


ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально – науковий інститут денної освіти Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

 П.Ю. Балабан
(підпис) (ініціали, прізвище)

«30» серпня 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

навчальної дисципліни		«Мерчандайзинг»
освітня програма		для всіх освітніх програм
спеціальність	код	назва спеціальності
галузь знань	код	назва галузі знань
ступінь вищої освіти		бакалавр

Робоча програма навчальної дисципліни «Мерчандайзинг» схвалена та рекомендована до використання в освітньому процесі на засіданні кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Протокол від «29» серпня 2023 року № 1

Полтава 2023

Укладач програми:

Лісіца В. В., к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Полтавського університету економіки і торгівлі.

ЗМІСТ

Розділ 1. Опис навчальної дисципліни	4
Розділ 2 Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання	4
Розділ 3. Програма навчальної дисципліни.....	5
Розділ 4. Тематичний план навчальної дисципліни	7
Розділ 5. Оцінювання результатів навчання.....	15
Розділ 6. Інформаційні джерела.....	15
Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни.....	16

Розділ 1. Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1 - Опис навчальної дисципліни Мерчандайзинг

Місце у структурно-логічній схемі підготовки	
Мова викладання	Українська
Статус дисципліни: вибіркова	
Курс/семестр вивчення	3/5
Кількість кредитів ЄКТС/кількість модулів	5/2
Денна форма навчання:	
Кількість годин: – загальна кількість: - 150.	
- лекції: 20 год.	
- практичні заняття: 40 год.	
- самостійна робота: 90 год.	
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): ПМК	
Заочна форма навчання:	
Кількість годин: – загальна кількість: 1 семестр - 150.	
- лекції: 1 семестр - 10.	
- практичні заняття: 1 семестр - 10.	
- самостійна робота: 1 семестр –130.	
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): ПМК.	

Розділ 2. Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

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, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none"> • використовувати базові знання з торгівлі й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях (ПР01); • застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в торговельній діяльності (ПР02); • аналізувати діяльність торговельних підприємств (ПР05); • вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють 	<ul style="list-style-type: none"> • здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (К06); • здатність працювати в команді та автономно (К07); • навички використання інформаційних та комунікаційних технологій (К08); • навички міжособистісної взаємодії (К12); • здатність критично осмислювати теоретичні засади торговельної діяльності (К13); • здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин (К15); • здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльно-

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
досягти професійних цілей. (ПР06); <ul style="list-style-type: none"> • вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності торговельних структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів (ПР 17); • демонструвати вміння оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності торговельних структур з урахуванням ризиків (ПР20) 	сті торговельних структур (К16); <ul style="list-style-type: none"> • здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності торговельних структур (К19); • здатність до оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері торгівлі з урахуванням ризиків (К22).

Розділ 3. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1. Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі

Тема 1. Основи мерчандайзингу

Поняття та еволюція мерчандайзингу. Цілі, задачі та функції мерчандайзингу. Поведінка споживачів як основа мерчандайзингу, управління поведінкою покупців. Поняття про трьохрівневу концепцію мерчандайзингу. Основні відмінності в цілях мерчандайзингу виробника/постачальника та магазину. Обмеження щодо застосування технологій мерчандайзингу.

Тема 2. Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі

Реалізація концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі. Інструменти та правила мерчандайзингу. Ефективна організація торговельного простору магазину. Види планування торговельного залу. Основні показники ефективності використання торговельної площі магазину. Концепції розміщення товарних груп в торговельному залі, вимоги до організації основних зон торговельного залу магазину, послідовність розміщення відділів та секцій в торговельному залі. Система розміщення торговельного обладнання в торговому залі магазину. Організація руху покупців в торговельному залі. Особливості та принципи організації торгового простору магазинів різної спеціалізації. Особливості поведінки покупців в торговельному залі. Атмосфера магазину. Колір, система освітлення, запахи в торговельному залі магазину, їх взаємозв'язок зі спеціалізацією магазину та цільовою групою покупців, вплив на процес продажу. Викладка та розміщення товарів, принципи та основні концепції представлення товару, правила розміщення товару на полицях, вплив місця розміщення товару на обсяги продажу, визначення оптимального розміру викладки, фейсінг, розробка та побудова планограм.

