

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«МОГИЛЕВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа
_____ С.Н.Козлов
29.08.2025

МЕРЧЕНДАЙЗИНГ

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ИЗУЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА,
ЗАДАНИЯ НА ДОМАШНЮЮ КОНТРОЛЬНУЮ РАБОТУ № 1
ДЛЯ УЧАЩИХСЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ
ОБРАЗОВАНИЯ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 5-04-0412-01
«МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

Авторы: Ключиткина А.А., преподаватель первой категории учреждения образования «Могилевский государственный политехнический колледж»

Рецензент: Минина М.Н., преподаватель первой категории учреждения образования «Могилевский государственный политехнический колледж»

Разработано на основе учебной программы по учебному предмету профессионального компонента учебного плана учреждения образования по специальности 5-04-0412-01 «Маркетинговая деятельность» для реализации образовательной программы среднего специального образования, обеспечивающей получение квалификации специалиста со средним специальным образованием, утвержденной директором колледжа, 2025

Обсуждено и одобрено на заседании
цикловой комиссии экономических предметов

Протокол № _____ от _____

Председатель цикловой комиссии

_____ А.А.Ключиткина

Пояснительная записка

Учебный предмет «Мерчендайзинг» предусматривает изучение размещения и расположения товаров в торговой точке, создание эффективного запаса и ассортимента продукции, изучение факторов, влияющих на атмосферу магазина (освещение, звук, цвет, запахи).

В процессе преподавания учебного предмета необходимо учитывать межпредметные связи программного учебного материала с такими учебными предметами учебного плана учреждения образования по специальности, как «Товароведение», «Маркетинг», «Маркетинг по видам экономической деятельности».

В результате изучения учебного предмета «Мерчендайзинг» учащиеся должны:

знать на уровне представления:

современные тенденции развития мерчендайзинга;

влияние инструментов мерчендайзинга на улучшение сервисного обслуживания;

особенности использования торговых площадей для различных организаций;

знать на уровне понимания:

принципы организации пространства торгового зала и полочного пространства;

принципы размещения основных и дополнительных рекламных материалов в торговом зале;

методику составления планограмм;

специфику применения средств и методов мерчендайзинга для продвижения отдельных товаров или их комплексов;

основные психологические и социальные факторы, влияющие на поведение покупателей в торговом зале;

сущность мерчендайзинга, применяемого товаропроизводителем и розничным продавцом;

уметь:

анализировать поведение потребителей;

выделять психологические факторы, влияющие на потребительское поведение;

распределять площадь торгового зала и регулировать покупательские потоки;

составлять планы размещения торгового оборудования, категорий в торговом зале, выкладки товаров для размещения на торговом оборудовании;

анализировать эффективность использования торговой площади и торгового оборудования;

оценивать рыночную ситуацию и особенности покупательского поведения.

Общие методические рекомендации по выполнению домашней контрольной работы

В соответствии с учебным планом каждый учащийся по учебному предмету «Мерчендайзинг» выполняет домашнюю контрольную работу.

Выполняя домашнюю контрольную работу, необходимо показать умение правильно, в полном объеме, четко, логически последовательно излагать усвоенный материал, выделяя при этом основные моменты. Не следует включать материалы, не имеющие прямого отношения к данной теме.

Задания к домашней контрольной работе разработаны по 100-вариантной системе и в соответствии с программой курса учебного предмета «Мерчендайзинг».

Каждый вариант содержит 2 теоретических вопроса и 2 практических задания. Вариант выбирается по двум последним цифрам шифра учащегося по данным таблицы вариантов.

Если в процессе выполнения домашней контрольной работы возникнут трудности, необходимо обратиться к преподавателю за консультацией.

