

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Мерчендайзинг

Направление подготовки *19.03.04 Технология продукции
и организация общественного питания*

Направленность *Ресторанное дело*

Квалификация (степень) выпускника: *бакалавр*

**Кострома
2023**

Рабочая программа дисциплины «*Мерчендайзинг*» разработана:

- в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания, утвержденным приказом Минобрнауки РФ № 1332 от 12.11.2015 г.;

- в соответствии с учебным планом направления подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания, направленность Ресторанное дело, год начала подготовки 2017, 2018, 2019

Разработал:  Смирнова Е.Л., доцент каф. ДТМ и ЭПТ

Рецензент:  Красавчикова А.П. к.т.н., доцент каф. ДТМ и ЭПТ

УТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 13 от 30.06.2017 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

 Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 14 от 20.06.2018 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

 Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 9 от 15.05.2019 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

 Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА

для набора 2017, 2018, 2019, 2020 гг

На заседании кафедры ДТМиЭПТ

Протокол заседания кафедры № 9 от 28.04.2020 г.

Заведующий кафедрой Дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА

На заседании кафедры ДТМиЭПТ

Протокол заседания кафедры № 13 от 11.06.2021 г.

Заведующий кафедрой Дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА

На заседании кафедры ДТМиЭПТ

Протокол заседания кафедры № 8 от 18.03.2022 г.

Заведующий кафедрой Дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы
потребительских товаров Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА

На заседании кафедры ДТМиЭПТ

Протокол заседания кафедры № 9 от 03.04.2023 г.

Заведующий кафедрой Дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы
потребительских товаров
Иванова О.В., к.т.н., доцент

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по направлению "Технология продукции и организация общественного питания".

Целью изучения учебной дисциплины является освоение теоретических знаний, принципов и методологии мерчендайзинга. Умение применять их в профессиональной деятельности. Формирование компетенций, необходимых специалисту в организации производства и организации обслуживания на предприятиях питания различных типов и классов.

Задачи освоения учебной дисциплины:

- изучение основных понятий в области мерчендайзинга, назначения и целесообразности внедрения в организациях общественного питания;
- рассмотрение и применение инструментов мерчендайзинга в сфере предприятий общественного питания.

В результате изучения данной дисциплины обучающиеся должны уметь применять принципы и методологию мерчендайзинга для увеличения продаж в организациях общественного питания.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные принципы, функции, правила и инструменты, технологии и современные тенденции развития мерчендайзинга; П
- _____ М
- _____ М
- методы поиска, выбора и использования новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства

уметь:

- разрабатывать и применять средства и методы мерчендайзинга для продвижения продукции и предприятий общественного питания на рынке; а
- _____ а
- анализировать и прогнозировать поведение потребителей в местах продаж продукции предприятий общественного питания;
- проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания

владеть:

- навыками выполнения технологических операций по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации;
- навыками подготовки товарно-выставочных материалов; с
- _____ с
- способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей на продукцию

освоить компетенции:

ОПК-5- готовностью к участию во всех фазах организации производства и организации обслуживания на предприятиях питания различных типов и классов

ПК-30- готовностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, способность проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана дисциплин по выбору Б1.В.ДВ.8. Изучается в 4 семестре (очная форма), 5 семестре (заочная форма).

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: Экономика; Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания; История мировой и отечественной кулинарной культуры; Поведение потребителя.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: Проектирование предприятий общественного питания; Бизнес-планирование и анализ деятельности предприятий: Маркетинг и рекламная деятельность; Фирменный стиль, Этикет в общественном питании; Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Знания, умения и навыки, приобретенные в результате изучения дисциплины «Мерчендайзинг» позволяют студентам свободно ориентироваться и прочно усваивать знания в дальнейшем научно-практической и общественной деятельности.

4. Объем дисциплины (модуля)

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Виды учебной работы	Очная форма	Заочная форма
Общая трудоемкость в зачетных единицах	2	2
Общая трудоемкость в часах	72	72
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	32	12
Лекции	16	6
Практические занятия	-	6
Лабораторные занятия	16	-
Самостоятельная работа в часах	39,75	55,75+4
ИКР	0,25	0,25
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Заочная форма
Лекции	16	6
Практические занятия	-	6
Лабораторные занятия	16	-
Консультации		
Зачет/зачеты	0,25	0,25
Экзамен/экзамены	-	-
Курсовые работы	-	-
Курсовые проекты	-	-
Всего	32,25	12,25

5.Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий
5.1 Тематический план учебной дисциплины

