Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю) «Мерчендайзинг продовольственных товаров»

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Оценочное средство	
			Наименование	Кол-во
1	Тема 1. Теоретические основы мерчендайзинга	ПК-8, ПК-14	Тестовые задания	20
			Реферат	5
			Вопросы для зачета	6
2	Тема 2. Внутренняя планировка магазина	ПК-8, ПК-14	Тестовые задания	10
			Реферат	4
			Вопросы для зачета	5
3	Тема 3. Торговое оборудование	ПК-8, ПК-14	Тестовые задания	10
			Реферат	4
			Вопросы для зачета	5
4	Тема 4. Выкладка товаров	ПК-8, ПК-14	Тестовые задания	20
			Реферат	5
			Вопросы для зачета	5
5	Тема 5. Атмосфера магазина	ПК-8, ПК-14	Тестовые задания	20
			Реферат	5
			Вопросы для зачета	5
6	Тема 6. Эффективное представление продвигаемых товаров в розничном торговом предприятии	ПК-8, ПК-14	Тестовые задания	20
			Реферат	5
			Вопросы для зачета	5

Форма контроля – текущий контроль – контрольные вопросы, рейтинговое тестирование, модуль (максимальная рейтинговая оценка – 20 баллов), зачет (максимальная рейтинговая оценка – 40 баллов), творческий балл – 10 баллов.

## **6.2 Перечень вопросов к зачету**

1. Эволюция мерчендайзинга. (ПК-8, ПК-14)
2. Сущность, цели и задачи мерчендайзинга. (ПК-8, ПК-14)
3. Концепция мерчендайзинга. (ПК-8, ПК-14)
4. Основные правила мерчендайзинга. (ПК-8, ПК-14)
5. Виды магазинов. (ПК-8, ПК-14)
6. Факторы, формирующие планировку магазина. (ПК-14)
7. Коэффициент эффективности использования общей площади магазина. (ПК-8)
8. Виды планировки торгового зала. (ПК-14)
9. Эффективное размещение и разделение товарных групп. (ПК-8)
10. Правило «золотого треугольника». Расположение основных и дополнительных точек продажи. (ПК-8),
11. Анализ и оценка правильности размещения отделов. (ПК-8)
12. Комплекс продвижения товаров на местах продажи. (ПК-14)
13. Роль внутримаркетинговой рекламы и инструментов стимулирования сбыта. (ПК-8)
14. Эффективная организация ценников на различных местах продажи. (ПК-14)
15. Средства оформления мест продажи товара. (ПК-14)
16. Основные виды и правила размещения рекламных материалов. (ПК-8)
17. Основные принципы использования чувственных компонентов в магазине. (ПК-8)
18. Факторы, влияющие на продажи в розничных торговых точках: освещение, цвет, музыка, запах. (ПК-8)
19. Оформление внутримаркетингового пространства. (ПК-8)
20. POS-материалы. (ПК-14)
21. Для чего в мерчендайзинге необходимо знание ассортимента и потребительских свойств товаров (ПК-8)
22. Для чего в мерчендайзинге необходимо знание факторов, формирующих и сохраняющих их качество (ПК-8)
23. Основные правила выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчендайзинг (ПК-14)
24. Как осуществляется контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения (ПК-14)
25. Оформление витрины продовольственного магазина. (ПК-8, ПК-14)
26. Особенности выкладки вкусовых товаров (ПК-8, ПК-14)
27. Особенности выкладки молочных товаров (ПК-8, ПК-14)
28. Особенности выкладки бакалейных товаров (ПК-8, ПК-14)
29. Особенности выкладки сельскохозяйственной продукции (ПК-8, ПК-14)
30. Особенности выкладки замороженных продуктов (ПК-8, ПК-14)
31. Особенности выкладки алкогольной продукции (ПК-8, ПК-14)

## **6.3 Шкала оценочных средств**

При функционировании модульно-рейтинговой системы обучения знания, умения и навыки, приобретаемые обучающимися в процессе изучения дисциплины, оцениваются в рейтинговых баллах. Учебная дисциплина имеет итоговый рейтинг – 100 баллов, который складывается из рубежного (40 баллов), промежуточного (50 баллов) и поощрительного рейтинга (10 баллов). Итоговая оценка знаний обучающегося по дисциплине определяется на основании перевода итогового рейтинга в 5-ти балльную шкалу с учетом соответствующих критериев оценивания.

Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания	Оценочные средства (кол.баллов)
<p>Продвинутый (75-100 баллов) «зачтено»</p>	<p>Выполнение полного объема работы; правильные и четкие ответы на вопросы зачета; способность формировать собственное мнение по актуальным вопросам;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- полное знание учебного материала из разных разделов дисциплины;</li> <li>- знание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество;</li> <li>- знание механизма привлечения потребителя в магазин и обращения его внимание на конкретный товар;</li> <li>- знание правил увеличения времени пребывания покупателя в торговом зале и количество совершаемых им покупок;</li> <li>- знание методов управления поведением потребителей, иницилируя их на совершение благоприятных для розничного торгового предприятия действий;</li> <li>- владение методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии</li> </ul>	<p>Тестовые задания (31-40 баллов) Реферат (9-10 баллов) Вопросы к зачету (38-50 баллов)</p>
<p>Базовый (50-74 балла) – «зачтено»</p>	<p>Выполнение объема работ на 75-80%; умение дать правильный, но не всегда полный ответ на дополнительные вопросы зачета; некоторые трудности в формировании собственных выводов по актуальным вопросам;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знание учебного материала из разных разделов дисциплины;</li> <li>- знание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество;</li> <li>- знание механизма привлечения потребителя в магазин и обращения его внимание на конкретный товар;</li> <li>- знание правил увеличения времени пребывания покупателя в торговом зале и количество совершаемых им покупок;</li> <li>- знание методов управления поведением потребителей, иницилируя их на совершение благоприятных для розничного торгового предприятия действий;</li> <li>- владение методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии</li> </ul>	<p>Тестовые задания (21-30 баллов) Реферат (7-8 баллов) Вопросы к зачету (25-37 баллов)</p>
<p>Пороговый (35-49 баллов) «зачтено»</p>	<p>Выполнение объема работы на 50-60%; по основным вопросам ответ правильный, но неполный; проблемы в формулировании собственного мнения</p>	<p>Тестовые задания (11-20 баллов) Реферат (5-6 баллов)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество;</li> <li>- знание механизма привлечения потребителя в магазин и обращения его внимание на конкретный товар;</li> <li>- знание правил увеличения времени пребывания покупателя в торговом зале и количество совершаемых им покупок;</li> <li>- знание методов управления поведением потребителей, инициируя их на совершение благоприятных для розничного торгового предприятия действий;</li> <li>- владение методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии</li> </ul>	<p>Вопросы к зачету (18-24 балла)</p>
<p>Низкий (допороговый) (компетенция не сформирована) (менее 35 баллов) «не зачтено»</p>	<p>Выполнено менее 50% объема работы; неумение сформулировать правильный и четкий ответ по вопросам зачета; неумение формулировать собственное мнение</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание учебного материала из разных разделов дисциплины;</li> <li>- незнание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество;</li> <li>- незнание механизма привлечения потребителя в магазин и обращения его внимание на конкретный товар;</li> <li>- незнание правил увеличения времени пребывания покупателя в торговом зале и количество совершаемых им покупок;</li> <li>- незнание методов управления поведением потребителей, инициируя их на совершение благоприятных для розничного торгового предприятия действий;</li> <li>- невладение методами контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии</li> </ul>	<p>Тестовые задания (0-10 баллов) Реферат (0-4 балла) Вопросы к зачету (0-17 баллов)</p>

Все комплекты оценочных средств (контрольно-измерительных материалов), необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (модуля) подробно представлены в документе «Фонд оценочных средств дисциплины (модуля)».

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **7.1 Основная учебная литература:**

1. Киселица, Е.П. Мерчендайзинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.П. Киселица. — Электрон. дан. — Тюмень: 2013. — 152 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/109849>. — Загл. с экрана.

2. Новикова, И.М. УМКД «Мерчендайзинг продовольственных товаров» для направления подготовки 38.03.07Товароведение/ И.М. Новикова – Мичуринск 2023.

## **7.2 Дополнительная учебная литература**

1. Дубровин, И.А. Поведение потребителей. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М.: Дашков и К, 2015. — 312 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/56271>

2. Меликян, О.М. Поведение потребителей [Электронный ресурс]: учебник / О.М. Меликян. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2016. — 280 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93311>. — Загл. с экрана.

## **7.3 Методические указания по освоению дисциплины (модуля)**

1. Новикова И.М. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Мерчендайзинг продовольственных товаров», направление подготовки 38.03.07 Товароведение. – Мичуринск, 2023.

2. Новикова И.М. Методические рекомендации по проведению практических занятий по дисциплине «Мерчендайзинг продовольственных товаров», направление подготовки 38.03.07 Товароведение. – Мичуринск, 2023.