При выполнении домашней контрольной работы необходимо руководствоваться следующими требованиями:

- домашняя контрольная работа должна быть выполнена и сдана на проверку в установленный срок;
- в начале работы указывается номер выполняемого варианта;
- перед ответом на теоретический вопрос должны быть приведена его формулировка, а перед практическим заданием – ее условие;
- излагая ответы на практические задания контрольной работы, необходимо увязать их с предварительно изученным теоретическим материалом;
- домашняя контрольная работа должна быть аккуратно оформлена, написана разборчиво, страницы пронумерованы. Необходимы поля для замечаний рецензента;
- в конце работы приводится список используемых источников;
- работа должна быть подписана учащимся с указанием даты выполнения;
- выполненную работу учащийся предоставляет на заочное отделение на рецензирование. В соответствии с замечаниями рецензента учащийся вносит исправления в работу. Незачтенная работа исправляется учащимся и сдается им на повторное рецензирование.

Критерии оценки домашней контрольной работы

Домашняя контрольная работа оценивается отметкой «зачтено» или «не зачтено».

Для получения отметки «зачтено» учащийся должен правильно выполнить не менее 75% работы.

Работа должна быть выполнена в соответствии с вариантом задания. Ответы должны быть четкими, ясными, изложенными по существу вопроса, отражать понимание вопроса, самостоятельность мышления, суждений. В ответах необходимо приводить примеры, делать выводы, обобщения. Необходимо отражать связь теории и практики.

Домашняя контрольная работа не зачтена:

- работа полностью или частично не соответствует варианту задания;

- работа выполнена не в полном объеме, мене 75% процентов, т.е. выполнены лишь 2 задания из 4-х;

- теоретические вопросы раскрыты очень слабо, приведены лишь общие положения, материал изложен непоследовательно, бессистемно, нет обобщающих выводов, не сделаны ссылки на используемую литературу, либо раскрыт только 2 вопрос;

- практические задания не выполнены, либо выполнены очень слабо: не отражены основные теоретические положения, не приведены примеры, нет обоснования применения теоретических аспектов на практике и есть замечания по теоретическим вопросам.

Учебная программа учебного предмета

Введение

Цели и задачи учебного предмета «Мерчендайзинг», связь с другими учебными предметами, значение в формировании профессиональных компетенций.

Литература: [1], с.27-35.

Раздел 1 Основные понятия и определения мерчендайзинга

Тема 1.1 Мерчендайзинг: цели и задачи, возможности и ограничения

Понятие мерчендайзинга, цели и задачи. Возможности и ограничения мерчендайзинга.

Литература: [1], с.8-13; [4], с.7-9.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Дайте определение понятию «мерчендайзинг».
- 2 Что входит в понятие «мерчендайзинг» с точки зрения маркетинга?
- 3 Назовите цели и задачи мерчендайзинга.

Тема 1.2 Требования к профессиональной компетенции мерчендайзера. Стандарт мерчендайзинга

Функции и обязанности мерчендайзера. Должностная инструкция мерчендайзера. Стандарт мерчендайзинга. Разделы стандарта.

Литература: [4], с.109-124.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Назовите личностные факторы мерчендайзера.
- 2 Перечислите обязанности мерчендайзера.

Раздел 2 Поведение потребителя как компонент технологий мерчендайзинга

Тема 2.1 Портрет типичного потребителя нашего времени

Портрет типичного потребителя (женщины, мужчины, дети, пожилые покупатели).

Литература: [1], с.13-20; [2], с.190-193.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Что такое портрет потребителя?
- 2 Составьте портрет типичного потребителя.

Тема 2.2 Ощущение, восприятие и распознавание в технологиях мерчендайзинга

Управление поведением посетителей на основе восприятий и ощущений. Законы восприятия.

Литература: [1], с.24-39; [3], с.45-58.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Охарактеризуйте управление восприятием человека в мерчендайзинге.
- 2 Назовите законы восприятия.

Раздел 3 Внешний вид магазина и территория вокруг него**Тема 3.1 Восприятие магазина целевой группой покупателей**

Концепция магазина. Восприятие магазина его владельцем и типичным покупателем.

Литература: [1], с.50-64; [4], с.109-117.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Что собой представляет стандарт мерчендайзинга?
- 2 Назовите разделы стандарта мерчендайзинга.

Тема 3.2 Название, рекламный слоган и вывеска

Название магазина. Рекламный слоган и принципы его создания. Вывеска как важный элемент фасада магазина.

