Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ермаков Алексей Михайлович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 07.11.2026 18:15:29
Уникальный программный ключ:
820dd736c6564d02e9f00c4043156a3692d52b7e

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
«Мерчандайзинг»

1. Общая характеристика.

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы ФГБОУ ВО Донской ГАУ бакалавриата по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение, направленность Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров, разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 38.03.07 Товароведение, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 985.

2. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций**:** Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен определять качество сельскохозяйственного сырья и пищевой продукции на всех этапах ее производства и обращения на рынке

Индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.4 Владеть технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

В результате изучения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Знание: технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

Умение: использовать основные технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

Навык и (или) опыт деятельности: регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

3. Содержание программы учебной дисциплины: Раздел 1. Определение, цели, задачи и принципы мерчендайзинга. Раздел 2. История и современное развитие мерчендайзинга. Раздел 3.Особенности поведения покупателей. Раздел 4. Особенности мерчендайзинга поставщика. Раздел 5. Мерчендайзинговый подход к планировке магазина. Раздел 6. Эффективное размещение торгового оборудования. Раздел 7. Мерчендайзинговый подход к выкладке товаров. Раздел 8. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчендайзинга.

4. Форма промежуточной аттестации зачет

5. Разработчик:доцент, канд.с.-х.наук, доцент кафедры экономики и товароведения Лосевская С.А.