

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Вищого навчального закладу Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
18 квітня 2019 року № 88-Н
Форма № П-2.04

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій
Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

_____ П. Ю. Балабан
(підпис)

«___» _____ 20__ р.

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Мерчандайзинг»

Освітня програма/спеціалізація	«Підприємництво, торгівля та логістика»; «Товарознавство та торговельне підприємництво» <i>(назва)</i>
Спеціальність	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність <i>(код, назва спеціальності)</i>
Галузь знань	07 Управління та адміністрування <i>(код, назва галузі знань)</i>
ступінь вищої освіти	Бакалавр <i>(бакалавр, магістр, доктор філософії)</i>

Полтава – 2020

Укладач програми:

Лісіца В. В., к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

Робоча програма схвалена та рекомендована до використання в освітньому процесі на засіданні кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Протокол засідання кафедри від 27 листопада 2020 р., № 7

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньої програми «Підприємництво, торгівля та логістика» спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» ступеня бакалавр

_____ І. В. Юрко
(підпис)
« _____ » _____ 20__ року

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньої програми «Товарознавство та торговельне підприємництво» спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» ступеня бакалавр

_____ Ю. Г. Бургу
(підпис)
« _____ » _____ 20__ року

ЗМІСТ

Розділ 1. Загальна характеристика навчальної дисципліни	4
Розділ 2. Перелік компетентностей та програмні результати навчання з навчальної дисципліни	4
Розділ 3. Програма навчальної дисципліни.....	5
Розділ 4. Тематичний план навчальної дисципліни	6
Розділ 5. Система поточного та підсумкового контролю знань студентів.....	9
Розділ 6. Програмне забезпечення комп'ютерної підтримки освітнього процесу.....	11
Розділ 7. Рекомендовані джерела інформації.....	12

Розділ 1. Загальна характеристика навчальної дисципліни

Таблиця 1.1. Загальна характеристика навчальної дисципліни «Мерчандайзинг» ОП «Товарознавство та торговельне підприємництво»

1. Місце в структурно-логічній схемі підготовки – після вивчення навчальних дисциплін: - Організація торгівлі;
2. Кількість кредитів за ЄКТС - 5.
3. Кількість модулів - 1.
4. Вибіркова у відповідності до навчального плану
5. Курс - 2
6. Семестр - 4
7. Кількість годин: – загальна кількість: 4 семестр – 150. – лекції: 4 семестр – 20 – практичні заняття: 4 семестр – 40 – самостійна робота: 4 семестр - 90 – вид підсумкового контролю - ПМК, 4 семестр

Таблиця 1.2. Загальна характеристика навчальної дисципліни «Мерчандайзинг» ОП «Підприємництво, торгівля та логістика»

1. Місце в структурно-логічній схемі підготовки – після вивчення навчальних дисциплін: - Організація торгівлі; - Технологія торгівлі та послуг;
2. Кількість кредитів за ЄКТС - 5.
3. Кількість модулів - 1.
4. Вибіркова у відповідності до навчального плану
5. Курс - 2
6. Семестр - 4
7. Кількість годин: – загальна кількість: 4 семестр – 150. – лекції: 4 семестр – 20 – практичні заняття: 4 семестр – 40 – самостійна робота: 4 семестр - 90 – вид підсумкового контролю - ПМК, 4 семестр

Розділ 2. Перелік компетентностей та програмні результати навчання з навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни є формування у студентів системи теоретичних знань, вмінь та практичних навичок щодо застосування мерчандайзингу виробничими/постачальницькими та роздрібними підприємствами в просуванні товарів до споживачів в місці продажу.

Завдання дисципліни: вивчення основних принципів і законів мерчандайзингу в процесі просування товарів до кінцевого споживача.

Таблиця 2. Перелік компетентностей та програмні результати навчання

№ з/п	Компетентності, якими повинен оволодіти студент	Програмні результати навчання
Загальні компетентності		
1.	здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК01);	використовувати базові знання з підприємництва та торгівлі й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях (ПР01);
2.	навички використання інформаційних і комунікаційних технологіях (ЗК05);	використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації в сфері торгівлі (ПР04);
3.	здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК 06);	організувати пошук, самостійний вибір, якісну обробку інформації у сфері торгівлі (ПР05);
4.	здатність працювати в команді (ЗК07);	вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей;
5.	здатність діяти відповідально та свідомо (ЗК10);	демонструвати здатність діяти соціально відповідально на основі етичних, культурних та наукових цінностей та досягнень суспільства (ПР10);
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності		
6.	критичне осмислення теоретичних засад торговельної діяльності (СК01);	демонструвати базові і структуровані знання в сфері підприємництва і торгівлі для подальшого використання на практиці (ПР11);
7.	здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо функціонування торговельних структур (СК02);	володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо функціонування торговельних структур (ПР12);
8.	здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин (СК03);	використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності торговельних структур (ПР13);
9.	здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких і торговельних структур (СК04);	вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій і торговельній діяльності (ПР14);
10.	здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур (СК07).	вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності і підприємницьких та торговельних структур і розв'язувати проблеми в кризових ситуаціях з урахуванням внутрішніх і зовнішніх впливів (ПР17).

Розділ 3. Програма навчальної дисципліни

Програма навчальної дисципліни «Мерчандайзинг» укладена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітня програма «Підприємництво, торгівля та логістика», затвердженої наказом по університету від 01 вересня 2020 р., № 114-н, та «Товарознавство та торговельне підприємництво», затвердженої наказом по університету від 01 жовтня 2020 р., № 164-н.

Розділ 4. Тематичний план навчальної дисципліни навчальної дисципліни

Таблиця 4. Тематичний план навчальної дисципліни «Мерчандайзинг»

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Назва теми та питання практичного заняття	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Інформаційні джерела (порядковий номер за переліком)
Модуль 1. Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі			
Тема 1. «Основи мерчандайзингу» (2 год.). 1.1. Поняття та еволюція мерчандайзингу. Цілі, функції мерчандайзингу. 1.2. Задачі мерчандайзингу виробника та роздрібногo торговця. 1.3. Поняття про трирівневу концепцію мерчандайзингу.	Тема 1. «Основи мерчандайзингу». (4 год.) 1.1. Поняття та еволюція мерчандайзингу. Цілі, функції мерчандайзингу. 1.2. Задачі мерчандайзингу виробника та роздрібногo торговця. 1.3. Поведінка споживачів як основа мерчандайзингу. 1.4. Поняття про трирівневу концепцію мерчандайзингу.	Підготувати реферати на теми «Поведінка споживачів як основа мерчандайзингу», «Типологія покупців VALS, її недоліки та переваги», «Мерчандайзинг: історія та сучасний розвиток»	1-7, 8-9, 12, 18, 23
Тема 2. «Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі». (6 год.) 2.1. Реалізація першого рівня концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі. Інструменти та правила мерчандайзингу. 2.2. Види планування торговельного залу, їх переваги та недоліки. 2.3. Концепції розміщення товарних груп в торговельному залі магазину. Основні принципи організації основних зон торговельного залу магазину. 2.4. Особливості та принципи організації торгового простору магазинів різної спеціалізації. 2.5. Атмосфера магазину, її складові. Колір, система освітлення, запахи в торговельному залі магазину. 2.6. Аромамаркетинг, вплив музики та інших складових атмосфери ма-	Тема 2. «Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі». (10 год.) 2.1. Реалізація першого рівня концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі. Інструменти та правила мерчандайзингу. 2.2. Види планування торговельного залу, їх переваги та недоліки. 2.3. Концепції розміщення товарних груп в торговельному залі магазину. Основні принципи організації основних зон торговельного залу магазину. 2.4. Особливості та принципи організації торгового простору магазинів різної спеціалізації. 2.5. Атмосфера магазину, її складові. Колір, система освітлення, запахи в торговельному залі магазину. 2.6. Аромамаркетинг, вплив музики та інших складових атмосфери магазину на процес продажу. 2.7. Способи та правила викладки товарів в	Підготувати презентації на теми «Особливості поведінки покупців у торговельному залі. Аналіз «холодних» та «гарячих» зон», «Особливості проектування та розподіл торгових площ в торговельному центрі», «Види планування торговельного залу: як «привести» покупця до товару»	1-7, 8-9, 12-14, 18, 23

