

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра социологии и массовых коммуникаций

“УТВЕРЖДАЮ”  
ДЕКАН ФГО

д.ф.н. Ромм М. В.

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
**Мерчендайзинг**

Образовательная программа: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль: Социальные коммуникации

Курс: 4 5, семестры : 8 9

Факультет гуманитарного образования, заочная форма обучения

|    |                                                                                                      | Семестр |     |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----|
| №  | Вид деятельности                                                                                     | 8       | 9   |
| 1  | Всего зачетных единиц (кредитов)                                                                     | 0       | 3   |
| 2  | Всего часов                                                                                          | 0       | 108 |
| 3  | Всего занятий в контактной форме, час.                                                               | 4       | 25  |
| 4  | Лекции, час.                                                                                         | 4       | 8   |
| 5  | Практические занятия, час.                                                                           | 0       | 8   |
| 6  | Лабораторные занятия, час.                                                                           | 0       | 0   |
| 7  | из них в активной и интерактивной форме, час.                                                        | 2       | 2   |
| 8  | Аттестация, час.                                                                                     | 0       | 2   |
| 9  | Консультации, час.                                                                                   |         | 7   |
| 10 | Самостоятельная работа, час.                                                                         | 0       | 79  |
| 11 | Виды самостоятельной работы (курсовой проект, курсовая работа, РГЗ, подготовка к контрольной работе) |         |     |
| 12 | Вид аттестации                                                                                       |         | ДЗ  |

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

ФГОС введен в действие приказом №997 от 11.08.2016 г. , дата утверждения: 25.08.2016 г.

Место дисциплины в структуре учебного плана: Блок 1, вариативная, по выбору студента

Рабочая программа разработана на основе компетентностной модели выпускника по направлению (специальности): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

СиМК, протокол заседания кафедры №10 от 20.06.2017

Утверждена на совете факультета гуманитарного образования, протокол № 6 от 21.06.2017

Программу разработал:

доцент, к.э.н. Конева Е. И.

Заведующий кафедрой:

профессор, д-р культурологии Паршукова Г. Б.

Ответственный за образовательную программу:

заведующий кафедрой Паршукова Г. Б.

## 1. Внешние требования

Таблица 1.1

|                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Компетенция ФГОС: ОК.3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; в части следующих результатов обучения:</b> |
| з1. Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности                                                                                       |
| у1. Уметь использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности                                                                          |
| <b>Компетенция ФГОС: ПК.11 способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; в части следующих результатов обучения:</b>        |
| у2/РИИПА. Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы                                                         |
| <b>Компетенция ФГОС: ПК.9 способность проводить маркетинговые исследования; в части следующих результатов обучения:</b>                                          |
| з1/РИИПА. Знать методы и инструменты реализации проектов                                                                                                         |
| з2/РИИПА. Знать инструменты и способы маркетинговых исследований                                                                                                 |
| у2/РИИПА. Уметь проводить маркетинговые исследования                                                                                                             |

## 2. Требования НГТУ к результатам освоения дисциплины

Таблица 2.1

| Результаты изучения дисциплины по уровням освоения (иметь представление, знать, уметь, владеть)                      | Формы организации занятий                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <b>Мерчендайзинг</b>                                                                                                 |                                                      |
| <b>ОК.3.з1 Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности</b>                                |                                                      |
| 1. Знает технологии мерчендайзинга                                                                                   | Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа |
| 2. Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности                                            | Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа |
| <b>ОК.3.у1 Уметь использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности</b>                   |                                                      |
| 3. Уметь использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности                               | Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа |
| 4. Умеет применять основные схемы мерчендайзинга                                                                     | Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа |
| <b>ПК.9.з1/РИИПА Знать методы и инструменты реализации проектов</b>                                                  |                                                      |
| 5. Знать методы и инструменты реализации проектов                                                                    | Лекции; Практические занятия                         |
| <b>ПК.9.з2/РИИПА Знать инструменты и способы маркетинговых исследований</b>                                          |                                                      |
| 6. Знать инструменты и способы маркетинговых исследований                                                            | Лекции; Практические занятия                         |
| <b>ПК.9.у2/РИИПА Уметь проводить маркетинговые исследования</b>                                                      |                                                      |
| 7. Уметь проводить маркетинговые исследования                                                                        | Лекции; Практические занятия                         |
| <b>ПК.11.у2/РИИПА Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы</b> |                                                      |
| 8. Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы                    | Лекции; Практические занятия                         |