3. Новикова И.М. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы по дисциплине «Мерчендайзинг продовольственных товаров» для обучающихся направления подготовки 38.03.07 Товароведение. – Мичуринск, 2023.

## **7.4 Информационные и цифровые технологии (программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы)**

Учебная дисциплина (модуль) предусматривает освоение информационных и цифровых технологий. Реализация цифровых технологий в образовательном пространстве является одной из важнейших целей образования, дающей возможность развивать конкурентоспособные качества обучающихся как будущих высококвалифицированных специалистов.

Цифровые технологии предусматривают развитие навыков эффективного решения задач профессионального, социального, личностного характера с использованием различных видов коммуникационных технологий. Освоение цифровых технологий в рамках данной дисциплины (модуля) ориентировано на способность безопасно и надлежащим образом получать доступ, управлять, интегрировать, обмениваться, оценивать и создавать информацию с помощью цифровых устройств и сетевых технологий. Формирование цифровой компетентности предполагает работу с данными, владение инструментами для коммуникации.

### **7.4.1 Электронно-библиотечная системы и базы данных**

1. ООО «ЭБС ЛАНЬ» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг от 10.03.2020 № ЭБ СУ 437/20/25 (Сетевая электронная библиотека)

2. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ООО «Издательство Лань» от 03.04.2023 № 1)

3. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.ru/>)



(договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ООО «Издательство Лань» от 06.04.2023 № 2)

4. База данных электронных информационных ресурсов ФГБНУ ЦНСХБ (договор по обеспечению доступа к электронным информационным ресурсам ФГБНУ ЦНСХБ через терминал удаленного доступа (ТУД ФГБНУ ЦНСХБ) от 07.04.2023 № б/н)

5. Электронно-библиотечная система «AgriLib» ФГБОУ ВО РГАЗУ (<http://ebs.rgazu.ru/>) (дополнительное соглашение на предоставление доступа от 13.04.2023 № б/н к Лицензионному договору от 04.07.2013 № 27)

6. Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»: Коллекции «Базовый массив» и «Колос-с. Сельское хозяйство» (<https://rucont.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа от 04.04.2023 № 2702/бп22)

7. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (<https://urait.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» от 06.04.2023 № 6)

8. Электронно-библиотечная система «Вернадский» (<https://vernadsky-lib.ru>) (договор на безвозмездное использование произведений от 26.03.2020 № 14/20/25)

9. База данных НЭБ «Национальная электронная библиотека» (<https://rusneb.ru/>) (договор о подключении к НЭБ и предоставлении доступа к объектам НЭБ от 01.08.2018 № 101/НЭБ/4712)

10. Соглашение о сотрудничестве по оказанию библиотечно-информационных и социокультурных услуг пользователям университета из числа инвалидов по зрению, слабовидящих, инвалидов других категорий с ограниченным доступом к информации, лиц, имеющих трудности с чтением плоскочечатного текста ТОГБУК «Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина» (<https://www.tambovlib.ru>) (соглашение о сотрудничестве от 16.09.2021 № б/н)

#### **7.4.2. Информационные справочные системы**

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс (договор поставки и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс от 03.02.2023 № 11481 /13900/ЭС)

2. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 22.12.2022 № 194-01/2023)

#### **7.4.3. Современные профессиональные базы данных**

1. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 11.07.2022 № 530/2022)

2. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU – российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования - <https://elibrary.ru/>

3. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru/>

4. Открытые данные Федеральной службы государственной статистики - <https://rosstat.gov.ru/opendata>

#### **7.4.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства**

Наименование	Разработчик ПО (правообладатель)	Доступность (лицензионное, свободно распространяемое)	Ссылка на Единый реестр российских программ для ЭВМ и БД (при наличии)	Реквизиты подтверждающего документа (при наличии)
Microsoft	Microsoft	Лицензион	-	Лицензия

	Windows, Office Professional	Corporation	ное		от 04.06.2015 № 65291651 срок действия: бессрочно
	Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	АО «Лаборатория Касперского» (Россия)	Лицензион ное	<a href="https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/?sphrase_id=415165">https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/?sphrase_id=415165</a>	Сублицензион ный договор с ООО «Софттекс» от 06.07.2022 № б/н, срок действия: с 22.11.2022 по 22.11.2023
	МойОфис Стандартный - Офисный пакет для работы с документами и почтой (myoffice.ru)	ООО «Новые облачные технологии» (Россия)	Лицензион ное	<a href="https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?sphrase_id=2698444">https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?sphrase_id=2698444</a>	Контракт с ООО «Рубикон» от 24.04.2019 № 0364100008190000 12 срок действия: бессрочно
	Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ» ( <a href="https://docs.antiplagiatus.ru">https://docs.antiplagiatus.ru</a> )	АО «Антиплагиат» (Россия)	Лицензион ное	<a href="https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303350/?sphrase_id=2698186">https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303350/?sphrase_id=2698186</a>	Лицензионный договор с АО «Антиплагиат» от 17.04.2023 № 6627, срок действия: с 17.04.2023 по 16.04.2024
	Acrobat Reader - просмотр документов PDF, DjVU	Adobe Systems	Свободно распространяем ое	-	-
	Foxit Reader - просмотр документов PDF, DjVU	Foxit Corporation	Свободно распространяем ое	-	-

#### **7.4.5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. CDTOwiki: база знаний по цифровой трансформации <https://cdto.wiki/>
2. [www.merchendize.ru](http://www.merchendize.ru)
3. [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)
4. [www.retail.ru](http://www.retail.ru)
5. [www.retailclub.ru](http://www.retailclub.ru)
6. [www.retailer.ru](http://www.retailer.ru)
7. [www.shop-academy.com](http://www.shop-academy.com)
8. [www.vedomosti.ru](http://www.vedomosti.ru)

#### **7.4.6. Цифровые инструменты, применяемые в образовательном процессе**

1. LMS-платформа Moodle
2. Виртуальная доска Миров: [miro.com](http://miro.com)

3. Виртуальная доска SBoard <https://sboard.online>
4. Виртуальная доска Padlet: <https://ru.padlet.com>
5. Облачные сервисы: Яндекс.Диск, Облако Mail.ru
6. Сервисы опросов: Яндекс Формы, MyQuiz
7. Сервисы видеосвязи: Яндекс телемост, Webinar.ru
8. Сервис совместной работы над проектами для небольших групп Trello <http://www.trello.com>

#### **7.4.7. Цифровые технологии, применяемые при изучении дисциплины**

№	Цифровые технологии	Виды учебной работы, выполняемые с применением цифровой технологии	Формируемые компетенции
1.	Облачные технологии	Лекции Самостоятельная работа	ПК-14

### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (г. Мичуринск, ул. Интернациональная, дом № 101, 1/103)

Оснащенность:

1. Проектор AcerX1261P (nV 3D) DLP 2700LUMENS (инв. № 2101045353);
2. Экран DraperLumaNTSC (3:4) 305/120" ручной, настенно-потолочный (инв. № 2101065491)
3. Ноутбук LenovoIdeaPadV580c (инв. № 21013400405)
4. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (лаборатория экспертизы качества продовольственных и непродовольственных товаров) (г. Мичуринск, ул. Интернациональная, дом № 101, 1/16)

Оснащенность:

1. Весы ВЛР-200 (инв. № 2101040453);
2. Весы лабораторные СУХ-620Н (инв. № 41013401559);
3. Весы лабораторные ВЛКТ-500 (инв. № 1101041311);
4. Весы настольные циферблатн. (инв. № 2101060138);
5. Весы технические Т-1000 (инв. № 2101060121; 2101060122)
6. Влагомер Кварц (инв. № 1101041322);
7. Дистиллятор (инв. № 2101060123);
8. Кухонная плита Mogue 57229 FW (инв. № 41013602188);
9. Лабораторная мебель «Варшава» (инв. № 21013600715);
10. Микроскоп (инв. № 2101060130);
11. Мясорубка «Василиса М2» (инв. № 21013600721);
12. Поляриметр ИГП-01 (инв. № 2101040458);
13. Прибор для определения клейковины ИДК-4 (инв. № 2101040460);
14. Рефрактометр РЛ-2 (инв. № 2101040455);
15. Рефрактометр ИРФ-454Б2М с подсветкой и доп. шапкой (инв. № 21013400705);
16. Рефрактометр ИРФ-464 (инв. № 2101060131);
17. PH-метр PH-013 (инв. № 21013400704);
18. PH-метр (инв. № 2101040462);
19. Сахариметр СУ-4 (инв. № 2101040459; 21013400702);
20. Сита почвенные (инв. № 2101060135);
21. СОЭКС-Нитрат-тестер мод. NVC-019-1 (инв. № 21013400706);