Примечание [11]:

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Назва теми та питання практичного заняття	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Інформаційні джерела (порядковий номер за переліком)
газину на процес продажу. 2.7. Способи та правила викладки товарів в торговельному залі. 2.8. Визначення розміру викладки товарів. Розробка планограм.	торговельному залі. 2.8. Визначення розміру викладки товарів. Розробка планограм.		
Тема 3. «Мерчандайзинг продовольчих товарів». (4 год.) 3.1. Особливості мерчандайзингу гастрономічних товарів. 3.2. Мерчандайзинг бакалійних товарів. 3.3. Мерчандайзинг молочних товарів, м'яса та м'ясопродуктів. 3.4. Особливості мерчандайзингу сільськогосподарської, замороженої продукції. 3.5. Особливості мерчандайзингу алкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральної води та соків.	Тема 3. «Мерчандайзинг продовольчих товарів». (6 год.) 3.1. Особливості мерчандайзингу гастрономічних товарів. 3.2. Мерчандайзинг бакалійних товарів. 3.3. Мерчандайзинг молочних товарів, м'яса та м'ясопродуктів. 3.4. Особливості мерчандайзингу сільськогосподарської, замороженої продукції. 3.5. Особливості мерчандайзингу алкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральної води та соків.	Підготувати презентації на теми: «Особливості викладки (продовольча група за вибором)» (на прикладі конкретної торгової точки), «Використання спеціалізованого обладнання при викладці продовольчих товарів» (на прикладі конкретної товарної групи та конкретної торгової точки)	1-7, 8-9, 12, 18, 23
Тема 4. «Мерчандайзинг непродовольчих товарів». (4 год.) 4.1. Особливості мерчандайзингу побутової техніки та електроніки. 4.2. Особливості мерчандайзингу чоловічого та жіночого одягу. 4.3. Особливості мерчандайзингу дитячого одягу та іграшок. 4.4. Особливості організації системи мерчандайзингу в ювелірних магазинах. 4.5. Особливості мерчандайзингу в книжкових супермаркетах.	Тема 4. «Мерчандайзинг непродовольчих товарів». (6 год.) 4.1. Особливості мерчандайзингу побутової техніки та електроніки. 4.2. Особливості мерчандайзингу чоловічого та жіночого одягу. 4.3. Особливості мерчандайзингу дитячого одягу та іграшок. 4.4. Особливості організації системи мерчандайзингу в ювелірних магазинах. 4.5. Особливості мерчандайзингу в книжкових супермаркетах.	Підготувати презентації на теми: «Особливості викладки (непродовольча група за вибором)» (на прикладі конкретної торгової точки), «Заходи щодо стимулювання продажу товарів в магазинах, що здійснюють продаж непродовольчих товарів (на власний вибір)», «Використання «перехресного опилення» (крос-мерчандайзингу) при продажу непродовольчих товарів в магазинах різних форматів (на власний вибір)»	1-7, 8-9, 12-14, 18, 23

Примечание [1]:

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Назва теми та питання практичного заняття	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Інформаційні джерела (порядковий номер за переліком)
<p>Тема 5. «Використання POS-матеріалів». (2 год.)</p> <p>5.1. Сутність рекламно-інформаційної підтримки в магазині.</p> <p>5.2. Визначення і класифікація POS – матеріалів.</p> <p>5.3. Функціональні зони використання POS – матеріалів. Правила оформлення POS – матеріалами.</p>	<p>Тема 5. «Використання POS-матеріалів». (6 год)</p> <p>5.1. Сутність рекламно-інформаційної підтримки в магазині.</p> <p>5.2. Визначення і класифікація POS – матеріалів.</p> <p>5.3. Функціональні зони використання POS – матеріалів.</p> <p>5.4. Правила оформлення POS – матеріалами.</p>	<p>Провести дослідження на теми «Вплив POS – матеріалів на зростання обсягів продажу товарів різних груп (на власний вибір)», «Аналіз використання POS – матеріалів в магазинах різних форматів (на власний вибір)».</p>	<p>1-7, 18, 23</p>
<p>Тема 6. «Організація системи мерчандайзингу в компанії». (2 год.)</p> <p>6.1. Організації мерчандайзингу в роздрібній компанії. Функціональні обов'язки та вимоги до мерчандайзера в роздрібній компанії.</p> <p>6.2. План роботи мерчандайзера в торговельному залі. Стандарт мерчандайзингу.</p> <p>6.3. Цілі та задачі мерчандайзингу виробника / постачальника. Організація служби мерчандайзингу в виробничій / збутовій компанії. Функціональні обов'язки супервайзера та мерчандайзера.</p> <p>6.4. Зміст та методика розробки мерчандайзинг-бук.</p>	<p>Тема 6. «Організація системи мерчандайзингу в компанії». (8 год.)</p> <p>6.1. Організації мерчандайзингу в роздрібній компанії. Функціональні обов'язки та вимоги до мерчандайзера в роздрібній компанії.</p> <p>6.2. План роботи мерчандайзера в торговельному залі. Стандарт мерчандайзингу.</p> <p>6.3. Цілі та задачі мерчандайзингу виробника / постачальника. Організація служби мерчандайзингу в виробничій / збутовій компанії. Функціональні обов'язки супервайзера та мерчандайзера.</p> <p>6.4. Зміст та методика розробки мерчандайзинг-бук.</p>	<p>Підготувати презентації на теми «Організаційна структура відділу мерчандайзингу та посадові інструкції мерчандайзера в роздрібній компанії», «Планування та звітність з мерчандайзингу», «Розробка стандарту мерчандайзингу: структура документу, його структура, основні розділи, технологія розробки та впровадження», «Розрахунок та оцінка ефективності заходів з мерчандайзингу», «Розробка стандартів відвідування торговельної точки мерчандайзером», «Порядок відвідування магазину: правила перевірки магазину», «Маршрутні листи та щоденна звітність мерчандайзера», «Зміст та методика розробки мерчандайзинг-бук в виробничій/постачальницькій компанії».</p>	<p>1-7, 8-9, 12, 18, 20-23</p>

Примечание [I1]:

Розділ 5. Система поточного та підсумкового контролю знань

Система поточного і підсумкового контролю має за мету оцінювання рівня сформованості тих чи інших компетентностей та досягнення програмних результатів навчання за навчальною дисципліною «Мерчандайзинг».

Компетентність як інтегрований результат індивідуальної навчальної діяльності студентів, формується на основі оволодіння ними змістовими (знання), процесуальними (уміння) і мотиваційними компонентами, його рівень виявляється в процесі оцінювання. Визначення рівня сформованості дисциплінарних компетентностей (результатів навчання) здійснюється за: певним розділом (темою) робочої програми навчальної дисципліни; практичними заняттями (контрольна робота, перевірка та захист індивідуального завдання, тестування тощо).

Об'єктами контролю є: робота студентів на лекціях, практичних, заняттях, якість та своєчасність виконання індивідуальних і домашніх завдань, поточних модульних робіт. Контрольні заходи здійснюються науково-педагогічними працівниками і включають поточний і підсумковий контроль.

