

ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ «МЕРЧАНДАЙЗИНГ»

Авторы-составители:

Медведев П.В. - д.т.н., профессор кафедры коммерции и маркетинга;

Туева Н.В. - к.б.н., доценткафедры коммерции и маркетинга

Цель: данная программа предназначена для студентов и магистрантов различных профилей по направлениям подготовки: торговое дело, менеджмент, экономика, а также для аспирантов, преподавателей вузов, работников сферы потребительского рынка. Составлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к специалистам, чья деятельность лежит в сфере коммерции, экономики, маркетинга и менеджмента.

Исполнитель - кафедра коммерции и маркетинга

Объем программы и распределение по темам.

Вид учебной работы	Количество часов по программе
Аудиторные занятия	72
Лекции	34
практические и семинарские занятия	38
Самостоятельная работа*	72
Текущий контроль	экзамен

* слушатель определяет самостоятельно, задаются лишь вопросы и темы подготовки

Распределение часов по темам

№ п/п	Тема	Вид занятия	Количество часов	Исполнитель
1	Понятие, сущность и значение мерчандайзинга в деятельности предприятий сферы потребительского рынка	лекция	2	д.т.н., проф. Медведев П.В.
2	Объекты мерчандайзинговых технологий и участники мерчандайзинговой деятельности	лекция	4	д.т.н., проф.Медведев П.В.
3	Основные предпосылки для внедрения технологий мерчандайзинга	лекция	4	д.т.н., проф. Медведев П.В.
4	Распределение ресурсов посетителя и социально-экономическое значение технологий мерчандайзинга	Практическое занятие	4	к.б.н., доцент Туева Н.В.
5	Психологические (поведенческие) факторы формирования теоретических основ мерчандайзинга	Практическое занятие	4	к.б.н., доцент Туева Н.В.
6	Психофизика и психофизиология в практике мерчандайзинговой деятельности	Практическое занятие (тренинг)	4	к.б.н., доцент Туева Н.В.
7	Психология познавательных процессов в изучении и управлении поведением посетителей торгового предприятия	Практическое занятие (тренинг)	4	к.б.н., доцент Туева Н.В.
8	Модели поведения потребителей в технологиях мерчандайзинга	Лекция	4	д.т.н., проф. Медведев П.В.
9	Поведенческие составляющие посетителя торгового предприятия и их практическое применение в технологиях мерчандайзинга.	Практическое занятие	4	к.б.н., доцент Туева Н.В.
10	Формирование поведения посетителя и определение предпосылок для посещения	Практическое занятие	4	к.б.н., доцент Туева Н.В.

	предприятия			
11	Подходы к распределению площади торгового зала и регулированию покупательских потоков	Лекция	4	д.т.н., проф. Медведев П.В.
12	Мерчандайзинговый подход к классификации товаров и торговых предприятий	Лекция	4	д.т.н., проф. Медведев П.В.
13	Методы продажи товаров на основе принципов мерчандайзинга	Лекция	2	д.т.н., проф. Медведев П.В.
14	Метод импульсивных покупок как метод продажи товаров на основе принципов мерчандайзинга	Практическое занятие	4	к.б.н., доцент Туева Н.В.
15	Продажа товаров по «Методу ABC» как разновидность методов продажи товаров на основе принципов мерчандайзинга	Практическое занятие	4	к.б.н., доцент Туева Н.В.
16	Комбинированные методы продажи и особенности применения технологии мерчандайзинга на различных типах предприятий	Практическое занятие	4	к.б.н., доцент Туева Н.В.
17	Мерчандайзинговый подход к выкладке товаров в магазине	Практическое занятие	4	к.б.н., доцент Туева Н.В.
18	Анализ влияния технологий мерчандайзинга на эффективность работы предприятия	Лекция	4	д.т.н., проф. Медведев П.В.
19	Практические аспекты определения эффективности использования приемов мерчандайзинга	Практическое занятие	4	к.б.н., доцент Туева Н.В.
	Итого		72	