Тема 3. Мерчандайзинг продовольчих товарів

Особливості мерчандайзингу в відділі гастрономії. Особливості мерчандайзингу в відділі бакалії. Особливості мерчандайзингу в відділі молочних продуктів. Особливості мерчандайзингу сільськогосподарської продукції. Особливості мерчандайзингу замороженої продукції. Викладка м'яса та м'ясопродуктів. Особливості мерчандайзингу алкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральної води та соків.

Тема 4. Мерчандайзинг непродовольчих товарів

Особливості мерчандайзингу побутової техніки та електроніки. Особливості мерчандайзингу товарів для дому, подарунків та сувенірів. Особливості мерчандайзингу одягу. Особливості мерчандайзингу книжкової продукції. Особливості організації системи мерчандайзингу в аптеці.

Модуль 2. Організація системи мерчандайзингу в компанії

Тема 5. Використання POS-матеріалів

Визначення і класифікація POS-матеріалів. Функціональні зони використання POS-матеріалів. Правила використання POS-матеріалів в магазині. Ефективність використання POS-матеріалів.

Тема 6. Організація системи мерчандайзингу в компанії

Організація служби мерчандайзингу в роздрібній компанії. Функції та обов'язки мерчандайзера в роздрібній компанії, план роботи в торговельному залі. Система стимулювання і мотивації мерчандайзерів, вимоги до професійної компетенції мерчандайзера. Мерчандайзинг-бук. Цілі та задачі мерчандайзингу виробника/постачальника. Аналіз та планування продаж. Застосування ABC-XYZ аналізу при плануванні продаж. Побудова взаємовідносин виробничих та збутових компаній з роздрібними мережами. Організація місця продажу продукції виробника/постачальника в магазині. Проведення спеціальних акцій виробником/постачальником в магазині. Організація служби мерчандайзингу в виробничій/збутовій компанії. Функції та обов'язки мерчандайзера в виробничій/збутовій компанії.

Тема 7. Використання мерчандайзингу в онлайн-торгівлі.

Онлайн-мерчандайзинг: сутність та принципи. Основні тактики онлайн-мерчандайзингу. Сутність та вплив інструментів Up-sell, Cross-sale, Down-sell на зростання обсягів продажу товарів в онлайн-торгівлі. Як оформляти основні поля картки товару.

Розділ 4. Тематичний план навчальної дисципліни

Таблиця 4.1 - Тематичний план навчальної дисципліни **Мерчандайзинг** для студентів денної форми навчання

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
Модуль 1. Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі					
Тема 1. Основи мерчандайзингу. 1.1. Поняття та еволюція мерчандайзингу. Цілі, функції мерчандайзингу. 1.2. Задачі мерчандайзингу виробника та роздрібного торговця. 1.3. Поняття про трирівневу концепцію мерчандайзингу.	2	Тема 1. Основи мерчандайзингу Практичне заняття 1 1.1. Дослідження еволюції концепції мерчандайзингу та її сучасної інтерпретації. 1.2. Цілі, функції мерчандайзингу. 1.3. Задачі мерчандайзингу виробника та роздрібного торговця.	2	Підготувати реферати на теми «Поведінка споживачів як основа мерчандайзингу», «Типологія покупців VALS, її недоліки та переваги», «Мерчандайзинг: історія та сучасний розвиток»	15
		Практичне заняття 2 1.4. Поведінка споживачів як основа мерчандайзингу. 1.5. Поняття про трирівневу концепцію мерчандайзингу.	2		
Тема 2. Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі Лекція 2.1 2.1. Реалізація першого рівня концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі. Інструменти та правила мерчандайзингу. 2.2. Види планування торговельного залу, їх переваги та недоліки. Лекція 2.2. 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	Тема 2. Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі Практичне заняття 1. 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	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»	15
		Практичне заняття 2. 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		
	Практичне заняття 3.	2			