## 3. Содержание и структура учебной дисциплины

Таблица 3.1

| Темы лекций                                           | Активные формы, час. | Часы | Ссылки на результаты обучения | Учебная деятельность        |
|-------------------------------------------------------|----------------------|------|-------------------------------|-----------------------------|
| <b>Семестр: 8</b>                                     |                      |      |                               |                             |
| <b>Дидактическая единица: Кампании в местах сбыта</b> |                      |      |                               |                             |
| 1. Основы кампаний в местах сбыта товара              | 2                    | 4    | 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8           | Конспектирование, дискуссии |

|                                                                                                       |   |   |                        |                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|------------------------|-------------------------------------------|
| <b>Семестр: 9</b>                                                                                     |   |   |                        |                                           |
| <b>Дидактическая единица: Кампании в местах сбыта</b>                                                 |   |   |                        |                                           |
| 2. Типологии и структура PR-кампаний, использующих схемы мерчендайзинга и специфику мест сбыта товара | 0 | 8 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 | решение кейсов, мозговой штурм, дискуссия |

Таблица 3.2

| Темы практических занятий         | Активные формы, час. | Часы | Ссылки на результаты обучения | Учебная деятельность                       |
|-----------------------------------|----------------------|------|-------------------------------|--------------------------------------------|
| <b>Семестр: 9</b>                 |                      |      |                               |                                            |
| <b>Дидактическая единица: BTL</b> |                      |      |                               |                                            |
| 1. Средства BTL-продвижения       | 1                    | 4    | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8        | Конспектирование                           |
| 2. Анализ средств BTL             | 1                    | 4    | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8        | Решение кейсов, аналитическая работа, эссе |

#### 4. Самостоятельная работа обучающегося

| №                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Виды самостоятельной работы         | Ссылки на результаты обучения | Часы на выполнение | Часы на консультации |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|--------------------|----------------------|
| <b>Семестр: 8</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                     |                               |                    |                      |
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Дополнительная учебная деятельность | 1, 2, 3, 4                    | 30                 | 2                    |
| : Паршукова Г. Б. Мерчендайзинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс [для бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью»] / Г. Б. Паршукова, Е. И. Конева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: <a href="http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882">http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882</a> . - Загл. с экрана. |                                     |                               |                    |                      |
| 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Подготовка к аттестации             | 1, 2, 3, 4                    | 22                 | 4                    |
| : Паршукова Г. Б. Мерчендайзинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс [для бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью»] / Г. Б. Паршукова, Е. И. Конева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: <a href="http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882">http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882</a> . - Загл. с экрана. |                                     |                               |                    |                      |
| <b>Семестр: 9</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                     |                               |                    |                      |
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Подготовка к занятиям               | 1, 2, 3, 4                    | 36                 | 3                    |
| : Паршукова Г. Б. Мерчендайзинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс [для бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью»] / Г. Б. Паршукова, Е. И. Конева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: <a href="http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882">http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882</a> . - Загл. с экрана. |                                     |                               |                    |                      |
| 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Подготовка к аттестации             | 1, 2, 3, 4                    | 43                 | 4                    |
| : Паршукова Г. Б. Мерчендайзинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс [для бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью»] / Г. Б. Паршукова, Е. И. Конева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: <a href="http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882">http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882</a> . - Загл. с экрана. |                                     |                               |                    |                      |

#### 5. Технология обучения

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии (табл. 5.1).

Таблица 5.1

| Деятельность     | Информационно-коммуникационные технологии             |
|------------------|-------------------------------------------------------|
| Информирование   | e-mail; Портал НГТУ                                   |
| Консультирование | e-mail; Портал НГТУ; Среда электронного обучения НГТУ |

|                               |                     |
|-------------------------------|---------------------|
| Контроль                      | e-mail; Портал НГТУ |
| Размещение учебных материалов | Портал НГТУ         |

## 6. Правила аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Для аттестации обучающихся по дисциплине используется балльно-рейтинговая система (БРС), позволяющая выставять оценки по традиционной шкале и 15-уровневой ECTS. Краткая информация о БРС приведена в табл. 6.1.

Таблица 6.1

| Оцениваемые виды деятельности обучающихся                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Максимальный балл |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <b>Семестр: 8</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                   |
| <i>Дополнительная учебная деятельность:</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 100               |
| Контролирующие материалы приводятся в "Искусство бизнеса. Практикум [Электронный ресурс]. Диск 1 : тесты и упражнения / разраб. компании "Медиум". - М., 2005. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с контейнера."                                                                                                                                                                                                                                                       |                   |
| <b>Семестр: 9</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                   |
| <i>Подготовка к занятиям:</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 20                |
| Контролирующие материалы (Самостоятельная работа) приводятся в "Искусство бизнеса. Практикум [Электронный ресурс]. Диск 1 : тесты и упражнения / разраб. компании "Медиум". - М., 2005. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с контейнера."                                                                                                                                                                                                                              |                   |
| <i>Дополнительная учебная деятельность:</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 40                |
| Контролирующие материалы (Самостоятельная работа) приводятся в "Паршукова Г. Б. Мерчендайзинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс [для бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью»] / Г. Б. Паршукова, Е. И. Конева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: <a href="http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882">http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882</a> . - Загл. с экрана." |                   |
| <i>Лекция:</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 20                |
| Контролирующие материалы приводятся в "Паршукова Г. Б. Мерчендайзинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс [для бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью»] / Г. Б. Паршукова, Е. И. Конева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: <a href="http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882">http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882</a> . - Загл. с экрана."                          |                   |
| <i>Практические занятия:</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 40                |
| Контролирующие материалы приводятся в "Паршукова Г. Б. Мерчендайзинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс [для бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью»] / Г. Б. Паршукова, Е. И. Конева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: <a href="http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882">http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882</a> . - Загл. с экрана."                          |                   |
| <i>Зачет:</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 20                |
| Контролирующие материалы (список вопросов) приводятся в "Паршукова Г. Б. Мерчендайзинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс [для бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью»] / Г. Б. Паршукова, Е. И. Конева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: <a href="http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882">http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882</a> . - Загл. с экрана."        |                   |

В таблице 6.2 представлено соответствие форм контроля заявляемым требованиям к результатам освоения дисциплины.

Таблица 6.2

| Коды компетенций ФГОС | Результаты обучения                                                                                      | Формы контроля |       |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------|
|                       |                                                                                                          |                | Зачет |
| <b>ОК.3</b>           | з1. Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности                               |                | +     |
|                       | у1. Уметь использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности                  |                | +     |
| <b>ПК.11</b>          | у2/РИИПА. Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы |                | +     |
| <b>ПК.9</b>           | з1/РИИПА. Знать методы и инструменты реализации проектов                                                 |                | +     |
|                       | з2/РИИПА. Знать инструменты и способы маркетинговых исследований                                         |                | +     |
|                       | у2/РИИПА. Уметь проводить маркетинговые исследования                                                     |                | +     |

Фонд оценочных средств по дисциплине представлен в приложении № 1 к рабочей программе.

## **7. Литература**

### *Основная литература*

1. Новаков А.А. Секреты розничной торговли [Электронный ресурс]: вопросы и ответы/ А.А. Новаков— Электрон. текстовые данные.— М.: Инфра-Инженерия, 2013.— 464 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/23319.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. ЭБС Издательство «Лань» [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система. - [Россия], 1993. - Режим доступа: <http://e.lanbook.com>. - Загл. с экрана.
3. ЭБС Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система. - [Россия], 2011. - Режим доступа: <http://znanium.com>. - Загл. с экрана.
4. ЭБС Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система. - [Россия], 2011. - Режим доступа: <http://znanium.com>. - Загл. с экрана.
5. Писарева Е. В. Реклама в местах продаж : учебное пособие / Е. В. Писарева ; Рост. гос. экон. ун-т (РИНХ), Фак. коммерции и маркетинга. - Ростов н/Д, 2010. - 167 с. : цв. ил.