Литература: [1], с.72-75; [2], с.194-195.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Как воспринимают магазин его владелец и типичный покупатель?
- 2 Назовите характеристики, определяющие общую концепцию магазина.

Тема 3.3 Цветовые решения для оформления магазина

Цвет в интерьере магазина, влияние на мотивацию покупателей и особенности. Характеристики цветов.

Литература: [1], с.75-83.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Назовите правила выбора названия магазина.
- 2 Перечислите принципы создания рекламного слогана.

Тема 3.4 Входная зона и витрины магазина

Принципы дизайна входной зоны магазина. Виды входных зон. Типы витрин. Требования к витринам. Оформление витрин
Литература: [1], с.83-85.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Назовите задачи работы с цветом в интерьере магазина.
- 2 Приведите примеры цветового решения для оформления магазина.

3.5 Территория вокруг магазина. Парковка

Использование территории вокруг магазина. Организация парковки. Факторы, влияющие на количество мест парковки.
Литература: [1], с.85-95; [5], с.197-199.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Назовите входные зоны магазина.
- 2 Какие требования предъявляются к витринам?
- 3 Охарактеризуйте типы витрин.

Раздел 4 Планировка торгового зала

Тема 4.1 Эффективное размещение и разделение товарных групп

Зоны в торговом зале. Зонирование товарных категорий в магазине. Типы планировки в торговом зале.
Литература: [1], с.104-114; [2], с.199-216.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Назовите зоны в торговом зале.
- 2 Какие задачи решаются при «правильной» планировке торгового зала?

3 Охарактеризуйте зонирование и распределение мест в торговом зале для продуктового супермаркета.

Тема 4.2 Виды торгово-технологического оборудования

Группы торгово-технологического оборудования. Немеханическое оборудование, его назначение и устройство, требования к условиям и правилам эксплуатации.

Литература: [4], с.54-55; [5], с.4-5.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Охарактеризуйте немеханическое оборудование и его назначение
- 2 Какие требования предъявляются к условиям и правилам эксплуатации немеханического оборудования?
- 3 Приведите классификацию торгового инвентаря.

Тема 4.3 Другие важные составляющие микроклимата магазина

Система освещения. Освещенность отдельных групп товаров. Система навигации в магазине. Аромамаркетинг. Музыка.

Литература: [1], с.124-150.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Что необходимо учитывать при создании концепции общего освещения зала?
- 2 Назовите задачи навигационной системы.
- 3 Назовите цели ароматического маркетинга.
- 4 Как правильно использовать музыку в магазине?

Раздел 5 Выкладка товара в торговом зале**Тема 5.1 Общие правила выкладки товара в торговом зале**

Понятие «выкладка». Цели и задачи выкладки. Правила выкладки
Литература: [1], с.64-68; [4], с.66-68.

Вопросы для самоконтроля

- 1 В чем отличие первичной выкладки от вторичной?
- 2 Назовите цели и задачи выкладки.

Тема 5.2 Виды выкладки товара в торговом зале

Виды выкладки товара в торговом зале. Планограмма выкладки.
Литература: [1], с.64-68; [3], с.111-124.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Назовите виды выкладки товара в торговом зале.
- 2 Что такое планограмма выкладки?

Тема 5.3 Оформление ценников

Правила оформления ценников. Требования к информации на ценниках.

Литература: [1], с.162-166; [4], с.74-75.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Назовите правила оформления ценников.
- 2 Охарактеризуйте порядок оформления ценника при предоставлении скидок на товары.
- 3 Какие нарушения и недоработки при оформлении ценников зачастую допускают субъекты торговли?

Тема 5.4 Рекламно–информационная поддержка

Понятие и классификация POS-материалов. Преимущества использования рекламно-информационных материалов.

Литература: [1], с.166-170; [4], с.105-109.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Назовите виды POS материалов
- 2 Назовите основные преимущества рекламы в местах продаж

Раздел 6 Методы продажи товаров на основе принципов и технологий мерчендайзинга**Тема 6.1 Метод импульсивных покупок**

Этапы метода импульсивных покупок. Виды импульсивных покупок. Показатели, характеризующие импульсивные покупки.