<p>2.5. Атмосфера магазину, її складові. Колір, система освітлення, запахи в торговельному залі магазину.</p> <p>2.6. Аромамаркетинг, вплив музики та інших складових атмосфери магазину на процес продажу.</p> <p>Лекція 2.3.</p> <p>2.7. Способи та правила викладки товарів в торговельному залі.</p> <p>2.8. Визначення розміру викладки товарів. Розробка планограм.</p>	2	<p>2.5. Атмосфера магазину, її складові. Колір, система освітлення, запахи в торговельному залі магазину.</p> <p>2.6. Аромамаркетинг, вплив музики та інших складових атмосфери магазину на процес продажу.</p> <p>Практичне заняття 4.</p> <p>2.7. Способи та правила викладки товарів в торговельному залі.</p> <p>2.8. Визначення розміру викладки товарів. Розробка планограм.</p>	2		
<p>Тема 3. Мерчандайзинг продовольчих товарів</p> <p>3.1. Особливості мерчандайзингу гастрономічних товарів.</p> <p>3.2. Мерчандайзинг бакалійних товарів.</p> <p>3.3. Мерчандайзинг молочних товарів, м'яса та м'ясопродуктів.</p> <p>3.4. Особливості мерчандайзингу сільськогосподарської, замороженої продукції.</p> <p>3.5. Особливості мерчандайзингу алкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральної води та соків.</p>	2	<p>Тема 3. Мерчандайзинг продовольчих товарів</p> <p>Практичне заняття 1.</p> <p>3.1. Дослідження та аналіз особливостей застосування інструментів мерчандайзингу найбільш поширених груп продовольчих товарів в процесі їх реалізації в точці продажу.</p> <p>3.2. Особливості мерчандайзингу гастрономічних товарів.</p> <p>Практичне заняття 2</p> <p>3.3. Мерчандайзинг бакалійних товарів.</p> <p>3.4. Мерчандайзинг молочних товарів, м'яса та м'ясопродуктів.</p> <p>Практичне заняття 3</p> <p>3.5. Особливості мерчандайзингу сільськогосподарської, замороженої продукції.</p> <p>3.6. Особливості мерчандайзингу алкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральної води та соків.</p>	2 2 2	<p>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).</p>	15
<p>Тема 4. Мерчандайзинг непродовольчих товарів.</p> <p>4.1. Особливості мерчандайзингу побутової техніки та електроніки.</p> <p>4.2. Особливості мерчандайзингу чоловічого та жіночого одягу.</p> <p>4.3. Особливості мерчандайзингу дитячого одягу та іграшок.</p>	2	<p>Тема 4. Мерчандайзинг непродовольчих товарів.</p> <p>Практичне заняття 1.</p> <p>4.1. Дослідження та аналіз особливостей застосування інструментів мерчандайзингу найбільш поширених груп непродовольчих товарів в процесі їх реалізації в точці продажу.</p>	2	<p>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 влас-</p>	15

