

ОБРАЗОВАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

**КРАЕВОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«КРАСНОЯРСКИЙ КОЛЛЕДЖ ОТРАСЛЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

РАССМОТРЕНО

методической комиссией
протокол № 10 от 10.06.2026

УТВЕРЖДЕНО

Директор КГАПОУ «ККОТиП»
_____/Н. В. Журова/
Приказ № 01-55-1п от 29.06.2026

**ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ
СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

38.02.08 Торговое дело

на базе основного общего образования

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

ПМ 04 Выполнение работ по профессии Мерчендайзер

СОГЛАСОВАНО

Зам. директора по УР

_____/ /
«__» _____ 2026 г.

Красноярск, 2026

РАССМОТРЕНО

на педагогическом совете

протокол № _____

от «____» _____ 20__ г.

СОГЛАСОВАНО

(место работы)

(занимаемая должность)

(инициалы, фамилия)

Рабочая программа (далее – программа) профессионального модуля ПМ 04 Выполнение работ по профессии Мерчендайзер разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Минпросвещения России от 19.07.2023 № 548 по специальности среднего профессионального образования 38.02.08 Торговое дело, в соответствии с профессиональным стандартом 33.019 Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 18.10.2022 № 674н).

Организация-разработчик: краевое государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Красноярский колледж отраслевых технологий и предпринимательства».

Разработчики:

Сметанина Наталья Сергеевна, преподаватель КГБПОУ «ККОТиП»

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля	5
2. Структура и содержание профессионального модуля	7
3. Условия реализации профессионального модуля	13
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля	16

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ МДК 04.01 Продвижение товаров и услуг. Мерчендайзинг

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области Мерчендайзинг при наличии среднего общего образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Место в структуре основной профессиональной образовательной программы: входит в МДК 04.01 «Продвижение товаров и услуг. Мерчендайзинг».

1.3. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «38.02.08 Торговое дело» и приобрести соответствующие ему личностные результаты, общие компетенции и профессиональные компетенции.

Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ПК1.1	Выявлять потребность в товарах
ПК1.2	Осуществлять связи с поставщиками и потребителями продукции.
ПК1.3	Управлять товарными запасами и потоками.
ПК2.1.	Идентифицировать товары по ассортиментной принадлежности.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	знания основ маркетинга и мерчендайзинга; анализа рынка и целевой аудитории; оценки эффективности мерчендайзинговых мероприятий; планирования и организации; эффективного взаимодействия с поставщиками, клиентами и командой; проведения презентаций и переговоров; знания современных технологий и программных средств; работы с товаром; оценки и аналитики продаж;
------------------	--

	знания правил и стандартов торговли
Уметь	использовать стратегии продвижения товаров, выделять общее, определять различия в целях и задачах заинтересованных сторон, соблюдать правила мерчендайзинга; применять стратегии продвижения товара в магазине, определять влияние психологических факторов на объем продажи товаров и совершение покупок, оказывать влияние на выбор товара покупателей, определять влияние элементов атмосферы на потребителей; составлять схему размещения отделов и товарных групп на основе мерчендайзингового подхода.
Знать	понятие, задачи мерчендайзинга, цели и задачи производителя, розничного торговца, потребителя, историю, тенденции развития, основные правила мерчендайзинга; концепции продвижения товаров, виды рефлексов, познавательных ресурсов покупателей, элементы атмосферы магазина; классификацию товаров, принципы распределения торгового зала на торговые зоны адекватно познавательных ресурсов покупателей, понятие «импульсивной покупки», сущность и особенности продажи «Метода ABC».