Очная форма обучения

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Основные понятия и определения мерчендайзинга. Новые технологии в мерчендайзинге.	6	2	-	2	2
2	Поведение потребителя как компонент технологий мерчендайзинга.	8	2	-	2	4
3	Особенности применения технологий мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.	10	2	-	2	6
4	Внутренняя планировка предприятия общественного питания и формирование потоков движения посетителей.	10	2	-	2	6
5	Комплекс продвижения товаров в местах продаж.	16	4	-	4	8
6	Сбор маркетинговой информации и оценка эффективности мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.	16	4	-	4	8
	Подготовка к зачету	6				6
	Итого:	72	16	-	16	40

Заочная форма обучения

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Основные понятия и	10	1	1	-	8

	определения мерчендайзинга. Новые технологии в мерчендайзинге.					
2	Поведение потребителя как компонент технологий мерчендайзинга.	10	1	1	-	8
3	Особенности применения технологий мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.	10	1	1	-	8
4	Внутренняя планировка предприятия общественного питания и формирование потоков движения посетителей.	10	1	1	-	8
5	Комплекс продвижения товаров в местах продаж.	12	1	1	-	10
6	Сбор маркетинговой информации и оценка эффективности мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.	16	1	1	-	14
	Подготовка к зачету	4			-	4
	Итого:	72	6	6		56+4

5.2. Содержание:

Тема 1. Основные понятия и определения мерчендайзинга. Новые технологии в мерчендайзинге.

Мерчендайзинг: понятие, сущность. Цели и задачи мерчендайзинга. Назначение мерчендайзинга в организациях общественного питания: обеспечение конкурентных преимуществ, повышение уровня обслуживания, возрастание роли и статуса организаций общественного питания в канале распределения и эффективности его функционирования, формирование и поддержание потребительских предпочтений кулинарной продукции и услуги конкретной организации общественного питания.

Инновации в мерчендайзинге. Применение новых технологий мерчендайзинга в салонном сервисе. Специфика мерчендайзинга за рубежом. Тенденции развития мерчендайзинга.

Тема 2. Поведение потребителя как компонент технологий мерчендайзинга.

Поведение потребителя в процессе принятия решения о покупке. Психологические особенности человеческого восприятия. Маркетинговые инструменты, влияющие на процесс покупки. Визуальный мерчендайзинг. Посетители предприятий общественного питания: их отличия.

Анализ факторов атмосферы предприятия общественного питания, их влияние на эмоциональное состояние посетителей.

Тема 3. Особенности применения технологий мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.

Объекты мерчендайзинга: понятие, виды (продукция, товары, торгово-технологическое оборудование, методы обслуживания посетителей предприятия общественного питания). Основные функции мерчендайзера на предприятии общественного питания.

Сущность выкладки товаров на предприятиях общественного питания, основные виды выкладки. Общие принципы и стандарты выкладки. Правила эффективного расположения товаров на полочном пространстве. Определение оптимального размера выкладки. Контроль за выкладками.

Тема 4. Внутренняя планировка предприятий общественного питания и формирование потоков движения посетителей.

Виды предприятий общественного питания. Факторы, формирующие планировку предприятия. Правила рационального распределения помещений предприятий общественного питания (торгово-технологического оборудования, узлов расчета, продукции и блюд). Сегментация площади торгового зала и расчет основных коэффициентов эффективности внутренней планировки. Эффективное размещение и разделение товарных групп. Расположение основных и дополнительных точек продаж. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Анализ «холодных» и «горячих» зон. Правило «золотого треугольника». Характеристики движения посетителей. Влияние системы размещения оборудования на управление движением покупателей внутри предприятия и вид планировки торгового зала.

Тема 5. Комплекс продвижения товаров на местах продаж.

Роль рекламы и инструментов стимулирования сбыта. Планирование и проведение маркетинговых мероприятий. Разработка рекламных сообщений о продукции. Эффективная организация ценников на различных местах продаж. Средства оформления мест продажи товара. Понятие, значение и виды POS-материалов. Основные виды и правила размещения рекламных материалов. Сущность, виды и формы семплинга. Витрина как инструмент визуального мерчендайзинга.

Тема 6. Сбор маркетинговой информации и оценка эффективности мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.