Поточний контроль здійснюється при проведенні лекцій, практичних, перевірки виконання індивідуальних і домашніх завдань та має на меті перевірку рівня засвоєння студентом навчального матеріалу навчальної дисципліни та оцінювання набутих компетентностей.

Під час проведення лекцій застосовуються такі методи контролю, як усне опитування студентів з питань, визначених планом лекцій та пов'язаних з матеріалом попередніх лекцій, дискусійне обговорення проблемних питань з теми лекції та інше.

При проведенні практичних занять – контроль здійснюється при розв'язуванні окремими студентами біля дошки та «малими групами» комплексу практичних задач і проблемних ситуацій та інше.

Поточний контроль виконання студентами індивідуальних і домашніх завдань здійснюється за допомогою перевірки науково-педагогічним працівником результатів розв'язання ситуаційних завдань.

Поточний контроль, який застосовується під час проведення відповідних тестів в письмовій формі або за допомогою відповідного програмного забезпечення комп'ютерної підтримки освітнього процесу, при перевірці виконання практичних ситуацій в письмовій формі тощо.

Підсумкове оцінювання знань студентів з навчальної дисципліни здійснюється у формі підсумкового модульного контролю (ПМК, залік).

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни при формі контролю у формі заліку (ПМК) дорівнює сумі всіх балів, які студент отримує за поточну успішність та виконання поточних модульних робіт.

З метою мотивації студентів до активного та якісного виконання усіх видів навчальної роботи протягом семестру до загальної підсумкової оцінки можуть бути додані бали у розмірі до 10 % від загальної підсумкової оцінки, коефіцієнт мотивації (0,1). Мотивація студентів застосовується за умови виконання ними всіх видів навчальної роботи, які передбачені робочим навчальним планом підготовки студентів і робочою програмою з навчальної дисципліни незалежно від результатів виконання.

Застосування та конкретне значення коефіцієнту мотивації пізнавальної діяльності студентів визначається науково-педагогічним працівником кафедри враховуючи активність студента при вивченні навчальної дисципліни (відвідування навчальних занять, виконання видів навчальної діяльності, виконання поточних модульних робіт, участь у науково-дослідній роботі тощо).

Загальна підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни не може перевищувати 100 балів.

Таблиця 5. Розподіл балів, що отримують студенти за результатами вивчення навчальної дисципліни «Мерчандайзинг»

Назва модулю, теми	Вид навчальної роботи				Кількість балів
	відвідування занять	виконання навчальних завдань	завдання самостійної роботи	тестування	
<i>Модуль 1. Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі</i>					
Тема 1. Основи мерчандайзингу.	1	4	3	5	13
Тема 2. Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі.	1	4	3	5	13
Тема 3. Мерчандайзинг продовольчих товарів.	1	4	3	5	13
Тема 4. Мерчандайзинг непродовольчих товарів.	1	4	3	5	13
Тема 5. Використання POS-матеріалів.	1	4	3	5	13
Тема 6. Організація системи мерчандайзингу в компанії.	1	4	3	5	13
Поточний контроль					22
Разом					100

Таблиця 6. Шкала оцінювання знань студентів за результатами підсумкового контролю з навчальної дисципліни «Мерчандайзинг»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Таблиця 7. Система нарахування додаткових балів за видами робіт з вивчення навчальної дисципліни «Мерчандайзинг»

Форма роботи	Вид роботи	Бали
1. Навчальна	Участь в конкурсах на кращого знавця дисципліни: університетських, міжвузівських, всеукраїнських, міжнародних	6
	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань підвищеної складності	6
2. Науково-дослідна	1. Участь в наукових гуртках	6
	2. Участь в конкурсах студентських робіт: університетських, міжвузівських, всеукраїнських, міжнародних	6
	Участь в наукових студентських конференціях: університетських, міжвузівських, всеукраїнських, міжнародних	6
Разом*		30

*За додаткові види навчальних робіт студент може отримати не більше 30 балів.

Додаткові бали додаються до загальної підсумкової оцінки за вивчення навчальної дисципліни, але загальна підсумкова оцінка не може перевищувати 100 балів.