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 303

в том числе в форме практической подготовки – 106

Из них на освоение МДК –123

практики, в том числе учебная – 72

производственная –108

Промежуточная аттестация – Экзамен

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля МДК 04.01 Технологический процесс выполнения работ по профессии «Мерчендайзер»

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, ч	в т.ч. в форме практической подготовки,	Объем профессионального модуля, ч					
				Обучение по МДК				Практики	
				Всего	В том числе				
					лабораторных и практических занятий	самостоятельная работа	промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ОК 01 – ОК 05 ОК 07, ОК 09 ПК 1.1 – ПК 1.3	Раздел 1. Основные понятия и определения мерчендайзинга	31	31	31	6				
ОК 01 – ОК 05 ОК 07, ОК 09 ПК 1.1 – ПК 1.3	Раздел 2. Мерчендайзинг в розничной торговле.	40	40	40	10				
ОК 01 – ОК 09 ПК 1.1 – ПК 1.3 ПК2.1	Раздел 3 Методы продажи товаров на основе принципов мерчендайзинга	31	31	31	16				
ОК 01 – ОК 05 ОК 07, ОК 09 ПК 1.1 – ПК 1.3	Учебная и производственная практика	180		180				72	108
	Всего:	288	106	288	32		6		

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа (проект)	Объем в часах	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Основные понятия и определения мерчендайзинга		31	ОК 01 – ОК 05 ОК 07, ОК 09 ПК 1.1 – ПК 1.3
	Содержание учебного материала	25	
	История возникновения и развития науки		
	Цели мерчендайзинга		
	Задачи мерчендайзинга		
	Возможности и ограничения		
	Требования к профессиональной компетенции		
	Основные этапы развития		
	Современность и тенденции будущего		
	Поведение потребителя как компонент технологий мерчендайзинга		
	Портрет типичного потребителя нашего времени		
	Стратегии продвижения товара		
	Методология применения мерчендайзинга в торговле		
	Социальная значимость профессии в обществе		
	Организация службы мерчендайзинга		
Требования к профессиональной компетенции мерчендайзера	6		
Эффективный выбор правил подготовки, размещения товаров и услуг			
Практические занятия:			
Портрет типичного потребителя нашего времени			
Разработка стратегии продвижения товара			
Разработка структуры службы мерчендайзинга			
Раздел 2. Мерчендайзинг в розничной торговле		40	
		30	ОК 01 – ОК 05 ОК 07, ОК 09
	Психологические факторы формирования теоретических основ Система, средства и стандарт мерчендайзинга		

	Эффективное размещение и разделение товарных групп Виды торгово-технологического оборудования Общие правила выкладки Планирование и анализ мероприятий по увеличению роста продаж Подходы к распределению площади торгового зала и регулированию покупательских потоков. Правило ассортимента Правило запаса Правило присутствия Правило представления Правило «лицом к покупателю» Правило определения места на полках Правило приоритетных мест Принцип оптимальности. Принцип помощи покупателю.		ПК 1.1 – ПК 1.3
	Практические занятия:	10	
	Разработка маркетинговой стратегии с учетом психологических факторов формирования теоретических основ: кейс		
	Внедрение системы мерчендайзинга в магазине: кейс		
	Оптимизация размещения товарных групп в магазине: кейс		
	Планирование и анализ мероприятий по увеличению роста продаж		
	Разработка рекомендаций по применению правил мерчендайзинга: кейсы		
Раздел 3 Методы продажи товаров на основе принципов мерчендайзинга		31	
	Содержание учебного материала	16	
	Продажа товаров по «методу ABC» Категорийный мерчендайзинг Контроль процесса продажи Значение метода импульсивных покупок при решении проблемы Профессиональное использование основных концепций: театральной, ценовой, экономии времени Место теорий рефлексов в формировании принципов мерчендайзинга. Классификация рефлексов. Понятие уровня адаптации. Адаптация покупателя: биологическая и психологическая. Адаптационные реакции организма на неблагоприятные воздействия. Адаптационный синдром посетителей торгового предприятия.		ОК 01 – ОК 05 ОК 07, ОК 09 ПК 1.1 – ПК 1.3

	Характеристика сенсорной, визуальной, слуховой и социальной адаптации посетителей. Характеристика психологических факторов поведения обслуживающего персонала, покупателей в торговом предприятии при интенсивном покупательском потоке и отсутствии покупателей		
	Практические занятия: «Метод ABC» в управлении продажами товаров Внедрение стратегии категорийного мерчендайзинга Профессиональное использование основных концепций: театральной, ценовой, экономии времени Анализ процессов адаптации покупателя в торговом предприятии Анализ адаптационных реакций организма на неблагоприятные воздействия в условиях производства: кейс Анализ особенностей сенсорной, визуальной, слуховой и социальной адаптации посетителей: кейс Анализ адаптационного синдрома посетителей торгового предприятия Анализ психологических факторов поведения обслуживающего персонала и покупателей при различных условиях загрузки торгового предприятия: кейс	16	
Учебная практика раздела 2 Виды работ Ознакомление с принципами мерчендайзинга в учебном магазине. Составление отчета по заданию Изучение нормативных документов по размещению и выкладке товаров в торговом зале, типовых инструкций для розничных торговых предприятий Определение "холодных" и "горячих" зон. Примеры товаров импульсивной покупки Особенности размещения товаров на торговом оборудовании учебного магазина. Составление схемы расположения отдельной группы товаров Разработка планаграммы на отдельный вид (группу) товара, реализуемого в учебном торговом предприятии Мерчендайзинговые подходы к выкладке и представление товаров в торговых предприятиях разного типа Разработка схемы размещения товарных групп в торговом зале с целью оптимизации принятия решения о покупке на товары, расположенные в «холодной зоне» Разработка схемы размещения торгового оборудования и формирования покупательских потоков Разработка и обоснование схем планировок для торговых залов разных конфигураций Виды технологической планировки торгового зала. Разработка и обоснование схемы планировки Расчет эффективности использования площади магазина		72	ОК 01 – ОК 05 ОК 07, ОК 09 ПК 1.1 – ПК 1.3

Производственная практика Виды работ Ознакомление с предприятием – базой практики Ознакомиться с оборудованием торгового зала Ознакомление с системой мерчендайзинговых мероприятий розничного торгового предприятия согласно индивидуального задания Изучение нормативных документов по размещению и выкладке товаров в торговом зале, типовых инструкций для розничных торговых предприятий Определение «холодных» и «горячих» зон. Примеры товаров импульсивной покупки Подготовка торгового пространства к размещению товаров Особенности размещения товаров на торговом оборудовании учебного магазина. Составление схемы расположения отдельной группы товаров Разработка планаграммы на отдельный вид (группу) товара, реализуемого в учебном торговом предприятии Мерчендайзинговые подходы к выкладке и представление товаров в торговых предприятиях разного типа Разработка схемы размещения товарных групп в торговом зале с целью оптимизации принятия решения о покупке на товары, расположенные в «холодной зоне» Разработка схемы размещения торгового оборудования и формирования покупательских потоков Разработка и обоснование схем планировок для торговых залов разных конфигураций Особенности размещения товаров на торговом оборудовании учебного магазина. Составление схемы расположения отдельной группы товаров Виды технологической планировки торгового зала. Разработка и обоснование схемы планировки Контроль наличия и правильности ценников, информационных материалов Участие в приемке новых партий товаров и подготовке их к выкладке Анализ эффективности мерчендайзинговых мероприятий Разработка стратегии с элементами атмосферы магазина для стимулирования покупательской активности посетителей разных типов магазинов	108	
Промежуточная аттестация <i>Экзамен</i>	6	
Консультации	15	
Всего	282	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы профессионального модуля осуществляется в учебных кабинетах

МДК.04.01 Технологический процесс выполнения работ по профессии «Мерчендайзер»

Кабинет «Товароведение продовольственных товаров».