22. Стенд 1,5\*0,72 м (инв. № 21013600706);
23. Стенд 1,5\*1,05 м (инв. № 21013600705);
24. Стенд 1,8\*0,6 м (инв. № 21013600708);
25. Стенд 1,8\*0,6 м (инв. № 21013600707);
26. Стенд 1\*4,5 м (инв. № 21013600709);
27. Стиральная машина ОКА (инв. № 2101060136);
28. Стол для весов (инв. № 1101041316);
29. Стол для титрования (инв. № 1101041317);
30. Стол передвижной (инв. № 1101041315);
31. Стол приставной (инв. № 1101041312, 1101041313, 1101041314);
32. Термостат (инв. № 2101040461);
33. Фотометр КФК-3-01 «ЗОМЗ» фотоэлектрический (инв. № 21013400703);
34. Холодильник НОРД (инв. № 2101040456);
35. Центрифуга МРW-310 (инв. № 1101041303);
36. Центрифуга ОКА (инв. № 1101041304);
37. Шкаф вытяжной (инв. № 2101040451);
38. Шкаф лабораторный (инв. № 21013600722; 21013600723; 21013600724; 21013600725);
39. Шкаф сушильный ШСО-80 (инв. № 1101041302);
40. Шкаф сушильный ЛП 33/2 (инв. № 2101040452);
41. Шкаф для документов ШК 07.04 (инв. № 1101063937);
42. Экран на штативе Projecta (инв. № 11010417158).

3. Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (г. Мичуринск, ул. Герасимова, дом № 130А, 5/26а)  
Оснащенность:

1. Компьютеры Celeron 2000 (инв. № 1101044956, 1101044955, 1101044954, 1101044953);
2. Компьютеры Celeron E 3300 OEM Монитор 18,5" LG W 1943 (инв. № 1101047397, 1101047396, 1101047395, 1101047394, 1101047393, 1101047392, 1101047391, 1101047390, 1101047387, 1101047385);
3. Компьютер Pentium (инв. № 2101041806);
4. Плоттер СН336А НР (инв. № 41013400057);
5. Принтер Canon (инв. № 1101044951);
6. Сканер (инв. № 2101065186);
7. Копировальный аппарат Canon (инв. № 2101041802);
8. Модем (инв. № 2101065200).

Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.

Программа дисциплины «Мерчендайзинг продовольственных товаров» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.07. Товароведение (уровень бакалавриат), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1429 от 4 декабря 2015г. (в ред. Приказа Минобрнауки от 20.04.2016г. №144)

Автор: доцент кафедры продуктов питания, товароведения и технологии переработки продукции животноводства, к.т.н. Новикова И.М.



Рецензент: доцент кафедры управления и делового администрирования, к.э.н. Калякин Е.В.



Программа рассмотрена на заседании кафедры торгового дела и товароведения, протокол № 6 от 15 января 2016 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 8 от 15 марта 2016 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 7 от 17 марта 2016 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО

Программа рассмотрена на заседании кафедры торгового дела и товароведения, протокол № 8 от 03 апреля 2017 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 9 от 18 апреля 2017 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от 20 апреля 2017 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО

Программа рассмотрена на заседании кафедры технологии продуктов питания и товароведения, протокол № 9 от 29 марта 2018 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Плодоовощного института им. И.В. Мичурина Мичуринского ГАУ, протокол № 9 от 16 апреля 2018 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 10 от 26 апреля 2018 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Программа рассмотрена на заседании кафедры технологии продуктов питания и товароведения, протокол № 8 от 19 апреля 2019 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Плодоовощного института им. И.В. Мичурина Мичуринского ГАУ, протокол № 9 от 22 апреля 2019 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от 25 апреля 2019 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Программа рассмотрена на заседании кафедры технологии продуктов питания и товароведения, протокол № 8 от 23 марта 2020 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Плодоовощного института им. И.В. Мичурина Мичуринского ГАУ, протокол № 9 от 20 апреля 2020 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от 23 апреля 2020 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.  
Программа рассмотрена на заседании кафедры технологии продуктов питания и товароведения, протокол № 9 от 12 апреля 2021 г.  
Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Плодоовощного института им. И.В. Мичурина Мичуринского ГАУ, протокол № 9 от 19 апреля 2021 г.  
Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от 22 апреля 2021 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.  
Программа рассмотрена на заседании кафедры технологии продуктов питания и товароведения, протокол № 10 от 13 апреля 2022 г.  
Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии плодоовощного института им. И. В. Мичурина Мичуринского ГАУ, протокол №8 от 18 апреля 2022 г.  
Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от 21 апреля 2022 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.  
Программа рассмотрена на заседании кафедры продуктов питания, товароведения и технологии переработки продукции животноводства, протокол № 10 от 09 июня 2023 г.  
Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института фундаментальных и прикладных агробιοтехнологий им. И.В. Мичурина, протокол № 11 от 19 июня 2023г.  
Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 10 от 22 июня 2023 г.