

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### МЕРЧАНДАЙЗИНГ

**Программа магистратуры 38.04.02 «Стратегический менеджмент и маркетинг»**

#### **Цели и задачи освоения дисциплины**

*Цель дисциплины “Мерчандайзинг ”* - это формирование знаний и развитие компетенций в области современной теории мерчандайзинга и формирование навыков ее практического использования у слушателей магистратуры, обучающихся по направлению 38.04.02 «Стратегический менеджмент и маркетинг»

*Задачи дисциплины:*

- ❖ ознакомить слушателей магистратуры с основными понятиями, законами, принципами и концептуальными подходами теории мерчандайзинга;
- ❖ рассмотреть этапы процесса мерчандайзинга;
- ❖ охарактеризовать инструменты, формы, особенности, функции мерчандайзинга;
- ❖ выявить методические особенности мерчандайзинга.

#### **МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:**

«Мерчандайзинг» является дисциплиной по выбору вариативной части Рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 38.04.02 «Стратегический менеджмент и маркетинг» и имеет код Б1.В.ДВ.01.02

Освоение курса «Мерчандайзинг» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами по всем дисциплинам, изучаемым ранее: иностранный язык в профессиональной деятельности и международной коммуникации, технология самоорганизации личности, современные проблемы менеджмента, теория организации и организационное поведение, методы исследований в менеджменте.

В свою очередь, курс «Мерчандайзинг» обеспечивает получение основных теоретических знаний, умений для последующего изучения дисциплин: Маркетинг в отраслях и сферах деятельности, Маркетинг территорий, Рекламные технологии, Бренд-менеджмент, PR-технологии, Психология в маркетинге, Документообеспечение управленческой и маркетинговой деятельности, Статистические методы в маркетинге, Проектная деятельность, Практика по профилю профессиональной деятельности, Преддипломная практика, Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

## Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

<b>Код и наименование реализуемой компетенции</b>	<b>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</b>
<b>ПК-2</b> - Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга, осуществлять управление маркетинговой деятельностью	Знать: состав процесса стратегического и оперативного планирования; для осуществления мерчандайзинговой деятельности; Уметь: анализировать эффективность маркетинговой деятельности, интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций для осуществления мерчандайзинговой деятельности; Владеть: навыками разработки решений с использованием инструментов комплекса маркетинга для осуществления мерчандайзинговой деятельности

### Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа)

### Образовательные технологии

В ходе изучения дисциплины используются как традиционные методы и формы обучения (лекции, в т.ч. с элементами проблемного изложения, практические занятия, самостоятельная работа), так и интерактивные формы проведения занятий (дискуссии, решение ситуационных задач, проектная работа и др.), что предполагает, во-первых, освоение опыта (компетенций), основанное на взаимодействии студентов и проявление инициативы во взаимодействии как с социальным и физическим окружением, так и с изучаемым содержанием; во-вторых, углубленную работу с имеющимся опытом студента, его качественное преобразование.

При организации самостоятельной работы используются следующие образовательные технологии: самостоятельная работа, сопряженная с основными аудиторными занятиями (проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины, подготовка презентаций, индивидуальные и групповые творческие задания и проекты); подготовка к тестированию; самостоятельная работа под контролем преподавателя в форме плановых консультаций, подготовка к сдаче и сдача зачета; внеаудиторная самостоятельная работа при выполнении студентом домашних заданий аналитического характера.

### Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: устный опрос, тестирование, задания.

Промежуточная аттестация проводится в форме: зачет.