<p>4.4. Особливості організації системи мерчандайзингу в ювелірних магазинах.</p> <p>4.5. Особливості мерчандайзингу в книжкових супермаркетах.</p>		<p>Практичне заняття 2.</p> <p>4.2. Особливості мерчандайзингу побутової техніки та електроніки.</p> <p>4.3. Особливості мерчандайзингу чоловічого та жіночого одягу.</p> <p>4.4. Особливості мерчандайзингу дитячого одягу та іграшок.</p> <p>Практичне заняття 3.</p> <p>4.5. Особливості організації системи мерчандайзингу в ювелірних магазинах.</p> <p>4.6. Особливості мерчандайзингу в книжкових супермаркетах.</p>	<p>2</p> <p>2</p>	<p>ний вибір)», «Використання «перехресного опилення» (крос-мерчандайзингу) при продажу непродовольчих товарів в магазинах різних форматів (на власний вибір)»</p>	
<p>Разом по модулю 1</p>	<p>12</p>		<p>24</p>		<p>60</p>
<p>Модуль 2. Організація системи мерчандайзингу в компанії</p>					
<p>Тема 5. Використання POS-матеріалів</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>2</p>	<p>Тема 5. Використання POS-матеріалів</p> <p>Практичне заняття 1.</p> <p>5.1. Провести дослідження впливу POS – матеріалів на зростання обсягів продажу товарів різних груп.</p> <p>5.2. Дослідити та проаналізувати використання POS – матеріалів в магазинах різних форматів.</p> <p>Практичне заняття 2.</p> <p>5.3. Сутність рекламно-інформаційної підтримки в магазині.</p> <p>5.4. Визначення і класифікація POS – матеріалів.</p> <p>Практичне заняття 3.</p> <p>5.5. Функціональні зони використання POS – матеріалів.</p> <p>5.6. Правила оформлення POS – матеріалами.</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</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>10</p>
<p>Тема 6. Організація системи мерчандайзингу в компанії.</p> <p>Лекція 6.1.</p> <p>6.1. Організації мерчандайзингу в роздрібній компанії. Функціональні обов'язки та вимоги до мерчандайзера в роздрібній компанії.</p>	<p>2</p>	<p>Тема 6. Організація системи мерчандайзингу в компанії</p> <p>Практичне заняття 1</p> <p>6.1. Організації мерчандайзингу в роздрібній компанії. Функціональні обов'язки та вимоги до мерчандайзера в роздрібній компанії.</p>	<p>2</p>	<p>Підготувати презентації на теми «Організаційна структура відділу мерчандайзингу та посадові інструкції мерчандайзера в роздрібній компанії», «Планування та звітність з мерчандайзингу», «Розробка стандарту мерчандай-</p>	<p>10</p>

6.2. План роботи мерчандайзера в торговельному залі. Стандарт мерчандайзингу. Лекція 6.2. 6.3. Цілі та задачі мерчандайзингу виробника / постачальника. Організація служби мерчандайзингу в виробничій / збутовій компанії. Функціональні обов'язки супервайзера та мерчандайзера. 6.4. Зміст та методика розробки мерчандайзинг-бук.	2	6.2. План роботи мерчандайзера в торговельному залі. Стандарт мерчандайзингу. Практичне заняття 2. 6.3. Цілі та задачі мерчандайзингу виробника / постачальника. Організація служби мерчандайзингу в виробничій / збутовій компанії. Функціональні обов'язки супервайзера та мерчандайзера. 6.4. Зміст та методика розробки мерчандайзинг-бук	2	зингу: 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».	
Тема 7. Використання мерчандайзингу в онлайн-торгівлі. 1. Онлайн-мерчандайзинг: сутність та принципи. 2. Правила оформлення картки товару	2	Тема 7. Використання мерчандайзингу в онлайн-торгівлі. Практичне заняття 1. Cross-sale та up-sell інструменти: як збільшити середній чек. Практичне заняття 2. Кейс «Оформлення картки товару».	2 2	Провести дослідження на теми «Вплив інструментів Up-sell, Cross-sale, Down-sell на зростання обсягів продажу товарів в онлайн-торгівлі», «Аналіз картки товару в онлайн-каналах продажу (на власний вибір)».	10
Разом по модулю 2	8		14		30
Всього	20		40		90

Таблиця 4.2 - Тематичний план навчальної дисципліни **Мерчандайзинг** для студентів заочної форми навчання

