

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет природокористування

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ І ПРАВА

(назва, факультету)

Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу

(назва кафедри)

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з навчально-виховної роботи

_____ Віталій БОЯРЧУК

« ____ » _____ 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

УПРАВЛІННЯ МЕРЧАНДАЙЗИНГОМ

(назва навчальної дисципліни)

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

(шифр і назва спеціальності)

спеціальність 075 «Маркетинг»

Робоча програма «УПРАВЛІННЯ МЕРЧАНДАЙЗИНГОМ» для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування», за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Розробник: Томашевський Юрій Михайлович, к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу

Протокол від «29» серпня 2024 року №2

Завідувач кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу

_____ Андрій ЛИНДЮК
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено на засіданні методичної комісії (ради) факультету управління, економіки і права

Протокол від «29 » серпня 2024 року №1

Голова методичної комісії факультету

_____ Володимир КОВАЛІВ
(підпис) (прізвище та ініціали)

1. Опис навчальної дисципліни

Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень

Освітній ступень: магістр

Спеціальність 075 «Маркетинг»
(шифр і назва)

Характеристика навчальної дисципліни:

Нормативна

Кількість кредитів 3

Загальна кількість годин – 90

Індивідуальне науково-дослідне завдання _____
(назва)

Вид контролю: залік

Тижневих аудиторних годин для денної форми навчання – 2

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до загальної кількості годин становить:

для денної форми навчання – 31,1%

для заочної форми навчання – 11,1%

2. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Визначення, цілі, завдання та принципи мерчандайзингу

- 1.1. Поняття і сутність мерчандайзингу.
- 1.2. Цілі і завдання, об'єкт і суб'єкт мерчандайзингу.
- 1.3. Принципи мерчандайзингу.
- 1.4. Функції мерчандайзингу.
- 1.5. Методи мерчандайзингу.

Тема 2. Реалізація концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі

- 2.1. Взаємодія постачальника та роздрібною торгівлі – робочі варіанти взаємовигідної праці.
- 2.2. Організація системи мерчандайзингу у роздрібній компанії.
- 2.3. Права споживачів.

Тема 3 Особливості поведінки покупців

- 3.1. Процес прийняття рішення покупцем.
- 3.2. Психологічні особливості людського сприйняття.
- 3.3. Візуальний мерчандайзинг

Тема 4. Організація місця продажу товару

- 4.1. Сім правил управління асортиментом.
- 4.2. Правила викладення товару в магазині

Тема 5. Організація діяльності відділу мерчандайзингу

- 5.1. Види організації мерчандайзингу в компанії.
- 5.2. Функції відділу мерчандайзингу в компанії.
- 5.3. Основні функції мерчандайзера в торговій точці.

Тема 6. Основні елементи атмосфери магазину.

- 6.1. Атмосфера як фактор створення привабливого образу магазину
- 6.2. Фактори, що формують атмосферу магазину

6.3. Чуттєві складові атмосфери магазину

Тема 7. Мерчандайзинговий підхід до планування магазину

7.1. Зміст і цілі внутрішнього планування.

7.2. Сегментація площі торговельного залу і розрахунок основних коефіцієнтів ефективності внутрішнього планування.

7.3. Особливості поведінки покупців в торговельному залі. Аналіз «холодних» і «гарячих» зон.

7.4. Підходи до розподілу площі торговельного залу: зональне розташування груп товарів.

7.5. Характеристики руху покупців по магазину.

Тема 8. Ефективне розміщення торгового устаткування

8.1. Види торгово-технологічного обладнання. Обладнання для торгового залу: кошики, візки, системні огорожі.

8.2. Вплив системи розміщення обладнання на управління рухом покупців всередині магазину і види планування торгового залу.

Тема 9. Мерчандайзинговий підхід до викладки товарів

9.1. Сутність викладки та її різновиди.

9.2. Загальні принципи і стандарти викладки.

9.3. Вивчення впливу принципів викладки товарів на зміну обсягів товарообігу.

Тема 10. Організаційна система мерчандайзингу в компанії

10.1. Створення посади або відділу мерчандайзингу.

10.2. Організація системи мерчандайзингу у виробничій/збутовій компанії.

3. Структура навчальної дисципліни

№ тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
л		п	лаб.	інд.	с.р.	л		п	лаб.	інд.	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1.	9	2	2			5	9	0,5	1			7,5
Тема 2.	9	2	2			5	9	0,5	1			7,5
Тема 3.	9	1	1			7	9	0,5	0,5			8
Тема 4.	9	1	1			7	9	0,5	0,5			8
Тема 5.	9	2	2			5	9	0,5	0,5			8
Тема 6.	9	1	1			7	9	0,5	0,5			8
Тема 7.	9	1	1			7	9	0,5	0,5			8
Тема 8.	9	2	2			5	9	0,5	0,5			8
Тема 9.	9	1	1			7	9	-	0,5			8,5
Тема 10.	9	1	1			7	9	-	0,5			8,5
Залік	-						-					
Усього годин	90	14	14			62	90	4	6			80

4. Теми семінарських занять

№	Назва теми	К-сть годин	
		денна	заочна
1.	Визначення, цілі, завдання та принципи мерчандайзингу	2	1
2.	Реалізація концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі	2	1
3.	Особливості поведінки покупців	1	0,5
4.	Організація місця продажу товару	1	0,5
5.	Організація діяльності відділу мерчандайзингу	2	0,5
6.	Основні елементи атмосфери магазину.	1	0,5
7.	Мерчандайзинговий підхід до планування магазину	1	0,5
8.	Ефективне розміщення торгового устаткування	2	0,5
9.	Мерчандайзинговий підхід до викладки товарів	1	0,5
10.	Організаційна система мерчандайзингу в компанії	1	0,5
	Разом	14	6

5. Теми винесені на самостійне вивчення

№	Назва теми	К-сть годин	
		денна	заочна
1.	Визначення, цілі, завдання та принципи мерчандайзингу	5	7,5
2.	Реалізація концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі	5	7,5
3.	Особливості поведінки покупців	7	8
4.	Організація місця продажу товару	7	8
5.	Організація діяльності відділу мерчандайзингу	5	8
6.	Основні елементи атмосфери магазину.	7	8

7.	Мерчандайзинговий підхід до планування магазину	7	8
8.	Ефективне розміщення торгового устаткування	5	8
9.	Мерчандайзинговий підхід до викладки товарів	7	8,5
10.	Організаційна система мерчандайзингу в компанії	7	8,5
	Разом	62	80

6. Методи навчання

1. Словесні методи (бесіда, лекція.)

2. Наочні методи

– ілюстрація (картинки, таблиці, малюнки тощо),
– демонстрування засобу: спостереження тощо,

7. Методи контролю:

1. Усне опитування (фронтальне, індивідуальне детальний аналіз відповідей студентів),

2. Письмова аудиторна та поза аудиторна перевірка (рішення задач і прикладів, складання тез, підготовка різних відповідей, рефератів, контрольні роботи (з конкретних питань тощо),

3. Практична перевірка (виконання практичної роботи, аналіз виробничої інформації, рішення професійних завдань, ділові ігри і т. д.

4. Стандартизований контроль (тести).

Види контролю: Поточний контроль та екзамен.

8. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота										Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100

9. Методичне забезпечення

- Томашевський Ю.М. Управління мерчандайзингом: методичні рекомендації до виконання практичних завдань та самостійної підготовки для студентів ОС «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг» – Дубляни : Львівський національний університет природокористування, 2024. – 55 с.

10. Рекомендована література

Основна

- Мельник І.М. Мерчандайзинг : навч. посіб. К. : Знання. 2009. 309 с.
- Рамазанов І. А. Мерчандайзинг у торговому бізнесі. М.: Вид. дім «Діл. л-ра». 2002. 112 с.

3. Ільченко Н. В. Мерчандайзинг – маркетинг. Маркетинг і реклама. К.: Знання. 2007. № 2. С.45–50.

Додаткова

4. Мазаракі А. А. Мерчандайзинг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 292 с.

5. Ілляшенко І. І. Маркетингові дослідження : навч. посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2015. 234 с.

11. Інформаційні ресурси

- Мережа INTERNET
- Бібліотека ЛНУП: м. Дубляни, вул. В.Великого, 1; тел. 22-45-915
- Львівська наукова бібліотека ім. Стефаника НАН України: вул. Стефаника, 2; тел. 74-43-72
- Львівська обласна наукова бібліотека: просп. Шевченка, 13; тел.74-02-26
- Наукова бібліотека ЛНУ ім. Франка, метод. відділ: вул. Драгоманова, 17; тел. 296-42-41
- Центральна міська бібліотека ім Лесі Українки: вул. Мулярська, 2а; тел.72-05-81
- Бібліотека Львівської комерційної академії (вул. Туган-Барановського, 10, тел 79-76-40).