Литература: [1], с.80-92.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Назовите виды импульсивных покупок.
- 2 Охарактеризуйте метод исследования «До и после».

Тема 6.2 Продажа товаров по методу ABC

Сущность и цель метода ABC. Общая и маркетинговая характеристики товарных групп ABC.

Литература: [1], с.92-99.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Назовите цель метода ABC.
- 2 Назовите отличительные особенности продажи товаров по «Методу ABC».

Список используемых источников**Основная литература**

- 1 Парамонова Т.Н., Рамазанов И.А. Мерчандайзинг: Учебное пособие. - М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2004. – 144 с.
- 2 Сысоева С.В., Бузукова Е.А. Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице. - СПб.: Питер, 2008. - 256 с.
- 3 Сысоева С.В. Большая книга директора магазина. - СПб.: Питер, 2012. - 377 с.

Дополнительная литература

- 1 Мерчандайзинг: учебно-практическое пособие / М.С.Клочкова, Е.Ю.Логинова, А.С.Якорева; Изд.-торговая корпорация "Дашков и К°". - Москва: Дашков и К°, 2008. – 266 с.

Задания на домашнюю контрольную работу по учебному предмету «Мерчендайзинг»

Теоретические вопросы

- 1 Понятие мерчендайзинга, цели и задачи.
- 2 Возможности и ограничения мерчендайзинга.
- 3 Функции и обязанности мерчендайзера.
- 4 Требования, предъявляемые к мерчендайзерам.
- 5 Портрет типичного потребителя (женщины).
- 6 Портрет типичного потребителя (мужчины).
- 7 Портрет типичного потребителя (дети, пожилые покупатели).
- 8 Управление поведением посетителей на основе восприятий и ощущений.
- 9 Законы восприятия.
- 10 Должностная инструкция мерчендайзера.
- 11 Стандарт мерчендайзинга.
- 12 Разделы стандарта мерчендайзинга.
- 13 Концепция магазина.
- 14 Восприятие магазина его владельцем и типичным покупателем.
- 15 Название магазина.
- 16 Рекламный слоган и принципы его создания.
- 17 Вывеска как важный элемент фасада магазина.
- 18 Цвет в интерьере магазина, влияние цвета на мотивацию покупателей и особенности.
- 19 Характеристики цветов.
- 20 Принципы дизайна входной зоны магазина.
- 21 Виды входных зон
- 22 Типы витрин.
- 23 Требования к витринам
- 24 Оформление витрин.
- 25 Использование территории вокруг магазина.
- 26 Организация парковки. Факторы, влияющие на количество мест парковки.
- 27 Типы планировки в торговом зале.
- 28 Зоны в торговом зале.
- 29 Зонирование и распределение мест в торговом зале для продуктового супермаркета и гипермаркета.

30 Зонирование и распределение мест в торговом зале для продуктового магазина самообслуживания небольшой площади (до 500 м²) и магазина одежды.

31 Зонирование и распределение мест в торговом зале магазина бытовой техники и ювелирного магазина.

32 Зонирование и распределение мест в торговом зале магазина детских товаров и книжного магазина.

33 Зонирование и распределение мест в торговом зале магазина товаров для дома.

34 Зонирование и распределение мест в торговом зале для книжного магазина.

35 Группы торгово-технологического оборудования.

36 Немеханическое оборудование, его назначение и устройство

37 Требования к условиям и правила эксплуатации немеханического оборудования.

38 Система освещения в магазине.

39 Особенности освещения продовольственных товаров.

40 Особенности освещения непродовольственных товаров.

41 Система навигации в магазине.

42 Аромамаркетинг.

43 Музыка в магазине.

44 Цели и задачи выкладки. Правила выкладки.

45 Виды выкладки товара в торговом зале.

46 Планограмма выкладки.

47 Выкладка молочной продукции в магазине.

48 Выкладка мясных товаров в магазине.

49 Выкладка бакалейных товаров в магазине.

50 Выкладка одежды в магазине.

51 Выкладка бытовой техники в магазине.

52 Выкладка ювелирных изделий в магазине.

53 Выкладка детских товаров в магазине.

54 Выкладка товаров для дома в магазине.