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
Модуль 1. Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі					
Тема 1. Основи мерчандайзингу. 1.1. Поняття та еволюція мерчандайзингу. Цілі, функції мерчандайзингу. 1.2. Задачі мерчандайзингу виробника та роздрібного торговця.	2	Тема 1. Основи мерчандайзингу Практичне заняття 1 1.1. Дослідження еволюції концепції мерчандайзингу та її сучасної інтерпретації. 1.2. Цілі, функції мерчандайзингу.	2	Підготувати реферати на теми «Поведінка споживачів як основа мерчандайзингу», «Типологія покупців VALS, її недоліки та переваги», «Мерчандайзинг:	20

<p>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.</p>		<p>застосування інструментів мерчандайзингу найбільш поширених груп продовольчих товарів в процесі їх реалізації в точці продажу. 3.2. Особливості мерчандайзингу гастрономічних товарів. Практичне заняття 2 3.3. Мерчандайзинг бакалійних товарів. 3.4. Мерчандайзинг молочних товарів, м'яса та м'ясопродуктів. Практичне заняття 3 3.5. Особливості мерчандайзингу сільськогосподарської, замороженої продукції. 3.6. Особливості мерчандайзингу алкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральної води та соків.</p>	<p>точки), «Використання спеціалізованого обладнання при викладці продовольчих товарів» (на прикладі конкретної товарної групи та конкретної торгової точки).</p>	
<p>Тема 4. Мерчандайзинг непродовольчих товарів. 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.</p>		<p>Тема 4. Мерчандайзинг непродовольчих товарів. Практичне заняття 1. 4.1. Дослідження та аналіз особливостей застосування інструментів мерчандайзингу найбільш поширених груп непродовольчих товарів в процесі їх реалізації в точці продажу. Практичне заняття 2. 4.2. Особливості мерчандайзингу побутової техніки та електроніки. 4.3. Особливості мерчандайзингу чоловічого та жіночого одягу. 4.4. Особливості мерчандайзингу дитячого одягу та іграшок. Практичне заняття 3. 4.5. Особливості організації системи мерчандайзингу в ювелірних магазинах. 4.6. Особливості мерчандайзингу в книжкових супермаркетах.</p>	<p>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)»</p>	<p>20</p>
<p>Разом по модулю 1</p>	<p>10</p>		<p>10</p>	<p>80</p>
<p>Модуль 2. Організація системи мерчандайзингу в компанії</p>				
<p>Тема 5. Використання POS-</p>		<p>Тема 5. Використання POS-матеріалів</p>	<p>Провести дослідження на теми</p>	<p>15</p>

<p>матеріалів 5.1. Сутність рекламно-інформаційної підтримки в магазині. 5.2. Визначення і класифікація POS – матеріалів. 5.3. Функціональні зони використання POS – матеріалів. Правила оформлення POS – матеріалами.</p>		<p>Практичне заняття 1. 5.1. Провести дослідження впливу POS – матеріалів на зростання обсягів продажу товарів різних груп. 5.2. Дослідити та проаналізувати використання POS – матеріалів в магазинах різних форматів. Практичне заняття 2. 5.3. Сутність рекламно-інформаційної підтримки в магазині. 5.4. Визначення і класифікація POS – матеріалів. Практичне заняття 3. 5.5. Функціональні зони використання POS – матеріалів. 5.6. Правила оформлення POS – матеріалами.</p>	<p>«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>Тема 6. Організація системи мерчандайзингу в компанії. Лекція 6.1. 6.1. Організації мерчандайзингу в роздрібній компанії. Функціональні обов'язки та вимоги до мерчандайзера в роздрібній компанії. 6.2. План роботи мерчандайзера в торговельному залі. Стандарт мерчандайзингу. Лекція 6.2. 6.3. Цілі та задачі мерчандайзингу виробника / постачальника. Організація служби мерчандайзингу в виробничій / збутовій компанії. Функціональні обов'язки супервайзера та мерчандайзера. 6.4. Зміст та методика розробки мерчандайзинг-бук.</p>		<p>Тема 6. Організація системи мерчандайзингу в компанії Практичне заняття 1 6.1. Організації мерчандайзингу в роздрібній компанії. Функціональні обов'язки та вимоги до мерчандайзера в роздрібній компанії. 6.2. План роботи мерчандайзера в торговельному залі. Стандарт мерчандайзингу. Практичне заняття 2. 6.3. Цілі та задачі мерчандайзингу виробника / постачальника. Організація служби мерчандайзингу в виробничій / збутовій компанії. Функціональні обов'язки супервайзера та мерчандайзера. 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>20</p>

