

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 №8 от 23 апреля 2025 г.)

УТВЕРЖДАЮ  
Председатель учебно-методического  
совета университета  
Р.А. Чмир  
«23» апреля 2025 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 – 2025 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:

22.007 Специалист по безопасности, прослеживаемости и качеству пищевой продукции на всех этапах ее производства (утв. приказом Минтруда России от 02.09.2020. №556н)

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

Согласно учебному плану по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение дисциплина (модуль) «Мерчендайзинг продовольственных товаров» относится к элективным дисциплинам (модулям) части, формируемой участниками образовательных отношений 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 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:

Ведение интегрированной системы менеджмента безопасности, прослеживаемости и качества пищевой продукции на всех этапах ее производства и обращения на рынке (22.007 Специалист по безопасности, прослеживаемости и качеству пищевой продукции на всех этапах ее производства - С/01.6)

трудовые действия

22.007 Специалист по безопасности, прослеживаемости и качеству пищевой продукции на всех этапах ее производства - С/01.6

Непрерывный контроль санитарного состояния производственных помещений и оборудования, температурных режимов и условий хранения сырья и готовой продукции, правильности расходования вспомогательных материалов и применения рецептур, личной гигиены работников службы в процессе обработки и хранения пищевой продукции на технологических линиях

Контроль технологических параметров и режимов производства и обращения на рынке пищевой продукции на соответствие требованиям технологической и эксплуатационной документации

Освоение дисциплины (модуля) направлено на формирование следующих компетенций:

УК-6 способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

ПК-3 знает назначение, принцип действия и устройство технологического оборудования.

Планируемые результаты обучения (индикаторы достижения компетенции)	Критерии оценивания результатов обучения			
	Низкий (допороговый) компетенция не сформирована	Пороговый	Базовый	Продвинутый
УК-6 ИД-2ук-6 – Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Не понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Удовлетворительно понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Хорошо понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Отлично понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда
ПК-3 ИД-3пк-3 – Выбирает оптимальный вариант по расстановке и эффективному использованию технологического оборудования	Не способен выбрать оптимальный вариант по расстановке и эффективному использованию технологического оборудования	Удовлетворительно выбирает варианты по расстановке и эффективному использованию технологического оборудования	С небольшими неточностями выбирает вариант по расстановке и эффективному использованию технологического оборудования	Правильно выбирает вариант по расстановке и эффективному использованию технологического оборудования
ИД-4пк-3 – Анализирует назначение технологического оборудования	Не умеет анализировать назначение технологического оборудования	Удовлетворительно анализирует назначение технологического оборудования	Хорошо анализирует назначение технологического оборудования	Отлично анализирует назначение технологического оборудования
ИД-5пк-3 – Разбирается в эксплуатационных и технических возможностях технологического оборудования, способствующих повышению эффективности	Не способен разобраться в эксплуатационных и технических возможностях технологического оборудования, способствующих повышению эффективности технологических и управляемых	Фрагментарно разбирается в эксплуатационных и технических возможностях технологического оборудования, способствующих повышению эффективности технологических и управляемых	Не в полном объеме разбирается в эксплуатационных и технических возможностях технологического оборудования, способствующих повышению эффективности технологических и управляемых	В полном объеме разбирается в эксплуатационных и технических возможностях технологического оборудования, способствующих повышению эффективности технологических и управляемых

технологических и управлеченческих процессов.	процессов.	процессов.	ских и управлеченческих процессов.	процессов.
---	------------	------------	------------------------------------	------------

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, инициируя 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 универсальных и профессиональных компетенций**

Разделы, темы дисциплины	Компетенции		Общее количество компетенций
	УК-6	ПК-3	
Тема 1. Теоретические основы мерчендайзинга	+	+	2
Тема 2. Внутренняя планировка магазина	+	+	2
Тема 3. Торговое оборудование	+	+	2
Тема 4. Выкладка товаров	+	+	2
Тема 5. Атмосфера магазина	+	+	2
Тема 6. Эффективное представление продвигаемых товаров в розничном торговом предприятии	+	+	2

### **4. Структура и содержание дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часа - у очной формы обучения, 4 зачетные единицы, 144 акад. часа – у заочной формы обучения.