Оборудование учебного кабинета:

Столы и стулья по количеству обучающихся

Автоматизированное рабочее место преподавателя

Доска аудиторная 3-х элементная

Кондиционер

Стенды:

«Мясо»

«Изделия из теста»

«Соусы и супы»

«Рыба»

«Овощи»

«Крупы и макаронные изделия»

Технические средства обучения:

Компьютер с монитором

Экран

Наличие сети Internet

3.2. Информационное обеспечение реализации программы профессионального модуля

3.2.1. Печатные издания

1. Рамазанов И.А. Мерчендайзинг в торговом бизнесе: Учебное пособие. М.: Издательский Дом «Деловая литература», 2022. -112с.

3.2.2. Электронные издания

1. Галун, А. Визуальный мерчендайзинг. Не только бизнес / А. Галун. — Москва: Издательство Питер, 2020. — 192 с. ISBN 978-5-4461-1735-2.
[URL:https://www.litres.ru/book/dmitriy-galun/vizualnyy-merchandayzing-ne-tolko-biznes-58155356/](https://www.litres.ru/book/dmitriy-galun/vizualnyy-merchandayzing-ne-tolko-biznes-58155356/)

3. Электронный ресурс «Менеджмент в России и за рубежом». Форма доступа: <http://www.mevriz.ru/>

4. Электронный ресурс «Экономический портал». Форма доступа: www.economicus.ru

5. Электронный ресурс «Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент». Форма доступа: www.ecsocman.edu.ru

6. Электронный ресурс «[Единая коллекция Цифровых образовательных ресурсов](http://school-collection.edu.ru)». Форма доступа: <http://school-collection.edu.ru>

7. Электронный ресурс «ГенДокс точка ру, учебные материалы». Форма доступа: <http://gendocs.ru/>

8. Электронный ресурс «Информационная образовательная среда». Форма доступа: <http://edu.dvgups.ru>

3.2.3. Дополнительные источники:

1. Канаян К.и Р. Мерчендайзинг. –М.: РИП- холдинг, 2021.- 236с. - (Академия рекламы).

2. Парамонова Т. Н. И. А. Рамазанов Мерчендайзинг: учебное пособие-М.: Проспект,КноРус, 2024 -143с.

- 3.Алешина И.В. Поведение потребителей: Учебное пособие. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2021.- 384с.
- 4.Баклин Луис. Стратегия розничной торговли и классификация потребительских товаров. Классика маркетинга/ Сост. Б.М.Энис, К.Т.Кокс, М.П.Моква. СПб.: Питер,2021г.- 250с.
- 5.Николаева М.А. Маркетинг товаров и услуг. М.: Деловая литература, 2022.- 448с.
- 6.Словарь маркетинговых терминов. М.: ИНФРА-М, 2022.-430с.
7. Журналы: «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинговые исследования в России», «Практический маркетинг», «Секрет фирмы», «Компания», «Индустрия рекламы», «Рекламный мир», «Современная торговля», «Российская торговля».

3.3. Кадровое обеспечение реализации программы

Требования к квалификации педагогических кадров

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 08 Финансы и экономика; 33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и прочее) (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет).

Квалификация педагогических работников образовательной организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, имеют дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 08 Финансы и экономика; 33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и прочее) не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Реализацию программы профессионального модуля МДК 04.01 Продвижение товаров и услуг. Мерчендайзинг обеспечивает: Сметанина Наталья Сергеевна, преподаватель.

Образование:

Красноярский коммерческий институт по специальности «Экономика и управление в торговле и общественном питании», квалификация «Экономист» (1995 г.); КГПУ им. В. П. Астафьева по направлению «Семейное образование» (2021 г.).

Повышение квалификации:

2020г.: ООО «Институт новых технологий в образовании», по программе «Применение дистанционного обучения. Разработка учебных заданий и тестовых вопросов в онлайн-форматах»;

2021г.: КГБПОУ «Красноярский колледж отраслевых технологий и предпринимательства», по программе «Психолого-педагогические аспекты инклюзивного образования в условиях реализации ФГОС»;

2020г.: ООО «Институт новых технологий в образовании», «Обучение педагогических работников навыкам оказания первой помощи»;

2022г.: КГАУ ДПО «Красноярский краевой институт повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования», «Содержание и методика преподавания курса финансовой грамотности различным категориям обучающихся»;