### *Дополнительная литература*

1. Феофанов О. А. Реклама: новые технологии в России : учебное пособие для подготовки профессионалов в сфере рекламы / Олег Феофанов. - СПб., 2003. - 377 с. : ил.
2. Парамонова Т. Н. Мерчендайзинг : [учебное пособие для вузов по специальности 061500 "Маркетинг"] / Т. Н. Парамонова, И. А. Рамазанов ; Рос. гос. торгово-экономический ун-т. - М., 2007. - 142, [1] с.
3. Искусство бизнеса. Практикум [Электронный ресурс]. Диск 1 : тесты и упражнения / разраб. компании "Медиум". - М., 2005. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с контейнера.

### *Интернет-ресурсы*

1. ЭБС НГТУ : <http://elibrary.nstu.ru/>
2. ЭБС «Издательство Лань» : <https://e.lanbook.com/>
3. ЭБС IPRbooks : <http://www.iprbookshop.ru/>
4. ЭБС "Znanium.com" : <http://znanium.com/>
5. :

## **8. Методическое и программное обеспечение**

### *8.1 Методическое обеспечение*

1. Паршукова Г. Б. Мерчендайзинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс [для бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью»] / Г. Б. Паршукова, Е. И. Конева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: [http://elibrary.nstu.ru/source?bib\\_id=vtls000196882](http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196882). - Загл. с экрана.

### *8.2 Специализированное программное обеспечение*

- 1 Office
- 2 Windows
- 3 Office

## 9. Материально-техническое обеспечение

### Презентационное оборудование

| № | Наименование                                                                               | Назначение                                                            |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 1 | Презентационное оборудование<br>(мультимедиа-проектор, экран, компьютер<br>для управления) | для демонстрации лекционного материала,<br>презентации результатов СР |

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра социологии и массовых коммуникаций

“УТВЕРЖДАЮ”  
ДЕКАН ФГО  
д.ф.н., профессор М.В. Ромм  
“        ”        \_\_\_\_\_ Г.

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Мерчендайзинг

Образовательная программа: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль:  
Социальные коммуникации

## 1. Обобщенная структура фонда оценочных средств учебной дисциплины

Обобщенная структура фонда оценочных средств по дисциплине Мерчендайзинг приведена в Таблице.

Таблица

| Формируемые компетенции                                                                        | Показатели сформированности компетенций (знания, умения, навыки)                        | Темы                                                                                                                                                                                 | Этапы оценки компетенций                                      |                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
|                                                                                                |                                                                                         |                                                                                                                                                                                      | Мероприятия текущего контроля (курсовой проект, РГЗ(Р) и др.) | Промежуточная аттестация (экзамен, зачет) |
| ОК.3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности | з1. Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности              | Анализ средств BTL Основы кампаний в местах сбыта товара Средства BTL-продвижения Типологии и структура PR-кампаний, использующих схемы мерчендайзинга и специфику мест сбыта товара | Контрольная работа                                            | Зачет, вопросы.1-6..                      |
| ОК.3                                                                                           | у1. Уметь использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности | Анализ средств BTL Типологии и структура PR-кампаний, использующих схемы мерчендайзинга и специфику мест сбыта товара                                                                | Контрольная работа                                            | Зачет, вопросы... 1-6                     |

## 2. Методика оценки этапов формирования компетенций в рамках дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в 9 семестре - в форме дифференцированного зачета, который направлен на оценку сформированности компетенций ОК.3.

Зачет проводится в устной форме, по билетам

Кроме того, сформированность компетенции проверяется при проведении мероприятий текущего контроля, указанных в таблице раздела 1.

Общие правила выставления оценки по дисциплине определяются балльно-рейтинговой системой, приведенной в рабочей программе учебной дисциплины.

