

МЕРЧАНДАЙЗИНГ

**Циклова комісія, яка забезпечує викладання
маркетингу, торгівлі та харчових технологій
Відділення підприємництва та інформаційних технологій**

Лектор	<u>Дерев'янка Ірина Володимирівна</u>
Семестр	<u>6-й</u>
Освітньо-професійний ступінь	<u>Фаховий молодший бакалавр</u>
Кількість кредитів ЄКТС	<u>3</u>
Форма контролю	<u>Диференційований залік</u>
Аудиторні години	<u>33 год. (з них 16 год. лекцій, 17 год. семінарських)</u>

Загальний опис дисциплін

Метою навчальної дисципліни є формування у майбутніх фахівців системних знань і розуміння концептуальних основ мерчандайзингу, теорії й практики розвитку цього напрямку, набуття навичок самостійної роботи щодо засвоєння навчального матеріалу стосовно сучасних методів управління матеріальними та інформаційними потоками в сучасних умовах.

Основними завданнями викладання дисципліни є: здобуття студентами теоретичних знань з питань концепції, стратегії й практики мерчандайзингу та принципів і закономірностей створення та руху матеріальних потоків; набуття навичок логічного мислення та розроблення пропозицій щодо удосконалення мерчандайзингових систем і механізмів їх функціонування; набуття навичок оцінки економічної ефективності та наслідків здійснення рішень у мерчандайзингу.

В ході вивчення дисципліни здобувачі освіти набувають таких фахових компетентностей як здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу, виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів, брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності, здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу, здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності, здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу, здатність самостійно виявляти проблеми маркетингового характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення, здатність застосовувати основи обліку, оподаткування у маркетинговій діяльності.

Теми лекцій

1. Суть і значення мерчандайзингу. Принципи та правила мерчандайзингу.
2. Особливості поведінки покупців у магазині.
3. Класифікація товарів та покупок в мерчандайзингу.
4. Класифікація товарного асортименту з позицій мерчандайзингу.
5. Формування та управління асортиментом на основі технологій мерчандайзингу.
6. Організація внутрішнього простору магазину. Інтер'єр та атмосфера магазину.
7. Викладка товарів на основі технологій мерчандайзингу.
8. Реклама як інструмент мерчандайзингу.

Теми семінарських занять

1. Суть і значення мерчандайзингу. Принципи та правила мерчандайзингу.
2. Особливості поведінки покупців у магазині.
3. Класифікація товарів та покупок в мерчандайзингу.
4. Класифікація товарного асортименту з позицій мерчандайзингу.
5. Формування та управління асортиментом на основі технологій мерчандайзингу.
6. Організація внутрішнього простору магазину. Інтер'єр та атмосфера магазину.
7. Викладка товарів на основі технологій мерчандайзингу.