2022г.: КГАУ ДПО «Красноярский краевой институт повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования», «Формирование финансовой грамотности обучающихся с использованием интерактивных технологий и цифровых образовательных ресурсов (продвинутый уровень)»;

2022г.: ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта», «Разработка и реализация маркетинговой стратегии»;

2022г.: ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта», «Налогообложение предприятий и организаций»;

2022г.: ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта», «Маркетинг в гостиничном бизнесе»;

2022г.: ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта», «Предпринимательский модуль»;

2022г.: ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта», «Бизнес-модели компании и операционная эффективность»;

2023г.: ООО «Северо-Западный учебный Центр «Технологии Безопасности», «Обучение педагогических работников оказанию первой помощи».

2023г.: Прошла проверку знаний требований охраны труда по программе обучения по общим вопросам охраны труда и функционирования системы управления охраной труда, Протокол № 24, ККОТиП.

2023г.: КГБПОУ «Красноярский колледж отраслевых технологий и предпринимательства», «Адаптация образовательной программы среднего профессионального в соответствии с образовательными потребностями и индивидуальными возможностями обучающихся с инвалидностью и ОВЗ».

2024г.: Национальный центр информационного противодействия терроризму и экстремизму в образовательной среде и сети Интернет, ФГАНУ НИИ «Спецвузавтоматика», «Профилактика социально-негативных явлений в молодежной среде».

2025г.: Ассоциация социального предпринимательства «Развитие и Управление Социальными Стратегическими Альянсами», «Учебно-производственный комплекс в системе среднего профессионального образования. УПК как социальное предприятие».

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
УМЕНИЯ:		
-разрабатывать концепцию мерчендайзинга в соответствии с правилами;	-обоснование и использование разработанной концепции мерчендайзинга в соответствии с правилами.	Входной контроль: оценка первоначальных умений по разработке концепции мерчендайзинга в соответствии с правилами. Текущий контроль: - фронтальный опрос; - проверочные работы; - анализ решения ситуационных задач; - анализ практических работ по темам Итоговый контроль: наблюдение и оценка разработки концепции.
-оказывать помощь покупателям в выборе товаров;	Оказание помощи в выборе товаров; консультирование покупателей	Текущий контроль: - анализ решения ситуационных задач; Рубежный контроль: наблюдение
-определять концепцию представления и вид выкладки продукции в зависимости от условий торговой точки;	Обоснование концепции представления и вида выкладки продукции в зависимости от условий торговой точки;	Текущий контроль: - анализ практических работ по темам
-организовывать эффективную выкладку продукции внутри блока собственной продукции, каждой ассортиментной позиции на каждой полке;	Организация эффективной выкладки продукции внутри блока собственной продукции, и каждой ассортиментной позиции на каждой полке;	Входной контроль: оценка первоначальных умений по организации эффективной выкладки товаров. Текущий контроль: - оценивание проверочных работ по теме
-определять концепцию выкладки в зависимости от психологических компонентов принятия решений покупателем.	Определение и обоснование концепции выкладки в зависимости от психологических компонентов принятия решений покупателем.	Текущий контроль: - оценивание проверочных работ по теме
ЗНАНИЯ:		

-историю развития;	-владение знаниями истории развития мерчендайзинга	Текущий контроль: - результаты письменного опроса по теме
- цели и задачи мерчендайзинга;	-обоснование целей и задач мерчендайзинга	Текущий контроль: - результаты письменного опроса по теме
-принципы и правила;	-владение принципами и правилами мерчендайзинга, их использование в профессиональной деятельности.	Текущий контроль: результаты письменного опроса по теме
-создание концепции мерчендайзинга.	Обоснование и полнота использования созданной концепции мерчендайзинга.	Текущий контроль: Текущий контроль: - результаты фронтального опроса; - проверочные работы; - анализ решения ситуационных задач по темам Итоговый контроль: - результаты тестового опроса; - дифференцированный зачет