Тема 7. Використання мерчандайзингу в онлайн-торгівлі. 1. Онлайн-мерчандайзинг: сутність та принципи. 2. Правила оформлення картки товару		Тема 7. Використання мерчандайзингу в онлайн-торгівлі. Практичне заняття 1. Cross-sale та up-sell інструменти: як збільшити середній чек. Практичне заняття 2. Кейс «Оформлення картки товару».	Провести дослідження на теми «Вплив інструментів Up-sell, Cross-sale, Down-sell на зростання обсягів продажу товарів в онлайн-торгівлі», «Аналіз картки товару в онлайн-каналах продажу (на власний вибір)».	15
Разом по модулю 2				50
Всього	10		10	130

Розділ 5. Система оцінювання знань студентів

Таблиця 5 – Розподіл балів за результатами вивчення навчальної дисципліни

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-4): відвідування занять (2 бали); виконання навчальних завдань (20 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (16 балів); поточна модульна робота (10 балів)	56
Модуль 2 (теми 5-7): відвідування занять (1 бал); виконання навчальних завдань (15 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (12 балів); поточна модульна робота (10 балів)	44
Разом	100

Таблиця 6 - Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

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

Розділ 6. Інформаційні джерела

Основні

1. Анатомія рітейла / Віктор Корсак, Роман Корсак. – Луцьк, Видавництво «Коло», 2021. – 816 с.
2. Тягунова Н.М. Мерчандайзинг: кредитно-модульний курс. навч. посіб./ Н.М. Тягунова, В.В. Лісіца, Ю.В. Іванов. – К. : Центр учбової літератури, 2019. – 332 с.
3. Мазаракі А. А. Мерчандайзинг : навч. посібник / А. А. Мазаракі, Н. Б. Ільченко. – К. : КНТЕУ, 2015. – 292 с.
4. Мельник І.М., Хом'як Ю.М. Мерчандайзинг: Навч. посіб. – К. : Знання, 2009. – 309 с.
5. Божкова В.В., Бащук Т.О. Мерчандайзинг: Навчальний посібник. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. -125 с.

Додаткові

1. Скопенко Н.С. Онлайн-мерчандайзинг як інструмент активізації маркетингової поведінки підприємства на онлайн-ринку / Н.С. Скопенко, Л.В. Капінус, О.О. Лелека // Науковий погляд: економіка та управління, № 2 (82) / 2023. С. 74-80.
2. 9 критеріїв інтернет-магазину, які перетворюють відвідувача в покупця. URL: <http://surl.li/imibs>
3. Нордфальт Й. Рітейл-маркетинг: практики та дослідження. Київ, 2017. 167
4. Галига В.І., Рудська Є.М. Проблеми мерчандайзингу товарів в роздрібних торгових мережах. Молодий вчений. 2021. No 29. С. 393–398.
5. Правильний сезонний мерчандайзинг. Це як? URL: <https://planohero.com/uk/blog/correct-seasonal-merchandising/>

Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни

1. Банк тестів за курсом, які розміщені у програмній оболонці Open test.
2. Супровід лекцій за курсом з використанням Microsoft PowerPoint Presentation.
3. Лісіца В.В. Мерчандайзинг: дистанційний курс // В. В. Лісіца [Електронний ресурс] : Головний центр дистанційного навчання Полтавський університет економіки і торгівлі. – Режим доступу: <https://www2.el.puet.edu.ua/st/course/view.php?id=3258>