

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета технологии и това-
роведения
Королькова Н.В.



« 30 » августа 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б1.В.ДВ.12.01 «Мерчендайзинг»

для направления

38.03.07 «Товароведение» профиль: «Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров»

Программа подготовки: прикладной бакалавриат

квалификация (степень) выпускника бакалавр

Факультет Технологии и товароведения

Кафедра Товароведения и экспертизы товаров

Преподаватели (*подготовившие рабочую программу*):

Д.т.н., профессор

Дерканосова Н.М.

Старший преподаватель кафедры

Маслова Г.М.

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министра образования и науки Российской Федерации от 04 декабря 2015 года №1429 и зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 31 декабря 2015 г, регистрационный номер №40502.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры товароведения и экспертизы товаров (протокол №1 от 30 августа 2017 года).

Заведующий кафедрой  _____ Дерканосова Н.М.

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической комиссией факультета технологии и товароведения (протокол №1 от 30 августа 2017 года).

Председатель методической комиссии  _____ А.А. Колобаева

1. Предмет. Цели и задачи дисциплины, её место в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.12.01 «Мерчендайзинг» относится к курсам по выбору вариативной части блока 1.

Актуальность изучения дисциплины Б1.В.ДВ.12.01 «Мерчендайзинг» для студентов направления 38.03.07 «Товароведение» профиль: «Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров» обусловлена необходимостью формирования профессиональных знаний в сфере торговли.

Предметом мерчендайзинга выступает управление продажами и поведением покупателей в магазине. Программа дисциплины содержит теоретические знания о принципах и стандартах мерчендайзинга в деятельности торговых предприятий; способствует приобретению навыков и умений работы с товарными группами, марками и категориями в сфере розничной торговли, а также навыков учета поставок и расчета товарных запасов в ассортиментном разрезе в опте.

Целью дисциплины является усвоение теоретических знаний, приобретение практических умений и навыков организации торгового обслуживания на принципах мерчендайзинга для увеличения объема продаж.

Задачами курса являются:

- изучение понятийного аппарата, ознакомление с предметом, объектами и субъектами в области организации торгового обслуживания на принципах мерчендайзинга;
- изучение требований к службам мерчендайзинга и должностных обязанностей мерчендайзера;
- изучение стандартов мерчендайзинга,
- освоение практических умений и навыков планировки торгового зала, выкладки товаров, создания деловой атмосферы продаж, использования рекламы, POS- материалов и других методов стимулирования сбыта.

Значимость дисциплины в учебном процессе и структуре образовательной программы - усвоение теоретических знаний и приобретение практических умений и навыков планировки торгового зала, выкладки товаров, создания деловой атмосферы продаж, использования рекламы, POS- материалов и других методов стимулирования сбыта.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины Б1.В.ДВ.12.01 «Мерчендайзинг» студент должен:

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ПК-7	умение анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента	Знать: - спрос и торговый ассортимент продовольственных товаров. Уметь: - проводить выкладку товаров в торговом зале магазина; - анализировать спрос и рассчитывать структуру ассортимента продовольственных товаров по различным критериям. Иметь навыки и/ или опыт деятельности: - проведения расчетов эффективности мероприятий по улучшению спроса и ассортимента продовольственных товаров в торговом предприятии любой формы.
ПК-14	способность осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и	Знать: - требования к упаковке и маркировке, правила и сроки хранения, транспортирования и реализации товаров; - правила выкладки товаров в местах продажи

	<p>маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчендайзинга, принятым на предприятии, разрабатывать предложения по предупреждению и сокращению товарных потерь</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильно осуществлять выкладку товаров в местах продажи; - разрабатывать предложения по предупреждению и сокращению товарных потерь <p>Иметь навыки и /или опыт деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать маркировку и упаковку продовольственных товаров на соответствие требованиям нормативных документов; - оценки эффективности мерчендайзинга, в том числе ATL- и BTL-рекламы;-разрабатывать мероприятия по управлению ассортиментом
--	--	---