На основании приведенных далее критериев можно сделать общий вывод о сформированности компетенции ОК.3, за которые отвечает дисциплина, на разных уровнях.

### Общая характеристика уровней освоения компетенций.

**Ниже порогового.** Уровень выполнения работ не отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, пробелы могут носить существенный характер, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы не достаточно, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнены или выполнены с существенными ошибками.

**Пороговый.** Уровень выполнения работ отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

**Базовый.** Уровень выполнения работ отвечает всем основным требованиям, теоретическое

содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

**Продвинутый.** Уровень выполнения работ отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Новосибирский государственный технический университет»  
Кафедра социологии и массовых коммуникаций

## Паспорт зачета

по дисциплине «Мерчендайзинг», 9 семестр

### 1. Методика оценки

Зачет проводится в устной форме, по билетам. Билет формируется по следующему правилу: первый вопрос выбирается из диапазона вопросов 1-10, второй вопрос из диапазона вопросов 11-20 (список вопросов приведен ниже), в качестве 3 задания студенту предлагается задача – определение типа выкладки товара по заданной схеме. В ходе экзамена преподаватель вправе задавать студенту дополнительные вопросы из общего перечня (п. 4).

### Форма билета для зачета

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Факультет ФГО

Билет № \_\_\_\_\_

к зачету по дисциплине «Мерчендайзинг»

---

Вопрос 1 Средства BTL-продвижения

Вопрос 2. Технология мерчендайзинга

Задача. Определить тип выкладки товара по схеме (схема задается преподавателем)

Утверждаю: зав. кафедрой \_\_\_\_\_ должность, ФИО

(подпись)

(дата)

### 2. Критерии оценки

- Ответ на билет для зачета считается **неудовлетворительным**, если студент при ответе на вопросы не дает определений основных понятий, не способен показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает принципиальные ошибки, оценка составляет < 10 баллов.
- Ответ на билет (тест) для зачета засчитывается на **пороговом** уровне, если студент при ответе на вопросы дает определение основных понятий, может показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает не принципиальные ошибки, оценка составляет 10-15 баллов.
- Ответ на билет (тест) для зачета билет засчитывается на **базовом** уровне, если студент

при ответе на вопросы формулирует основные понятия, законы, дает характеристику процессов, явлений, проводит анализ причин, условий, может представить качественные характеристики процессов, не допускает ошибок при решении задачи, оценка составляет *16-18 баллов*.

- Ответ на билет (тест) для зачета билет засчитывается на **продвинутом** уровне, если студент при ответе на вопросы проводит сравнительный анализ подходов, проводит комплексный анализ, выявляет проблемы, предлагает механизмы решения, способен представить количественные характеристики определенных процессов, приводит конкретные примеры из практики, не допускает ошибок и способен обосновать выбор метода решения задачи, оценка составляет *19-20 баллов*.

### **3. Шкала оценки**

Зачет считается сданным, если сумма баллов по всем заданиям билета оставляет не менее 10 баллов (из 20 возможных).

В общей оценке по дисциплине баллы за зачет учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

#### **4. Вопросы к зачету по дисциплине «Мерчендайзинг»**

1. Анализ средств BTL
2. Основы кампаний в местах сбыта товара
3. Средства BTL-продвижения
4. Выкладка товара: типы и виды
5. Схемы мерчендайзинга
6. Специфика мест сбыта товара
7. Эволюция мерчендайзинга
8. Возникновение мерчендайзинга
9. Технология мерчендайзинга
10. Эффективный мерчендайзинг
11. Торговые точки
12. Поведенческие особенности покупателя.
13. Мерчендайзинг. Секреты и принципы.
14. Функциональные зоны продажи
15. Размещение товаров-новинок
16. Мерчендайзинг товаров продовольственной группы
17. Мерчендайзинг товаров непродовольственной группы
18. Мерчендайзинг — формирование импульса покупки
19. Основные инструменты мерчендайзинга
20. Планировка торгового зала в магазине

**Пример схемы выкладки товара**, задаваемые в качестве задачи в билете на зачет

