МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

 РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Забайкальский государственный университет»

(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет естественных наук математики и технологий (ФЕНМиТ)

Кафедра теории и методики профессионального образования сервиса и технологий (ТМПОСиТ)

УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

для студентов заочной формы обучения

(с полным сроком обучения)

по дисциплине «ВИЗУАЛЬНЫЕ ИДЕНТИФИКАТОРЫ В ИНДУСТРИИ МОДЫ И КРАСОТЫ»

наименование дисциплины (модуля)

для направления подготовки (специальности)

43.03.01 СЕРВИС

код и наименование направления подготовки (специальности)

Направленность ОП: Сервис в индустрии моды и красоты

Общая трудоёмкость дисциплины – 2 зачётных единицы.

Форма текущего контроля в семестре –

Курсовая работа – нет.

Форма промежуточного контроля – зачет (4 сем.).

**Содержание дисциплины**

1. Основы мерчандайзинга
2. Психология покупателя.
3. Реклама в месте продаж и стимулирование сбыта
4. Обслуживание в розничной торговле.
5. Атмосфера магазина: звуковые и визуальные компоненты
6. Мерчендайзинг в розничной торговли: планировка торгового зала и создание микроклимата продаж.
7. Выкладка товаров, основные принципы и правила коммерческого показа то

**Организация самостоятельной работы**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Модуль | Номер раздела | Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение\* | Виды самостоятельной работы\*\* |
| *3 семестр* |
| 1 | 1 | * Виды покупок.
* Факторы, влияющие на совершение покупки.
* Законы зрительного восприятия товара
 | работа с электронными образовательными ресурсами, обработка и анализ полученных данных, подготовка электронных презентаций, создание структурно-логических схем |
| 2 | 2 | * Правила коммерческого показа товара.
* Оформление входной зоны магазина.
* Мерчандайзинг прикассовой зоны
 | работа с электронными образовательными ресурсами, обработка и анализ полученных данных, подготовка электронных презентаций, создание структурно-логических схем |
| 3 | 3 | * Дизайн магазина.
* Визуальные компоненты и особенность их влияния на покупателей.
* Методы музыкального и обонятельного оформления магазина
 | работа с электронными образовательными ресурсами, обработка и анализ полученных данных, подготовка электронных презентаций, создание структурно-логических схем |
| 4 | 4 | * Понятие рекламы. Задачи средств РОS.
* Наружное оформление магазина.
* Важность знания принципов показа товаров в витрине.
 | работа с электронными образовательными ресурсами, обработка и анализ полученных данных, подготовка электронных презентаций, создание структурно-логических схем |

\*Не менее 50 % учебного материала выносится на самостоятельное изучение

\*\*Виды самостоятельной работы студентов представлены в таблице 1.

**Фонды оценочных средств**

***Вопросы к зачету***

1. Основные понятия мерчандайзинга

2. Задачи мерчандайзинга

3. Управление продажей/сбытом

4. Виды покупок

5. Факторы, влияющие на совершение покупки

6. Особенности планировки торгового зала

7. Типы компоновки торгового оборудования

8. Тип планировки торгового зала

9. Способы эффективного представления товара покупателям

10.Построение потока покупателей

11.Основы выкладки товара

12.Принципы выкладки товара

13.Эффективность выкладки товара

14.Правила коммерческого показа товара

15. Методология торгового обслуживания в разных типах предприятий розничной торговли

16. Особенности франчайзинга в розничной торговле

17. Формы франчайзинга

18. Типы участников, объединенных во франшизную систему

19. Особенности организации атмосферы магазина

20. Дизайн магазина

21. Визуальные компоненты

22. Музыка и запахи

23. Понятие рекламы

24. Задача средств POS

25. Наружное оформление магазина

26. Важность знания принципов показа товаров в витрине

27. Основные принципы организации рекламного показа товаров в вит- ринах магазина.

28. Группы POS-материалов

29. Стимулирование сбыта

***Контрольные вопросы и задания для контроля самостоятельной работы***

1. Теория человеческих потребностей, их применение в маркетинге.

2. Эволюция мерчандайзинга в России и за рубежом.

3. Мерчандайзинг алкогольных напитков.

4. Мерчандайзинг в магазинах одежды.

5. Мерчандайзинг в торговых сетях.

6. Расчет и оценка эффективности мероприятий по мерчандайзингу.

7. Организация работы отдела мерчандайзинга у производителя, поставщика: структура, основные функции.

8. Обязанности и функции мерчандайзеров.

9. Товарный ассортимент: подходы к разработке.

10. Системы сбыта и реализации товаров.

11. Методики анализа ассортимента.

12. Войны в торговых залах.

13. Мерчандайзинг: цели и задачи производителя и продавца.

14. Динамика и тенденции развития розницы в России. Основные форматы: супермаркеты, гипермаркеты, дискаунтеры, магазины у дома.

15. BTL в торговом зале.

16. P.O.P. или P.O.S.-материалы

**Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

**Основная литература**

1. Горчакова В. Г. Психология создания персонального бренда : учеб. пособие / Горчакова Валентина Григорьевна. - Москва : Дело и сервис, 2010. - 335 с. (5 шт.)

**Дополнительная литература**

1. Грин М. Менеджмент салона красоты: как создать и сделать успешным бизнес в салоне красоты / Грин Мартин ; пер. с англ. Е. Моисеевой. - Москва : РИПОЛ КЛАССИК, 2003. - 192 с. (1 шт.)
2. Студничка А. Принципы прекрасного: отличительные особенности и сущность изящной формы / Студничка Алоиз. - 2-е изд. - Москва : URSS, 2010. - 114 с. (8 шт.)

**Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы\***

1. [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru)
2. [www.google.ru](http://www.google.ru)

**Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для самостоятельного выполнения лабораторных работ необходимо наличие компьютера с процессором Pentium 3 (400MHz и выше), не менее 128 Мб ОЗУ и 300 Мб дискового пространства. Проектор.

Кроме того, в качестве программного обеспечения должны быть установлены:

- Microsoft PowerPoint 2007/2010

- Microsoft Access 2007/2010

- Microsoft FrontPage 2007/2010

- Microsoft Outlook 2007/2010

- Microsoft Word 2007/2010

- Microsoft Excel 2007/2010

- Microsoft Internet Explorer.

необходимо иметь доступ к глобальной сети Интернет.

Разработчик:

к.п.н., доцент каф. ТМПОСиТ Мелихова Ю.Ю.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (должность, подпись, ФИО)