3. Объём дисциплины и виды учебной работы

Виды работ	Очная форма обучения		Заочная форма обучения всего часов
	всего зач.ед./ часов	объём часов	
			7 семестр
Общая трудоёмкость дисциплины	2 / 72	72	72
Общая контактная работа*	26,65	26,65	6,65
Общая самостоятельная работа (по учебному плану)	45,35	45,35	65,35
Контактная работа** при проведении учебных занятий, в т.ч.	26,5	26,5	6,5
лекции	14	14	2
практические занятия	12	12	4
лабораторные работы			
групповые консультации	0,5	0,5	0,5
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий ***	36,5	36,5	56,5
Контактная работа текущего контроля, в т.ч.			
защита контрольной работы			
защита расчетно-графической работы			
Самостоятельная работа текущего контроля, в т.ч.			
выполнение контрольной работы			
Выполнение расчетно-графической работы			
Контактная работа промежуточной аттестации обучающихся (КТР), в т.ч.	0,15	0,15	0,15
курсовая работа			

курсовой проект			
зачет	0,15	0,15	0,15
экзамен			
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч.	8,85	8,85	8,85
выполнение курсового проекта			
Выполнение курсовой работы			
подготовка к зачету	8,85	8,85	8,85
подготовка к экзамену			
Вид промежуточной аттестации (зачёт, экзамен, курсовой проект (работа))	зачет	зачет	зачет

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план).

№ п/п	Раздел дисциплины	Л	СЗ	ПЗ	ЛР	СР
очная форма обучения						
1	Мерчендайзинг в торговом бизнесе	2	-	2	-	4
2	Сенсорный мерчендайзинг	10	-	8	-	24
3	Управление и контроль мерчендайзинга	2	-	2	-	8,5
заочная форма обучения						
1	Мерчендайзинг в торговом бизнесе	0,5	-	1	-	6
2	Сенсорный мерчендайзинг	1	-	2	-	39
3	Управление и контроль мерчендайзинга	0,5	-	1	-	11,5

4.2. Содержание разделов учебной дисциплины.

1. Мерчендайзинг в торговом бизнесе

Мерчендайзинг: понятие, цели и задачи на современном этапе рыночных отношений. Научные принципы мерчендайзинга. Стандарты мерчендайзинга. Теория поведения потребителей: мотивация, психология. Основные направления использования мерчендайзинга: выбор месторасположения торговой точки, визуальный и звуковой мерчендайзинг, товарный мерчендайзинг. Значение мерчендайзинга в розничной и оптовой торговле. Методы мерчендайзинга в деятельности участников канала распределения.

Факторы мотивации покупки. Теории мотивации потребностей. Биогенные и социогенные, сознательные и бессознательные мотивы в покупательском поведении. Использование психографических характеристик покупателей в сегментации целевого рынка.

Психологические факторы формирования теоретических основ мерчендайзинга: Теория рефлексов в формировании принципов мерчендайзинга. Рефлексы: классификация, характеристика. Использование условных и безусловных рефлексов в работе мерчендайзера по созданию индифферентных раздражителей. Методы регулирования качественных и количественных составляющих раздражителей.

Управление поведением посетителей магазина на основе восприятия и ощущений. Познавательные ресурсы: понятие, основные составляющие. Процесс распределения познавательной способности: внимания, восприятия, ощущений. Внимание: понятие, виды, субъекты и объекты. Использование направленности, сосредоточенности, концентрации, объема и устойчивости внимания посетителя магазина при размещении товаров в пространстве торгового зала. Восприятие как наиболее значимый фактор формирования бла-

госклонного поведения покупателя при принятии решения о покупке. Иллюзии восприятия. Создание иллюзорных эффектов. Фон и порядок размещения товаров. Теория Л. Ярбус. Знания и компетентность покупателя как факторы, влияющие на полноту восприятия. Адаптивные характеристики посетителя. Использование теории Х. Хелсона для социальной адаптации посетителя.

2. Сенсорный мерчендайзинг

Сенсорный Мерчендайзинг: понятие, составляющие элементы. Характеристика визуальных, звуковых, обонятельных и осязательных аспектов.

Планировка торгового зала. Использование пространства торгового зала. Элементы целостного образа в интерьере магазина. Принципы распределения торгового зала на зоны. Приоритетные места в торговом зале. Расположение товарных групп. Использование правила «Золотого треугольника» в процессе планирования расположения отделов. Характеристика типов планировки, их достоинства и недостатки, основные направления использования. Плотность расстановки оборудования.

Точки продаж: понятие, расположение. Ассортимент в основных и дополнительных точках продаж. Замедление движения покупателей.

Принципы эффективности коммерческого представления товара, марки, категории, линейки.