55 Выкладка книжной продукции.

56 Правила оформления ценников.

57 Требования к информации на ценниках.

58 Понятие и классификация POS-материалов, их преимущества.

59 Метод импульсивных покупок

60 Метод продажи ABC.

Задание 1

1 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в продовольственном магазине.

2 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в книжном магазине.

3 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в магазине детской одежды.

4 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в магазине детских игрушек.

5 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в магазине женской одежды.

6 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в магазине мужской одежды.

7 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в строительном магазине.

8 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в магазине обуви.

9 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в мебельном магазине.

10 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в магазине посуды.

11 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в магазине косметики.

12 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в магазине электроники.

13 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в магазине бытовой техники.

14 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в зоомагазине.

15 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в цветочном магазине.

16 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в ювелирном магазине.

17 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в хозяйственном магазине.

18 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в магазине галантереи.

19 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в антикварном магазине.

20 Составить планировку торгового зала и изобразить организацию покупательского потока в магазине канцелярии и товаров для офиса.

Задание 2

Разработайте для магазина (из задания 1) следующие компоненты его атмосферы:

- концепцию внутреннего дизайна и интерьера;
- освещение в зале и подсветку оборудования (в целях нейтрализации «холодных» зон);
- цвета, используемые в интерьере;
- место расположения магазина;
- наличие, подбор и громкость музыки;
- запахи и температурный режим в торговом зале;
- оформление витрин и манекенов (при наличии).

Таблица 1 – Варианты заданий на домашнюю контрольную работу по учебному предмету «Мерчендайзинг»

Предпоследняя цифра шифра		Последняя цифра шифра									
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0	теоретические вопросы	1 60	2 59	3 58	4 57	5 56	6 55	7 54	8 53	9 52	10 51
	задачи	1 2	2 2	3 2	4 2	5 2	6 2	7 2	8 2	9 2	10 2
1	теоретические вопросы	11 50	12 49	13 48	14 47	15 46	16 45	17 44	18 43	19 42	20 41
	задачи	11 2	12 2	13 2	14 2	15 2	16 2	17 2	18 2	19 2	20 2
2	теоретические вопросы	21 40	22 39	23 38	24 37	25 36	26 35	27 34	28 33	29 32	30 31
	задачи	1 2	2 2	3 2	4 2	5 2	6 2	7 2	8 2	9 2	10 2
3	теоретические вопросы	31 30	32 29	33 28	27 34	26 35	25 36	24 37	23 38	21 39	20 40
	задачи	11 2	12 2	13 2	14 2	15 2	16 2	17 2	18 2	19 2	20 2
4	теоретические вопросы	10 41	9 42	8 43	7 44	6 45	5 46	4 47	3 48	2 49	1 50
	задачи	1 2	2 2	3 2	4 2	5 2	6 2	7 2	8 2	9 2	10 2
5	теоретические вопросы	20 51	19 52	18 53	17 54	16 55	15 56	14 57	13 58	12 59	11 60
	задачи	11 2	12 2	13 2	14 2	15 2	16 2	17 2	18 2	19 2	20 2
6	теоретические вопросы	1 24	2 25	3 26	4 27	5 28	6 29	7 30	8 31	9 32	10 33
	задачи	1 2	2 2	3 2	4 2	5 2	6 2	7 2	8 2	9 2	10 2
7	теоретические вопросы	34 48	35 49	36 50	37 51	38 52	39 53	40 54	41 55	42 56	1 43
	задачи	11 2	12 2	13 2	14 2	15 2	16 2	17 2	18 2	19 2	20 2

Продолжение таблицы 1

Предпоследняя цифра шифра		Последняя цифра шифра									
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
8	теоретические вопросы	2 44	4 45	8 46	10 47	11 21	12 22	13 23	14 24	15 25	16 26
	задачи	1 2	2 2	3 2	4 2	5 2	6 2	7 2	8 2	9 2	10 2
9	теоретические вопросы	27 60	28 59	29 31	30 2	8 31	2 32	4 33	8 34	10 35	15 36
	задачи	11 2	12 2	13 2	14 2	15 2	16 2	17 2	18 2	19 2	20 2