Выбор метода сбора маркетинговой информации. Понятие эффективности мерчендайзинга. Показатели эффективности мерчендайзинга.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Для очной формы обучения

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
--------------	---------------------------------	----------------	-------------	--	-----------------------

1	Основные понятия и определения мерчендайзинга. Новые технологии в мерчендайзинге.	Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к лабораторной работе, выполнение домашней работы, задаваемой на лабораторных занятиях по усмотрению преподавателя – поиск информации и подготовка презентации по индивидуальному творческому заданию, подготовка отчета по лабораторной работе.	2	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест сообщение-презентация по теме индивидуального задания групповое обсуждение сообщения отчет по выполнению ситуационной и кейс-задач.
2	Поведение потребителя как компонент технологий мерчендайзинга.	Выполнение заданий по текущему контролю, поиск информации и подготовка отчета по творческому индивидуальному заданию.	4	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, отчет по индивидуальной творческой работе
3	Особенности применения технологий мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.	Выполнение заданий по текущему контролю, поиск информации и подготовка отчета по творческому индивидуальному заданию.	6	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, отчет по индивидуальной творческой работе.
4	Внутренняя планировка предприятия общественного питания и формирование потоков движения посетителей.	Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к лабораторным работам, выполнение домашней работы, поиск информации и подготовка отчета-презентации по лабораторной работе.	6	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, сообщение-презентации по теме индивидуального задания, групповое обсуждение посещений предприятий и результатов деловой игры, отчет по лабораторной работе.
5	Комплекс продвижения товаров в местах продаж.	Выполнение заданий по текущему контролю, поиск и сбор первичной и вторичной	8	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, сообщение-презентации по теме индивидуального задания,

		информации по заявленной проблеме в рамках ситуационных заданий к лабораторным работам и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований.			групповое обсуждение посещений предприятий и результатов решения ситуационных задач, отчет-презентация по лабораторной работе.
6	Сбор маркетинговой информации и оценка эффективности мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.	Выполнение заданий по текущему контролю, поиск информации и подготовка отчета по творческому индивидуальному заданию.	8	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, отчет по индивидуальной творческой работе.
	Подготовка к зачету		6		
	Всего		40		

Для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Основные понятия и определения мерчендайзинга. Новые технологии в мерчендайзинге.	Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к лабораторной работе, выполнение домашней работы, задаваемой на лабораторных занятиях по усмотрению преподавателя – поиск информации и подготовка презентации по индивидуальному творческому заданию, подготовка отчета по лабораторной работе.	8	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, сообщение-презентация по теме индивидуального задания, групповое обсуждение сообщения, отчет по выполнению ситуационной и кейс-задач.
2	Поведение потребителя как компонент технологий мерчендайзинга.	Выполнение заданий по текущему контролю, поиск информации и подготовка отчета по творческому индивидуальному заданию.	8	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, отчет по индивидуальной творческой работе
3	Особенности применения	Выполнение заданий по текущему	8	Изучить материалы лекций и	тест, отчет по

	технологий мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.	контролю, поиск информации и подготовка отчета по творческому индивидуальному заданию.		дополнительных источников информации	индивидуальной творческой работе.
4	Внутренняя планировка предприятия общественного питания и формирование потоков движения посетителей.	Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к лабораторным работам, выполнение домашней работы, поиск информации и подготовка отчета-презентации по лабораторной работе.	8	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, сообщения-презентации по теме индивидуального задания, групповое обсуждение посещений предприятий и результатов деловой игры, отчет по лабораторной работе.
5	Комплекс продвижения товаров в местах продаж.	Выполнение заданий по текущему контролю, поиск и сбор первичной и вторичной информации по заявленной проблеме в рамках ситуационных заданий к лабораторным работам и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований.	10	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, сообщения-презентации по теме индивидуального задания, групповое обсуждение посещений предприятий и результатов решения ситуационных задач, отчет-презентация по лабораторной работе.
6	Сбор маркетинговой информации и оценка эффективности мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.	Выполнение заданий по текущему контролю, поиск информации и подготовка отчета по творческому индивидуальному заданию.	14	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, отчет по индивидуальной творческой работе.
	Подготовка к зачету		4		
	Всего		56+4		

6.2. Тематика и задания для практических и лабораторных занятий

1. Концепции предприятий общественного питания.
Инновационные формы обслуживания на основе принципов мерчендайзинга
2. Анализ ресурсов и поведения потребителей предприятий общественного питания
3. Составление плана зала обслуживания на основе принципов мерчендайзинга
4. Сервировка стола с учетом мерчендайзингового подхода или разработка и оформление тематического стола.
5. Разработка меню и карты вин с учетом мерчендайзинговых подходов.
6. Мерчендайзинговые методы продажи продукции общественного питания.

6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов)

нет

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Наименование	Количество/ссылка на электронный ресурс
<i>а) основная:</i>		
1	Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238- 01223-0	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714
<i>б) дополнительная</i>		
2	Максименко, А.А. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли : учебное пособие / А.А. Максименко, Е.Г. Пичугина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Костромской государственной университет имени Н. А. Некрасова. - Кострома : КГУ им. Н. А. Некрасова, 2013. - 140 с. : ил., табл., схем. - ISBN 978-5-7591-1315-7	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275641
3	Максименко, Александр Александрович. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли : учеб. пособие / А. А. Максименко, Е. Г. Пичугина ; М-во образования и науки РФ, Костром. гос. ун-т им. Н. А. Некрасова. - Кострома : КГУ, 2013. - 139, [1] с. - ISBN 978-5-7591-1315-7	11
<i>в) периодические издания</i>		
Индустрия моды		
Современная торговля		
Спрос		
Коммерсант		
Маркетинг в России и за рубежом		
Российская торговля		

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

<https://www.merchandising.ru> вопросы мерчендайзинга.
<http://www.advertology.ru/article107092.htm> наука о рекламе
<http://vitrinistika.ru> визуальный мерчендайзинг

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Университетская библиотека online»
2. ЭБС «Znaniium»

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Гл-404 - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (156005, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11)	<p>Портативное видеопрезентационное оборудование:</p> <p>Ноутбук Lenovo IdeaPad B5070 Blak 59435830 (Intel Core i7-4510U 2.0GHZ/4096Mb/1000Gb/DVD-RW/Radeon R5 M230 2048Mb/Wi-Fi/Bluetooth/Cam/15.6/1366*768/;</p> <p>Проектор Aser P-series в комплекте с экраном ELITE SCREENS и кабелем VGA Konoos HD 15M/15M Pro (20.0 м) для подключения+комплект колонок SVEN SPS-70. Переносной экран, рабочая доска.</p> <p>Столы, стулья для обучающихся (Посадочные места на 22 студента); стол, стул для преподавателя; доска.</p>	<p>Windows 7 Professional по лицензии OEM Software (поставщик ООО «Системный интегратор», договор № 22 ГК от 16.12.2016 г.)</p> <p>Свободно распространяемое программное обеспечение: LibreOffice (тип лицензии - GNU LGPL v3+).</p> <p>Антивирус Касперского Лицензия 1c06-141124-064441</p>
Гл-125 - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (156005, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11)	<p>Барная стойка, сервировочные столы, столовые приборы, посуда и предметы для сервировки.</p> <p>Портативное видеопрезентационное оборудование:</p> <p>Ноутбук Lenovo IdeaPad B5070 Blak 59435830 (Intel Core i7-4510U 2.0GHZ/4096Mb/1000Gb/DVD-RW/Radeon R5 M230 2048Mb/Wi-Fi/Bluetooth/Cam/15.6/1366*768/Windows 8.1 64-bit);</p> <p>Проектор Aser P-series в комплекте с экраном ELITE SCREENS и кабелем VGA Konoos HD 15M/15M Pro (20.0 м) для подключения+комплект колонок SVEN SPS-70.</p>	
Б1-202 - помещение для самостоятельной работы (156000, г. Кострома, ул. Пятницкая, д. 2/18)	<p>Читальный зал на 128 индивидуальных рабочих мест, копировальный аппарат - 1шт.; экран и мультимедийный проектор - 1шт.</p> <p>Электронный читальный зал: Рабочие места, оснащенные ПК, объединеными локальной сетью с выходом в интернет - 25шт.; демонстрационная LCD-панель - 1шт.; аудио 2.1 - 1шт.; принтеры в т.ч. большеформатный и цветной - 4шт.; сканеры (A2 и A4) - 2шт.; web-камеры - 3шт. микрофоны - 2шт.</p>	<p>АИБС MapSQL - 3шт. Windows XP SP3 - 10шт. лицензия. Windows 7 Pro лицензия 00180-912-906-507 постоянная-1шт.; Windows 8 Pro лицензия 01802000875623 постоянная 1-шт.; ABBYY FineReader 11,12 Pro - box лицензия -2шт.; АИБС MapSQL - 25шт. лицензия.</p> <p>Антивирус Касперского Лицензия 1c06-141124-064441</p>
Гл-401 - помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования (156005, Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11)	<p>Шкафы, кронштейны, стол, стеллажи для хранения материалов и фондов работ, хранение курсовых проектов и контрольных работ.</p>	<p>Специальное лицензионное ПО не требуется</p>