Создание атмосферы магазина и микроклимата продаж. Особенности внешней среды и физические аспекты места. Социальный фон. Цель посещения магазина и предрасположенность индивидуума. Дизайн магазина. Принципы эффективности комплексного представления товаров в торговом зале. Временные аспекты акта совершения покупки. Опыт ощущений покупателя.

Факторы оптимальной эффективности атмосферы магазина и микроклимата продаж.

Товарная выкладка: понятие, виды и их характеристика. Критерии выкладки по горизонтали и вертикали, по уровню, размеру упаковки, по отношению к товару – конкуренту. Доступность, товарное соседство и дублирование в выкладке. Основные принципы и правила коммерческого показа разных групп товаров. Эффективность выкладки.

Методы мерчендайзинга в продвижении товаров. Выдвижение товара из выкладки: обоснование, цели, виды выдвижения. Продвижение товаров: понятие, цели, методы, организация. ATL- и VTL-реклама в розничной торговле. Методы стимулирования сбыта. Использование POS-материалов.

3. Управление и контроль мерчендайзинга

Управление товарным ассортиментом. Цели управления товарным ассортиментом. Управление запасами и прогнозирование продаж. Планирование ассортимента. Поддержание и коррекция товарного ассортимента в разных типах розничных торговых предприятиях. ABC-метод в управлении ассортиментом. Управление марками, товарными категориями и линейками.

Показатели эффективности мерчендайзинга. Валовый, отсроченный и финансовый доход от улучшения показателей продаж товаров. Анализ рентабельности продаж (общей, по товарным категориям, маркам, др.). рентабельность выкладки, товарных запасов, марочного представления товара.

Перспективы развития мерчендайзинга: концепции, структура, инструменты, приемы, информационное обеспечение.

4.3. Перечень тем лекций.

№ п/п	Тема лекции	Объём, ч	
		форма обучения	
		очная	заочная
Раздел 1. Мерчендайзинг в торговом бизнесе			
1	Мерчендайзинг в торговом бизнесе	2	0,5

Итого по разделу 1		2	0,5
Раздел 2. Сенсорный мерчендайзинг			
2	Психологические факторы формирования теоретических основ мерчендайзинга	2	-
3	Управление поведением посетителей магазина на основе восприятия и ощущений	1	-
4	Планировка торгового зала	2	0,5
5	Создание атмосферы магазина и микроклимата продаж	2	0,5
6	Товарная выкладка	2	-
7	Методы мерчендайзинга в продвижении товаров	1	-
Итого по разделу 2		10	1
Раздел 3. Управление и контроль мерчендайзинга			
8	Управление товарным ассортиментом	1	0,5
9	Эффективность мерчендайзинга	1	-
Итого по разделу 3		2	0,5
Всего		14	2

4.4. Перечень тем практических занятий (семинаров).

№ п/п	Тема практического занятия	Объём, ч	
		форма обучения	
		очная	заочная
Раздел 1. Мерчендайзинг в торговом бизнесе			
1	Сущность и значение мерчендайзинга в торговом бизнесе	2	1
Итого по разделу 1		2	1
Раздел 2. Сенсорный мерчендайзинг			
2	Использование психологических факторов в работе мерчендайзера	1	-
3	Изучение факторов бизнес успеха розничного торгового предприятия с позиций мерчендайзинга. Навыки и личностные характеристики мерчендайзера	1	-
4	Изучение планировки торгового зала	2	1
5	Анализ и управление атмосферой магазина	2	1
6	Изучение правил и принципов торговой выкладки	2	-
Итого по разделу 2		8	2
Раздел 3. Управление и контроль мерчендайзинга			
7	Изучение эффективности рекламы, методов стимулирования сбыта и POS-материалов	1	1
8	Анализ эффективности управления товарным ассортиментом	1	-
Итого по разделу 3		2	1
Всего		12	4

4.5. Перечень тем лабораторных работ - Не предусмотрены

4.6. Виды самостоятельной работы студентов и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся.

4.6.1. Подготовка к аудиторным занятиям

Перечень методических рекомендаций студентам по закреплению и углублению полученных на аудиторных занятиях знаний и навыков, подготовке к предстоящим занятиям:

1. Сравнительный анализ сведений по изучаемой теме, полученных из различных источников.
2. Устный пересказ изученного материала.
3. Выполнение домашнего задания.
4. Взаимоконтроль и взаимопроверка знаний студентов.
5. Применение полученных знаний при анализе практических ситуаций.
6. Подбор материалов периодической печати по изучаемой теме.

