



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Мерчендайзинг»

Ступінь вищої освіти - Магістр
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Рік навчання: 1, семестр: 2
Форма навчання: денна, заочна
Кількість кредитів ЄКТС: 4
Мова викладання: українська

Лектори курсу

Гаврилюк Юлія Григорівна, кандидат економічних наук, старший викладач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

Контактна інформація
лектора (e-mail)

e-mail: yulia.havryliuk@nubip.edu.ua

Сторінка курсу в eLearn

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2163>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна “Мерчендайзинг” спрямована на формування у студентів комплексу знань і умінь з планування торговельного залу, ефективного розміщення продукції та обладнання, розробки дієвих рекламних матеріалів, позиціонування товару з урахуванням психологічних особливостей покупців. Основне завдання курсу набуття практичних навичок для самостійного здійснення необхідних робіт щодо планування зовнішнього вигляду магазину та прилеглої території, а також внутрішнього простору та викладки товарів у торговому залі. Метою дисципліни – організація та управління торговельно-технологічними процесами за допомогою оптимізації планування торговельного залу, розміщення обладнання і позиціонування товару з урахуванням психологічних особливостей покупців, із використанням факторів регулювання уваги та інших складових природної системи людини. Завданням дисципліни – вивчення та застосування на практиці інструментів і технологій мерчендайзингу як засобу активізації попиту населення на товари народного споживання, підвищення ефективності діяльності роздрібних торговельних підприємств та підходів до оцінки ефективності мерчендайзингу.

Навчальна дисципліна забезпечує формування ряду компетентностей:

1. Загальні компетентності:

- ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

2. Фахові компетентності:

- СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
- СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
- СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

- СК10. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати маркетингових досліджень.

3. Програмні результати:

- ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
- ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
- ПРН16. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оці- нюва ння
2 семестр				
Модуль 1				
Тема1. Сутність мерчендайзингу	2/4	Розуміти сутність і роль мерчендайзингу в торговельному підприємстві. Вміти визначати психологічні характеристики особи, а також основні правила та принципи мерчендайзингу.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	30
Тема2. Поведінка споживачів як компонент технології мерчендайзингу				40
Тест до модуля 1				30
Разом за змістовим модулем 1				100
Модуль 2				
Тема 3. Планування торгової зали	2/4	Опанувати основні особливості планування внутрішнього простору торговельного закладу. Вміти розрізняти різні види торговельного обладнання, а також знати особливості його розміщення в торговельному залі; правильно і ефективно управляти товарним асортиментом з позицій мерчендайзингу, а також формувати його структуру; правильно створювати привабливий імідж торговельного залу, правильно визначати чуттєві складові атмосфери торговельного закладу; правильно визначати особливості просування різних груп товарів в торговельному залі. визначити особливості організації мерчендайзингу в торговельному залі. Опанувати основні правила викладки товарів в торговельному залі з позицій мерчендайзингу. Засвоїти особливості реклами в торговельному закладі. Опанувати основні	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	10
Тема 4. Розміщення товарів в торговельній точці				15
Тема 5. Організація викладення товарів				15
Тема 6: Інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу (ІМКМП)				10
Тема 7. Мерчендайзинг харчових продуктів				10
Тема 8. Діяльність мерчендайзера в торговельній точці				10

	види і правила розміщення рекламних засобів.	
Тест до модуля 2		30
Разом за змістовим модулем 2		100
Всього за навчальну роботу	$0,7 \cdot (R_{ЗМ1} + R_{ЗМ2})$ $R_{НР} = \frac{\dots}{2}$	70
Підсумкова атестація (екзамен)		30
Всього за курс	$R_{ДИС} = R_{НР} + R_{АТ}$	100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перекладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перекладання модулів відбувається із дозволу викладачів, які забезпечують курс за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт та екзаменів заборонені. Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача під час онлайн-тестування та підготовки практичних завдань. Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально в дистанційному режимі (у онлайн формі за погодженням із деканом факультету і лектором курсу).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно