

Львівський національний університет природокористування
Факультет управління, економіки та права
Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу



СИЛАБУС МЕРЧАНДАЙЗИНГ

Викладач: Булик Оксана Богданівна, к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу. <https://lnup.edu.ua/uk/kafmignarek/kolektyv-kafedry?id=4036>

Контактна інформація: kseniabulyk@gmail.com

I. Опис дисципліни

Анотація дисципліни. «Мерчандайзинг» є дисципліною **варіативної** складової навчального плану, *загальноуніверситетського* циклу **вибіркових** дисциплін, яка сприяє підготовці фахівців з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності. Студенти отримують теоретичні знання про базові поняття і концепції мерчандайзингу; основні принципи та правила викладки товарів у торговій залі магазину; особливості мерчандайзингу окремих груп товарів; управління роздрібним продажем товарів із застосуванням інструментів мерчандайзингу; організацію розміщення торговельного обладнання та товарів в торговельній точці, стандарти викладення максимальної кількості товарів на полицях та організацію потоку покупців.

Метою вивчення дисципліни є набуття теоретичних та практичних знань з розробки і реалізації методів і технічних рішень, що направлені на удосконалення пропозиції товарів у місті продажу, а також навиків використання маркетингових методів та інструментів в діяльності підприємства.

Завдання дисципліни: забезпечити майбутніх фахівців сфери товарного обігу глибокими знаннями в області організації торговельного простору магазину; набуття навиків аналізу чинників, що впливають на поведінкові реакції споживачів в часі і просторі торговельної зали; сформувати основи професійних умінь у вивченні і реалізації мерчандайзингових підходів; вивчити способи і методи регулювання процесів продажу товарів на основі принципів мерчандайзингу; особливості мерчандайзингу та його місце в маркетингу; принципи та інструментарій мерчандайзингу; організацію робіт з мерчандайзингу; методи вивчення та моделювання нових потреб; економічні характеристики та атрибути брендів; способи організації служби мерчандайзингу та вимоги до компетенцій мерчендайзера.

II. Структура навчальної дисципліни

Назва тем і питань	Методи викладання (навчання)	Форма контролю
Тема 1. Мерчандайзинг як технологія маркетингу на підприємствах роздрібно́ї торгівлі	лекція, пояснювально-ілюстративна доповідь, навчальна дискусія	Поточне усне та письмове опитування; тестові завдання; розв'язання кейсів, ситуаційні вправи.
Тема 2. Впровадження мерчандайзингу товаровиробниками та роздрібними торговельними підприємствами	лекція, пояснювально-ілюстративна доповідь, навчальна дискусія	Поточне усне та письмове опитування, тестові завдання, розв'язання кейсів, ситуаційні вправи.
Тема 3. Розміщення торговельно-технологічного обладнання та формування типу руху покупців у торговій залі магазину	лекція, пояснювально-ілюстративна доповідь, навчальна дискусія	Поточне усне та письмове опитування, тестові завдання, розв'язання кейсів, ситуаційні вправи, підготовка презентацій та захист.
Тема 4. Основні принципи та правила викладки товарів у торговій залі магазину	лекція, пояснювально-ілюстративна доповідь, навчальна дискусія	Поточне усне та письмове опитування, тестові завдання, розв'язання кейсів, ситуаційні вправи, підготовка презентацій та захист.
Тема 5. Візуальний мерчандайзинг	лекція, пояснювально-ілюстративна доповідь, навчальна дискусія	Поточне усне та письмове опитування, тестові завдання, розв'язання кейсів, ситуаційні вправи.
Тема 6. Інтегровані маркетингові комунікації у місцях продажу	лекція, пояснювально-ілюстративна доповідь, навчальна дискусія	Поточне усне та письмове опитування, тестові завдання, розв'язання кейсів, ситуаційні вправи.
Тема 7. Особливості мерчандайзингу окремих груп товарів	лекція, пояснювально-ілюстративна доповідь, навчальна дискусія	Поточне усне та письмове опитування, тестові завдання, розв'язання кейсів, ситуаційні вправи.
Тема 8. Використання POS - матеріалів	лекція, пояснювально-ілюстративна доповідь, навчальна дискусія	Поточне усне та письмове опитування, тестові завдання, розв'язання кейсів, ситуаційні вправи.
Тема 9. Управління роздрібним продажем товарів із застосуванням інструментів мерчандайзингу	лекція, пояснювально-ілюстративна доповідь, навчальна дискусія	Поточне усне та письмове опитування, тестові завдання, розв'язання кейсів, ситуаційні вправи.