Для подготовки к конкретным темам занятий студентам могут быть даны иные рекомендации.

4.6.2. Перечень тем курсовых работ (проектов) - не предусмотрены

4.6.3. Перечень тем рефератов, расчетно-графических работ.

№ п/п	Тема реферата
1	Принципы и стандарты мерчендайзинга.
2	Использование теории мотивации потребностей в практике мерчендайзинга
3	Теоретические основы управления поведением посетителей магазина
4	Принципы, правила и критерии выкладки
5	Сенсорный мерчендайзинг в ритейле
6	ATL- реклама в розничной торговле. Методы стимулирования сбыта. Использова-
7	BTL-реклама в розничной торговле
8	Методы стимулирования сбыта в розничной торговле
9	Методы стимулирования сбыта в оптовой торговле
10	POS-материалы в ритейле
11	ABC-метод в управлении ассортиментом
12	Концепция развития мерчендайзинга

4.6.4. Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся.

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч	
			очная	заочная
Раздел 1. Мерчендайзинг в торговом бизнесе				
1	Сравнительная характеристика основных направлений, принципов и методов мерчендайзинга в России и за рубежом (1. С. 6-22; 2. С. 5-32)	1. Алексина С.Б. Мерчендайзинг [электронный ресурс] : Учебное пособие / Алексина, Иванов .— Москва ; Москва : Издательский Дом "ФОРУМ" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014 .— 152 с. — ISBN 978-5-8199-0580-7 .— <URL:http://znanium.com/go.php?id=443903>	4	6

Итого по разделу 1		4	6	
Раздел 2. Сенсорный мерчендайзинг				
2	Теория поведения потребителей и ее применение в практике ритейла (1. С. 23-67)	2. Давыдкина И.Б. Мерчендайзинг : Учебно-практическое пособие .— 1 .— Москва : ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2017 .— 162 с. — <URL:http://znanium.com/go.php?i d=899750>	4	6
3	Принципы и методы управления поведением покупателей и клиентов в торговом бизнесе (1. С. 23-67)		4	6
4	Современные форматы и планировки розничных торговых предприятий (1. С. 68-122)		4	7
5	Принципы и методы формирования деловой атмосферы продаж по видам и типам торговых предприятий (1. С. 123-146)	3. Парамонова Т.Н. Маркетинг торгового предприятия [электронный ресурс] / Парамонова .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018 .— 284 с. — ISBN 978-5-394-02068-1 .— <URL:http://znanium.com/go.php?i d=415048>	4	6
6	Правила выкладки по форматам ритейла (1. С. 68-122)		4	7
7	Разработка, организация и контроль ATL- и BTL- мероприятий (1. С. 68-122)		4	7
Итого по разделу 2		24	39	
Раздел 3. Управление и контроль мерчендайзинга				
8	Мерчендайзинг в категорийном менеджменте (2. С. 99-104)	4. Мерчендайзинг / методические указания по выполнению практических занятий для обучающихся по направлению 38.03.07 «Товароведение» / Маслова Г.М., Дерканосова Н.М., Каширина Н.А., Воронеж, ВГАУ, 2019 г, 57 с	4	5,5
9	Методы оценки эффективности мероприятий мерчендайзинга (2. С. 99-104)	5. Мерчендайзинг / методические указания для самостоятельной работы для обучающихся по направлению 38.03.07 «Товароведение» / Маслова Г.М., Дерканосова Н.М., Каширина Н.А., Воронеж, ВГАУ, 2019 г, 9 с	4,5	6
Итого по разделу 3		8,5	11,5	
Всего		36,5	56,5	

4.6.5. Другие виды самостоятельной работы студентов.

В рамках самостоятельной работы студентов предусмотрен сбор, анализ и подготовка материала к выполнению практических работ

4.7 Перечень тем и видов занятий, проводимых в интерактивной форме

№ п/п	Форма занятия	Тема занятия	Интерактивный метод	Объем, ч
1	Практическое	Использование психологиче-	Мозговой штурм	1