Розділ 6. Програмне забезпечення комп'ютерної підтримки освітнього процесу

1. Загальне програмне забезпечення, до якого входить пакет програмних продуктів Microsoft Office.

2. Спеціалізоване програмне забезпечення комп'ютерної підтримки освітнього процесу з навчальної дисципліни, яке включає перелік конкретних програмних продуктів – відсутнє.

Розділ 7. Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Тягунова Н.М. Мерчандайзинг: кредитно-модульний курс. навч. посіб./ Н.М. Тягунова, В.В. Лісіца, Ю.В. Іванов. – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 332 с.
2. Мазаракі А. А. Мерчандайзинг : навч. посібник / А. А. Мазаракі, Н. Б. Ільченко. – К. : КНТЕУ, 2015. – 292 с.
3. Мельник І.М., Хом'як Ю.М. Мерчандайзинг: Навч. посіб. – К. : Знання, 2009. – 309 с.
4. Божкова В.В., Башук Т.О. Мерчандайзинг: Навчальний посібник. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. -125 с.
5. Снегирева В.В. Книга мерчандайзера. – СПб.: Питер, 2005. – 384 с.
6. Сысоева С.В., Бузукова Е.А. Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице. – СПб.: Питер, 2019. -226 с.
7. Сысоева С.В., Крок Г.Г. Большая книга директора магазина. – СПб.: Питер, 2019. - 432 с.

Додаткові

8. Бузукова Е. А . Ассортимент розничного магазина. Методы анализа и практические советы. – СПб.: Питер, 2007.
9. Веллхофф А., Массон Ж.-Э . Мерчандайзинг. Эффективные инструменты и управление товарными категориями. – М.: ИД Гребенникова, 2004.
- 10.Дион Дж ., Топпинг Т. Розничная торговля: Как открыть собственный магазин. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
- 11.Канаян К ., Канаян Р . Проектирование магазинов и торговых центров. – М.: ЮСК, 2005.
- 12.Канаян К., Канаян Р . Мерчандайзинг. – М.: РИП-Холдинг, 2001.
- 13.Крок Г. Визуальный мерчандайзинг, или как покупатель видит товар //www.retailclub.ru
- 14.Крок Г. Ювелирный магазин. Управление. Мерчандайзинг. М.: Изд-во «6 карат», 2005.
- 15.Леви М., Вейтц Б. Основы розничной торговли. СПб.: Питер, 2001.
- 16.Мачнев Е. В . Развлекунки: креатив в розничной торговле. – СПб.: Питер, 2005.
- 17.Сысоева С. В. Стандарт розничного магазина. Разработка инструкций и регламентов. – СПб.: Питер, 2007.
- 18.Современный супермаркет: Учебник по современным формам торговли. – М.: Издательство ВВРГ, 2005.
- 19.Сысоева С. Стандарт розничного магазина. Разработка инструкций и регламентов. СПб.: Питер, 2007.
- 20.Сысоева С. Тренинг продажи и обслуживания покупателей в розничном магазине. СПб.: Питер, 2007.

21. Ходаков А . Психология успешных продаж. – СПб.: Питер, 2001.
22. Шнаппауф Р. А . Практика продаж: Справочное пособие по всем ситуациям в сбыте. – М.: Интерэксперт, 2000.
23. Эстерлинг С., Флоттман Э., Джерниган М., Маршалл С. Мерчандайзинг в розничной торговле. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2004.

Електронні ресурси

1. <https://allretail.ua/ru>
2. <https://rau.ua/ru/>
3. <https://ua-retail.com/>
4. <https://retailers.ua/>
5. <https://promodo.ua/ua/blog/10-taktik-onlajn-merchandajzinga-dlya-uvelicheniya-prodazh.html#ref>
6. www.retailclub.ru
7. www.vitrina.ru
8. <https://vitristika.ru/>
9. <http://www.kanayan.biz/>