III. Оцінювання знань студента

Політика щодо академічної доброчесності.

Жодні форми порушення академічної доброчесності не можуть бути прийнятні. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені.

Оцінювання за критеріями

Оцінка в балах	Оцінка	Критерії
90-100	відмінно / зараховано	Студент добре засвоїв навчальний матеріал дисципліни, демонструє глибокі і всебічні знання відповідних тем, логічно мислить, оперує основними знаннями і вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичного матеріалу, висловлює своє ставлення до тих чи інших проблем, демонструє високий рівень засвоєння практичних навичок.
75-89	добре / зараховано	Студент добре засвоїв навчальний матеріал дисципліни, володіє основними аспектами, володіє практичними навичками, висловлює свої міркування з приводу тих чи інших проблем, але припускається певних неточностей і похибок у логіці викладу теоретичного змісту або при виконанні практичних навичок.
60-74	задовільно / зараховано	Студент в основному опанував навчальний матеріал дисципліни, але непереконливо відповідає, плутає поняття, додаткові питання викликають у студента невпевненість або відсутність стабільних знань; відповідаючи на запитання практичного характеру, не вміє оцінювати факти та явища, пов'язувати їх із майбутньою діяльністю, припускається помилок при виконанні практичних навичок.
0-59	задовільно / незараховано	Студент не опанував навчальний матеріал дисципліни, не знає наукових фактів, визначень, майже не орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, відсутнє наукове мислення, практичні навички не сформовані.

ІУ. Методичне забезпечення

Виконання практичних та семінарських занять, питання для самоконтролю, практичні та ситуаційні завдання, перелік тематичних питань і порядок виконання самостійної роботи студентами відображені у методичних рекомендаціях:

Булик О.Б., Гаврилюк І.І. Методичні рекомендації для виконання практичних завдань та самостійної підготовки з дисципліни «Мерчандайзинг». ЛНУП. 2022. 45с.

VI. Рекомендована література.

1. Божкова В.В., Башур Т.О. Мерчандайзинг: Навчальний посібник. Суми: ВДТ «Університетська книга». 2017. С. 125.
2. Мельник І. М., Хом`як Ю.М. Мерчандайзинг: Навч. посіб. Київ. Знання, 2009. С. 309.
3. Тягунова Н.М. Мерчандайзинг. Київ. Центр учбової літератури. 2014. С. 332
4. Сенд Г.А. Принципи мерчандайзингу. Мінськ: Гревцов Паблішер, 2008. 304с.
5. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
6. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Стратегічний маркетинг: підручник. Київ, 2012. 612 с.
7. Балацький Є. О., Бондаренко А. Ф. Маркетинг: навч. посібник. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 397 с.
8. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу та збуту: дослідження сутності ролі та значення. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. № 2. С. 85-97.
9. Мельник Л. Г., Старченко Л. В., Карінцева О. І. Маркетингова цінова політика: навч. посібник. Київ: Книга, 2015. 246 с.
10. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг: навч. посібник. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.

11. Попова Л. О., Прядко О. М. Маркетингова товарна політика: навч. посібник у структурно-логічних схемах. Харків: ХДУХТ, 2013. 77 с.
12. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
13. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. – К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. – 216 с.
14. Кібік О. М., Котлубай В. О., Хаймінова Ю. В., Нестерова К. С., Калмикова Н. Ю. Маркетинг : навч.-метод. посібн. Одеса, 2020. 68 с.