		ских факторов в работе мерчендайзера		
2	Практическое	Изучение факторов бизнес успеха розничного торгового предприятия с позиций мерчендайзинга. Навыки и личностные характеристики мерчендайзера	Мозговой штурм	1
3	Практическое	Изучение планировки торгового зала	Анализ конкретных ситуаций	2
4	Практическое	Анализ и управление атмосферой магазина	Анализ конкретных ситуаций	2
5	Практическое	Изучение правил и принципов торговой выкладки	Анализ конкретных ситуаций	2
6	Практическое	Изучение эффективности рекламы, методов стимулирования сбыта и POS-материалов	Анализ конкретных ситуаций	1
7	Практическое	Анализ эффективности управления товарным ассортиментом	Мозговой штурм	1

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Полное описание фонда оценочных средств текущей и промежуточной аттестации обучающихся с перечнем компетенций, описанием показателей и критериев оценивания компетенций, шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы представлены в фонде оценочных средств по данной дисциплине (в виде отдельного документа).

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

6.1. Рекомендуемая литература.

6.1.1. Основная литература.

№ п/п	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Кол-во экз. в библиотеке.
1.	Алексина С.Б. Мерчендайзинг [электронный ресурс] : Учебное пособие / Алексина, Иванов .— Москва ; Москва : Издательский Дом "ФОРУМ" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014 .— 152 с. — ISBN 978-5-8199-0580-7 .— <URL:http://znanium.com/go.php?id=443903>	Электронный ресурс
2.	Давыдкина И.Б. Мерчендайзинг : Учебно-практическое пособие .— 1 .— Москва : ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2017 .— 162 с. — <URL:http://znanium.com/go.php?id=899750>	Электронный ресурс
3.	Парамонова Т.Н. Маркетинг торгового предприятия [электронный ресурс] / Парамонова .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018 .— 284 с. — ISBN 978-5-394-02068-1 .— <URL:http://znanium.com/go.php?id=415048>	Электронный ресурс
4	Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент [электронный ресурс] / Дробышева .— 2 .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017 .— 152 с. — ISBN 978-5-394-01523-6 .— <URL:http://znanium.com/go.php?id=415015>	Электронный ресурс

6.1.2. Дополнительная литература.

№ п/п	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Кол-во экз. в библиотеке.
1.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [электронный ресурс] : Учеб. пособие / Нагапетьянц .— Москва : Вузовский учебник, 2010 .— 272 с. — ISBN 978-5-9558-0030-1 .— <URL:http://znanium.com/go.php?id=124825>	Электронный ресурс
2.	Васильев Г.А. Маркетинг розничного торгового предприятия [электронный ресурс] : Учебное пособие / Васильев, Поляков, Романов .— Москва : Вузовский учебник, 2012 .— 159 с. — ISBN 978-5-9558-0152-0 .— <URL:http://znanium.com/go.php?id=201902>	Электронный ресурс
3.	Парамонова Т.Н. Мерчандайзинг : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 "Маркетинг" / Т. Н. Парамонова, И. А. Рамазанов .— Изд. 3-е, стер. — М. : КноРус, 2007 .— 143 с. — Библиогр.: с. 141-143 .— ISBN 5-85971-731-8.	5

6.1.3. Методические издания.

№ п/п	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Кол-во экз. в библиотеке.
1.	Мерчандайзинг / методические указания по выполнению практических занятий для обучающихся по направлению 38.03.07 «Товароведение» / Маслова Г.М., Дерканосова Н.М., Каширина Н.А., Воронеж, ВГАУ, 2019 г, 57 с	Электронный ресурс
2	Мерчандайзинг / методические указания для самостоятельной работы для обучающихся по направлению 38.03.07 «Товароведение» / Маслова Г.М., Дерканосова Н.М., Каширина Н.А., Воронеж, ВГАУ, 2019 г, 9 с	Электронный ресурс

6.1.4. Периодические издания.

№ п/п	Перечень периодических изданий
1.	Вестник Воронежского государственного аграрного университета: теоретический и научно-практический журнал / Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГАУ, 1998-
2.	Рекламный мир
3.	Индустрия рекламы
4.	Маркетинг
5.	Маркетинг в России и за рубежом
6	Маркетинг и маркетинговые исследования
7	Товаровед продовольственных товаров
8	Пищевая промышленность

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины.

Перечень документов, подтверждающих наличие/право использования цифровых (электронных) библиотек, ЭБС

Учебный год	№ п/п	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия
2017/2018	1.	Контракт №633/ДУ от 04.07.2017 (ЭБС «ЛАНЬ»)	08.08.2017 – 08.08.2018
	2.	Контракт №1305/ДУ от 29.12.2016 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	09.01.2017 – 31.12.2017

	3.	Контракт №240/ДУ от 19.02.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	09.01.2018 – 31.12.2018
	4.	Контракт №587/ДУ от 20.06.2017 («Национальный цифровой ресурс «Руконт»)	20.06.2017 – 20.06.2018
	5.	Контракт №1281/ДУ от 12.12.2017 (ЭБС E-library)	12.12.2017 – 11.12.2018
	6.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017 (Национальная электронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 -28.03.2022
	7.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ №33 от 19.01.2016	Бессрочно
2018/2019	1.	Контракт №784/ДУ от 24.09.2018 (ЭБС «ЛАНЬ»)	24.09.2018 – 24.09.2019
	2.	Контракт №240/ДУ от 19.02.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	09.01.2018 – 31.12.2018
	3.	Контракт №1184/ДУ от 28.12.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2019 – 31.12.2019
	4.	Лицензионный контракт №4319/18 627/ДУ от 25.07.2018 (ЭБС IPRbooks)	25.07.2018 – 25.01.2019
	5.	Лицензионный контракт №1172/ДУ от 24.12.2018 (ЭБС IPRbooks)	25.01.2019 – 31.07.2019
	6.	Контракт № 1281/ДУ от 12.12.2017 (ЭБС E-library)	12.12.2017 – 11.12.2018
	7.	Контракт №919/ДУ от 22.10.2018 (ЭБС E-library)	22.10.2018 – 21.10.2019
	8.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017, Национальная электронная библиотека (НЭБ)	28.03.2017 -28.03.2022
	9.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ №33 от 19.01.2016	Бессрочно
2019/2020	1.	Контракт №488/ДУ от 16.07.2019 (ЭБС «ЛАНЬ»)	24.09.2019 – 24.09.2020
	2.	Контракт №4204 ЭБС/959/ДУ от 24.12.2019 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2020-31.12.2020
	3.	Контракт №1184/ДУ от 28.12.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2019 – 31.12.2019
	4.	Договор на безвозмездное использование произведений в ЭБС ЮРАЙТ №7-ИУ от 11.06.2019	01.08.2019 – 30.07.2020
	5.	Контракт №487/ДУ от 16.07.2019 (ЭБС IPRbooks)	01.08.2019 - 31.07.2020
	6.	Контракт №919/ДУ от 22.10.2018 (ЭБС E-library)	22.10.2018 – 21.10.2019
	7.	Контракт №878/ДУ от 28.11.2019 (ЭБС E-library)	28.11.2019-27.11.2020
	8.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017 (Национальная электронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 -28.03.2022
	9.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ №33 от 19.01.2016	Бессрочно
2020/2021	1.	Контракт №503-ДУ от 14.09.2020 (ЭБС «ЛАНЬ»)	14.09.2020 – 13.09.2021
	2.	Контракт №4204эбс-959-ДУ от 24.12.2019 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2020 – 31.12.2020
	3.	Контракт №392 от 03.07.2020 (ЭБС ЮРАЙТ – (ВО))	01.08.2020 – 31.07.2021
	4.	Контракт №426-ДУ от 27.07.2020 ЭБС (ЭБС IPRbooks)	01.08.2020 – 31.07.2021
	5.	Контракт №878/ДУ от 28.11.2019 (ЭБС E-library)	28.11.2019-27.11.2020
	6.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017 (Национальная электронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 -28.03.2022
	7.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ №33 от 19.01.2016	Бессрочно

6.3. Средства обеспечения освоения дисциплины (*).

6.3.1. Компьютерные обучающие и контролирующие программы.

№	Название	Размещение
1	Операционные системы MS Windows / Linux (ALT Linux)	ПК в локальной сети ВГАУ
2	Пакеты офисных приложений Office MS Windows / OpenOffice / LibreOffice	ПК в локальной сети ВГАУ
3	Программы для просмотра файлов Adobe Reader / DjVu Reader	ПК в локальной сети ВГАУ
4	Браузеры Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer	ПК в локальной сети ВГАУ
5	Антивирусная программа DrWeb ES	ПК в локальной сети ВГАУ
6	Программа-архиватор 7-Zip	ПК в локальной сети ВГАУ
7	Мультимедиа проигрыватель MediaPlayer Classic	ПК в локальной сети ВГАУ
8	Платформа онлайн-обучения eLearning server	ПК в локальной сети ВГАУ
9	Система компьютерного тестирования AST Test	ПК в локальной сети ВГАУ