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

Вид занятий	Количество акад. часов	
	по очной форме обучения 6 семестр	по очно-заочной форме обучения 7 семестр
Общая трудоемкость дисциплины	108	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем	56	54
Аудиторные занятия, в т.ч.	56	54
лекции	14	18
практические занятия	42	36
Самостоятельная работа, в т.ч.	52	90
проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	24	30
подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	16	30
выполнение индивидуальных заданий	12	30
Контроль		
Формы итогового контроля	зачет	зачет

#### **4.2 Лекции**

№	Раздел дисциплины, темы лекций и их содержание	Объем в акад. часах		Формируемые компетенции
		очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	
1	<b>Теоретические основы мерчендайзинга</b> Определение мерчендайзинга Методы мерчендайзинга Цели и задачи мерчендайзинга	2	4	УК-6, ПК-3
2	<b>Внутренняя планировка магазина</b> Цели внутренней планировки Сегментация площади торгового зала	2	4	УК-6, ПК-3

	Анализ «холодных» и «горячих» зон			
3	<b>Торговое оборудование</b> Виды торгово-технологического оборудования Оборудование для торгового зала	2	4	УК-6, ПК-3
4	<b>Выкладка товаров</b> Демонстрация товаров в торговом зале Принцип выкладки	4	2	УК-6, ПК-3
	Основные концепции предоставления товара Правила расположения товаров	2	1	УК-6, ПК-3
	<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	2	УК-6, ПК-3
5	<b>Эффективное представление продвигаемых товаров в розничном торговом предприятии</b> Комплекс продвижения товаров на местах продажи Эффективная организация ценников на различных местах продажи.	2	2	УК-6, ПК-3
	ИТОГО:	14	18	

#### 4.3 Лабораторные работы – не предусмотрены

#### 4.4 Практические занятия

№	Наименование занятия	Объем в акад.часах		Формируемые компетенции
		очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	
1	<b>1.1. Теоретические основы мерчендайзинга</b> История и современное развитие. Поведенческие особенности потребителей. Механизм действия мерчендайзинга.	2	2	УК-6, ПК-3
	<b>1.2. (выездное) Применение различных методов мерчендайзинга при оформлении витрин магазина</b> Особенности оформления продовольственных магазинов	4	2	УК-6, ПК-3
2	<b>2.1. Внутренняя планировка</b> Подходы к распределению площади торгового зала Последовательность размещения отделов в торговом зале	4	1	УК-6, ПК-3
	<b>2.2. Распределение площади подсобных помещений</b>	2	1	УК-6, ПК-3
3	<b>3.1. Торговое оборудование</b> Виды планировок торгового зала Система размещения оборудования	4	4	УК-6, ПК-3
4	<b>Выкладка продовольственных товаров</b>	14	14	УК-6, ПК-3
	<b>4.1. Гастрономические товары</b> Формирование ассортимента Выкладка продукции на весовом и порционном прилавках	2	2	УК-6, ПК-3
	<b>4.2. Бакалейные товары</b> Ассортимент бакалейной продукции Выкладка бакалейной продукции	2	2	УК-6, ПК-3
	<b>4.3. Молочные и кисломолочные товары</b>	2	2	УК-6, ПК-3

	Выкладка молочной продукции Выкладка йогуртов Выкладка сыров			
	<b>4.4. Сельскохозяйственная продукция</b> Формирование ассортимента с/х продукции Упаковка: плюсы и минусы Вкладка с/х продукции	2	2	УК-6, ПК-3
	<b>4.5. Замороженные продукты</b> Ассортимент замороженных продуктов Правила торговли замороженных продуктов	2	2	УК-6, ПК-3
	<b>4.6. Мясо и мясопродукты</b> Формирование ассортимента Управление товарными запасами	2	2	УК-6, ПК-3
	<b>4.7. Алкогольная продукция</b> Правила выкладки Специализированное оборудование	2	2	УК-6, ПК-3
5	<b>5.1. Атмосфера магазина как фактор эффективной торговли</b>	6	6	УК-6, ПК-3
	Основные принципы использования чувственных компонентов в магазине Факторы, влияющие на продажи в розничных торговых точках: освещение, цвет, музыка, запах			УК-6, ПК-3
6	<b>6.1. Эффективное представление продвигаемых товаров в розничном торговом предприятии</b>	6	6	УК-6, ПК-3
	Комплекс продвижения товаров на местах продажи Эффективная организация ценников на различных местах продажи Роль внутримагазинной рекламы и инструментов стимулирования сбыта POS-материалы			УК-6, ПК-3
	ИТОГО	42	36	

#### 4.5 Самостоятельная работа обучающихся

Раздел дисциплины	Вид самостоятельной работы	Объем акад. часов	
		очная форма обучения	очно-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	2	5
	Выполнение индивидуальных заданий	2	5
Тема 2. Инструменты мерчендайзинга	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	5
	Подготовка к практическому занятию, защите реферата	2	5
	Выполнение индивидуальных заданий	2	5
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	2	5
	Выполнение индивидуальных заданий	2	5

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	2	5
	Выполнение индивидуальных заданий	2	5
Тема 5. Атмосфера магазина как фактор эффективной торговли	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	5
	Подготовка к практическому занятию, защите реферата	4	5
	Выполнение индивидуальных заданий	2	5
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	4	5
	Выполнение индивидуальных заданий	2	5
ИТОГО		52	90

**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, 2025.

#### **4.6 Выполнение контрольной работы обучающимися очно-заочной формы обучения – не предусмотрено.**

#### **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 – реферат; 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	УК-6, ПК-3	Тестовые задания Реферат Вопросы для зачета	20 5 6
2	Тема 2. Внутренняя планировка магазина	УК-6, ПК-3	Тестовые задания Реферат Вопросы для зачета	10 4 5
3	Тема 3. Торговое оборудование	УК-6, ПК-3	Тестовые задания Реферат Вопросы для зачета	10 4 5
4	Тема 4. Выкладка товаров	УК-6, ПК-3	Тестовые задания Реферат Вопросы для зачета	20 5 5
5	Тема 5. Атмосфера магазина	УК-6, ПК-3	Тестовые задания Реферат Вопросы для зачета	20 5 5

6	Тема 6. Эффективное представление продвигаемых товаров в розничном торговом предприятии	УК-6, ПК-3	Тестовые задания Реферат Вопросы для зачета	20 5 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 для зачета**

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

### 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)
Продвинутый (75-100 баллов) «зачтено»	<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, 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>Тестовые задания (31-40 баллов) Реферат (9-10 баллов) Вопросы к зачету (38-50 баллов)</p>
Базовый (50-74 балла) – «зачтено»	<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, 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>Тестовые задания (21-30 баллов) Реферат (7-8 баллов) Вопросы к зачету (25-37 баллов)</p>

<b>Пороговый (35-49 баллов) «зачтено»</b>	<p>Выполнение объема работы на 50-60%; по основным вопросам ответ правильный, но неполный; проблемы в формулировании собственного мнения</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>Тестовые задания (11-20 баллов) Реферат (5-6 баллов) Вопросы к зачету (18-24 балла)</p>
<b>Низкий (допороговой) (компетенция не сформирована) (менее 35 баллов) «не зачтено»</b>	<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 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 «Мерчандайзинг продовольственных товаров» для направления подготовки 38.03.07 Товароведение/ И.М. Новикова – Мичуринск: Издательство Мичуринского ГАУ, 2021.

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

4. 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.

## **7.2 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, 2025.

2. Новикова И.М. Методические рекомендации по проведению практических занятий по дисциплине «Мерчендайзинг продовольственных товаров», направление подготовки 38.03.07 Товароведение. – Мичуринск, 2025.

## **7.3 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.

### **7.3.1 Электронно-библиотечные системы и базы данных**

1. ООО «ЭБС ЛАНЬ» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг от 03.04.2024 № б/н (Сетевая электронная библиотека)

2. 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 09.04.2024 № 04-УТ/2024)

3. Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»: Коллекции «Базовый массив» и «Колос-с. Сельское хозяйство» (<https://rucont.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа от 26.04.2024 № 1901/БП22)

4. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (<https://urait.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» от 07.05.2024 № 6555)

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

6. База данных НЭБ «Национальная электронная библиотека» (<https://rusneb.ru/>) (договор о подключении к НЭБ и предоставлении доступа к объектам НЭБ от 02.02.2024 № 101/НЭБ/4712-п)

7. 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 плоскопечатного текста ТОГБУК «Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина» (<https://www.tambovlib.ru>) (соглашение о сотрудничестве от 16.09.2021 № б/н)

### **7.3.2. Информационные справочные системы**

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс (договор поставки, адаптации и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс от 28.02.2025 № 12413 /13900/ЭС).

2. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 28.02.2025 № 194-01/2025).

### **7.3.3. Современные профессиональные базы данных**

1. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 05.09.2024 № 512/2024)

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>

### **7.3.4. 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)
1	Microsoft Windows, Office Professional	Microsoft Corporation	Лицензионное	-	Лицензия от 04.06.2015 № 65291651 срок действия: бессрочно
2	Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	АО «Лаборатория Касперского» (Россия)	Лицензионное	<a href="https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/?phrase_id=415165">https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/?phrase_id=415165</a>	Сублицензионный договор с ООО «Софтекс» от 09.12.2024 № б/н, срок действия: с 09.12.2024 по 09.12.2025
3	МойОфис Стандартный - Офисный пакет для работы с документами и почтой (myoffice.ru)	ООО «Новые облачные технологии» (Россия)	Лицензионное	<a href="https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?phrase_id=2698444">https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?phrase_id=2698444</a>	Контракт с ООО «Рубикон» от 24.04.2019 № 03641000008190000 12 срок действия: бессрочно
4	Офисный пакет	АО «Р7»	Лицензионное	<a href="https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?phrase_id=2698444">https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?phrase_id=2698444</a>	Контракт с ООО

	«Р7-Офис» (десктопная версия)			ov.ru/reestr/306668/?sphrase_id=4435041	«Софтекс» от 24.10.2023 № 03641000008230000 07 срок действия: бес- срочно
5	Операционная си- стема «Альт Образо- вание»	ООО "Базальт свободное про- граммное обес- пече- ние"	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303262/?sphrase_id=4435015	Контракт с ООО «Софтекс» от 24.10.2023 № 03641000008230000 07 срок действия: бес- срочно
6	Программная си- стема для обнаруже- ния текстовых заим- ствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ» ( <a href="https://docs.antiplagiaus.ru">https://docs.antiplagiaus.ru</a> )	АО «Антипла- гиат» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303350/?sphrase_id=2698186	Лицензионный до- говор с АО «Ан- типлагиат» от 23.05.2024 № 8151, срок действия: с 23.05.2024 по 22.05.2025
7	Acrobat Reader - просмотр докумен- тов PDF, DjVu	Adobe Systems	Свободно рас- пространяемое	-	-
8	Foxit Reader - просмотр докумен- тов PDF, DjVu	Foxit Corporation	Свободно рас- пространяемое	-	-

### 7.3.5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. CDTOWiki: база знаний по цифровой трансформации <https://cdto.wiki/>

### 7.3.6. Цифровые инструменты, применяемые в образовательном про- цессе

1. LMS-платформа Moodle
2. Виртуальная доска Миро: miro.com
3. Виртуальная доска SBoard <https://sboard.online>
4. Облачные сервисы: Яндекс.Диск, Облако Mail.ru
5. Сервисы опросов: Яндекс.Формы, MyQuiz
6. Сервисы видеосвязи: Яндекс.Телемост, Webinar.ru
7. Сервис совместной работы над проектами для небольших групп Trello <http://www.trello.com>

## 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 СUX-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 Morame 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. РН-метр РН-013 (инв. № 21013400704);
  18. РН-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 MPW-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 CH336A HP (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 федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. №985.

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 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 плодоовошного 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 13 апреля 2023 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института фундаментальных и прикладных агробиотехнологий им. И.В. Мичурина, протокол № 11 от 19 июня 2023г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 10 от 22 июня 2023 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 13 мая 2024 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института фундаментальных и прикладных агробиотехнологий им. И.В. Мичурина, протокол № 10 от 20 мая 2024г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 09 от 23 мая 2024 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 № 08 от 8 апреля 2025 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института фундаментальных и прикладных агробиотехнологий им. И.В. Мичурина, протокол № 8 от 21 апреля 2025г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 08 от 23 апреля 2025г.

Оригинал документа хранится на кафедре продуктов питания, товароведения и технологии переработки продукции животноводства