



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Мерчандайзинг»

Ступінь вищої освіти: *Бакалавр*

Спеціальність: *075 Маркетинг*

Освітньо-професійна програма: *Маркетинг*

Викладач: *Лозовська Ганна Миколаївна, к.е.н., доцент*

Кафедра: *Маркетингу, підприємництва і торгівлі*

Профайл викладача:

Контактна інформація:

тел: 048-7121164

e-mail: aniko85@ukr.net

1. Загальна інформація

Тип дисципліни – *вибіркова*

Мова викладання – *українська*

Навчальна дисципліна викладається для студентів денної форми навчання на 2 курсі у 1 семестрі та для студентів заочної форми навчання на 2 курсі у 2 семестрі.

Кількість кредитів ECTS- 3, годин - 90

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	34	18	16
заочна	16	8	8
Самостійна робота, годин	Денна - 56		Заочна - 74

Розклад занять

2. Анотація навчальної дисципліни

Інновації у сфері роздрібної торгівлі примушують власників магазинів і виробників збільшувати зусилля із завоювання і утримання покупців. Зручність і ефективність форм позамагазинної торгівлі вимагають поліпшення сервісу, а зміни в поведінці покупців – винаходити і застосовувати нові методи для залучення клієнтів. Зростаюча конкуренція примушує торговців концентрувати свої зусилля на створенні конкурентних переваг магазинів, їх індивідуальності. Інструментом досягнення таких переваг і є мерчандайзинг – маркетинг в стінах магазину.

Мета мерчандайзингу:

1) збільшення обсягів продажів; 2) формування прихильності до магазину і окремих марок товарів з боку існуючих клієнтів, залучення нових покупців; 3) забезпечення споживачів необхідною інформацією; 4) збільшення часу перебування і числа покупок клієнта в магазині, підвищення рівня ухвалення ним рішення безпосередньо в місцях продажу товарів.

Міждисциплінарні зв'язки: «Психологія», «Маркетинг», «Поведінка споживача».

3. Мета навчальної дисципліни

Метою дисципліни є формування у майбутнього фахівця теоретичних і практичних знань та вмінь щодо впровадження мерчандайзингу на підприємстві, отримання студентами знань та навичок щодо сучасних методів, механізмів та інструментів мерчандайзингу, методів підвищення рівня продажу продукції шляхом максимального наближення до клієнта.

Завдання дисципліни спрямовані на формування у студентів компетентності щодо:

- викладки товарів на експозиційному обладнанні;
- розміщення рекламних матеріалів в торговельних місцях;
- можливості представлення максимально можливого асортименту товару.

В результаті вивчення дисципліни студенти повинні

знати:

- теорію з питань розробки та застосування заходів мерчандайзингу;
- основні концепції мерчандайзингу торгових точок;
- методичний інструментарій реалізації основних принципів мерчандайзингу.

вміти:

- розробляти концепцію фірмового стилю, використовуючи зовнішні і внутрішні методи мерчандайзингу;
- планувати торговий зал згідно концепції мерчандайзингу;
- представити асортимент товару максимально інформативно;
- створювати рекламні матеріали в місцях торгівлі.

4. Програмні компетентності та результати навчання за дисципліною

5. Зміст навчальної дисципліни

6. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий – диф. залік.

Нарахування балів

Інформаційні ресурси

7. Політика навчальної дисципліни

Політика всіх навчальних дисциплін в ОНАХТ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, вимог [ISO 9001:2015](#), [«Положення про академічну доброчесність в ОНАХТ»](#) та [«Положення про організацію освітнього процесу»](#).

Викладач _____ Ганна ЛОЗОВСЬКА
підпис

Завідувач кафедри _____ Володимир ЛАГОДІЄНКО
підпис