6.3.2 Профессиональные базы данных и информационные системы

№	Название	Размещение
1	Единая межведомственная информационно-статистическая система	https://fedstat.ru/
2	База данных показателей муниципальных образований	http://www.gks.ru/free_doc/new_site/bd_munst/munst.htm
3	База данных ФАОСТАТ	http://www.fao.org/faostat/ru/
4	Портал открытых данных РФ	https://data.gov.ru/
5	Портал государственных услуг	https://www.gosuslugi.ru/
6	Единая информационная система в сфере закупок	http://zakupki.gov.ru
7	Электронный сервис "Прозрачный бизнес"	https://pb.nalog.ru
8	ГАС РФ "Правосудие"	https://sudrf.ru/
9	Справочная правовая система Гарант	http://ivo.garant.ru
10	Справочная правовая система Консультант Плюс	http://www.consultant.ru/
11	Профессиональные справочные системы «Кодекс»	https://техэксперт.сайт/sistema-kodeks
12	Росреестр: Публичная кадастровая карта	https://pkk5.rosreestr.ru/
13	Федеральная государственная система территориального планирования	https://fgistp.economy.gov.ru/
14	СТРОЙКонсультант	http://www.stroykonsultant.ru/

15	Аграрная российская информационная система	http://www.aris.ru/
16	Информационная система по сельскохозяйственным наукам и технологиям	http://agris.fao.org/

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

Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, презентационное оборудование, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (практических занятий), для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1
Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций: комплект мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, презентационное оборудование, интерактивная доска, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.168
Помещение для самостоятельной работы: комплект учебной мебели, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интер-	394087, Воронежская область, г. Воронеж,

нет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server	ул. Мичурина, 1, а.232а
Помещение для самостоятельной работы: комплект учебной мебели, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а. 115, 116, 119,116 (с16 до 20)
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: мебель для хранения учебного оборудования, специализированное оборудование для ремонта компьютеров	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.117,118

8. Междисциплинарные связи

Протокол

согласования рабочей программы с другими дисциплинами

Наименование дисциплины, с которой проводилось согласование	Кафедра, с которой проводилось согласование	Предложения об изменениях в рабочей программе. Заключение об итогах согласования
Товарный менеджмент	Товароведения и экспертизы товаров	нет согласовано
Конкурентоспособность продовольственных товаров	Товароведения и экспертизы товаров	нет согласовано
Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг	Товароведения и экспертизы товаров	нет согласовано
Товароведно-экономическая экспертиза рынков	Товароведения и экспертизы товаров	нет согласовано
Рынок продовольственных товаров	Товароведения и экспертизы товаров	нет согласовано

Приложение 1
Лист изменений рабочей программы

Номер изменения	Номер протокола заседания кафедры и дата	Страницы с изменениями	Перечень откорректированных пунктов	ФИО зав. кафедрой, подпись
1	Протокол №2 от 21.10.2019 г	Стр. 11 и 12	п.6.1.3	Дерканосова Н.М., зав. кафедрой товароведения и экспертизы товаров 

Приложение 2

Лист периодических проверок рабочей программы

Должностное лицо, проводившее проверку: Ф.И.О., должность, подпись	Дата	Потребность в корректировке	Перечень пунктов, стр., разделов, требующих изменений
Дерканосова Н.М., зав. кафедрой товароведения и экспертизы товаров 	30.08.2017	Нет Рабочая программа актуализирована для 2017-2018 учебного года	нет
Дерканосова Н.М., зав. кафедрой товароведения и экспертизы товаров 	06.06.2018	Нет Рабочая программа актуализирована для 2018-2019 учебного года	нет
Дерканосова Н.М., зав. кафедрой товароведения и экспертизы товаров 	10.06.2019	Нет Рабочая программа актуализирована для 2019-2020 учебного года	нет
Дерканосова Н.М., зав. кафедрой товароведения и экспертизы товаров 	10.06.2020	Нет Рабочая программа актуализирована для 2020-2021 учебного года	нет
Дерканосова Н.М., зав. кафедрой товароведения и экспертизы товаров 	12.05.2021	Нет Рабочая программа актуализирована для 2021-2022 учебного года	нет
Колобаева А.А., председатель методической комиссии ФТТ 	21.06.2022, протокол №10	Нет Рабочая программа актуализирована для 2022-2023 учебного года	нет