



## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни
Обов'язкова (для студентів освітньої програми) / вибіркова дисципліна	<b>Вибіркова дисципліна для студентів спеціальності 075 «Маркетинг»</b>
Семестр (осінній / весняний)	<b>осінній</b>
Кількість кредитів	<b>5</b>
Загальна кількість годин	<b>150</b>
Кількість змістових модулів	<b>1</b>
Лекції, годин	<b>28</b>
Практичні / семінарські, годин	<b>28</b>
Лабораторні, годин	<b>-</b>
Самостійна робота, годин	<b>94</b>
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	<b>2,6</b>
самостійної роботи студента	<b>4</b>
Вид контролю	<b>екзамен</b>

## 2. Програма навчальної дисципліни

**Мета** вивчення дисципліни полягає у формуванні у здобувачів вищої освіти сучасного наукового світогляду та системи спеціальних знань у сфері мерчандайзингу та практичних навичок з питань організації мерчандайзингу роздрібних та виробничих/збутових підприємств.

**Завдання** дисципліни полягає в теоретичній і практичній підготовці здобувачів ВО у сфері мерчандайзингу; формуванні вмінь та навичок: визначення та ознайомлення з особливостями засад мерчандайзингу; використання знань щодо теоретичних основних інструментів та правил мерчандайзингу; дослідження мерчандайзингу зовнішнього вигляду магазину та прилеглої території; ознайомлення із організацією внутрішнього простору магазину; управління загальними правилами викладки товарів, дослідження атмосфери магазину як фактору ефективної торгівлі; використання POS-матеріалів; аналіз організації системи мерчандайзингу в компанії.

**Предмет:** механізм організації мерчандайзингу роздрібних та виробничих/збутових підприємств.

## **Зміст дисципліни розкривається в темах:**

- Тема 1. Теоретичні основи мерчандайзингу
- Тема 2. Основні інструменти та правила мерчандайзингу
- Тема 3. Мерчандайзинг зовнішнього вигляду магазину та прилеглої території
- Тема 4. Організація внутрішнього простору магазину
- Тема 5. Загальні правила викладки товарів
- Тема 6. Атмосфера магазину як фактор ефективної торгівлі
- Тема 7. Використання POS-матеріалів
- Тема 8. Організація системи мерчандайзингу в компанії.

## **Опанування дисципліни дозволяє забезпечити:**

### **1) формування:**

#### **– загальних програмних компетентностей:**

знання теоретичних та методологічних основ організації мерчандайзингу;  
знання ключової концепції, правил і принципів, а також інструментарію мерчандайзингу;

знання процесу створення механізму мерчандайзингу;

#### **– фахових програмних компетентностей:**

здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності;

здатність сприймати здобуті знання в області маркетингових досліджень, придатних для аналізу потреб в мерчандайзингу;

розуміння принципів та методів щодо організації внутрішнього простору магазину, зонування торгового простору магазину, планування технологічних приміщень і визначення напрямків руху товару (з технологічних зон у торговельний зал);

здатність використовувати стандарти мерчандайзингу;

аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності;

здатність використовувати принципи та правила ефективної викладки товарів;

здатність розробляти та використовувати планограми викладки товарів.

### **2) досягнення програмних результатів навчання:**

демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження мерчандайзингу;

здатність до організації інноваційних підходів щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;

застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері мерчандайзингу зовнішнього вигляду магазину та прилеглої території;

здатність оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень;

3) набуття **результатів навчання** (згідно Дублінських дескрипторів):

– **знання:**

цілей та основних принципів мерчандайзингу;

завдань, ключових концепцій, правил і принципів, а також інструментарію мерчандайзингу;

основоположних документів, що забезпечують правила ефективного розміщення товарів;

визначальних положень організації системи мерчандайзингу у роздрібній та виробничій/збутовій компаніях;

– **уміння/навички:**

уміння знаходити причинно-наслідкові зв'язки між явищами та процесами мерчандайзингу;

визначати необхідні роботи щодо планування зовнішнього вигляду магазину та прилеглої території, а також внутрішнього простору та викладки товарів у торговому залі;

застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;

застосовувати механізми обґрунтування управлінських рішень щодо організації системи мерчандайзингу роздрібних та виробничих/збутових підприємств;

– **комунікація:**

використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування інструментарію у мерчандайзингу;

**відповідальність і автономія:**

демонструвати соціальну відповідальність при розробці внутрішнього простору магазину;

діяти соціально відповідально та громадсько-свідомо на основі етичних принципів маркетингу;

пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері мерчандайзингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

### 3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	усього	У тому числі			
		л	п/с	ла б.	срс.
1	2	3	4	5	6
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи мерчандайзингу</b>					
Тема 1. Теоретичні основи мерчандайзингу	21	5	5		11
Тема 2. Основні інструменти та правила мерчандайзингу	22	5	5		12
Тема 3. Мерчандайзинг зовнішнього вигляду магазину та прилеглої території	16	2	2		12
Тема 4. Організація внутрішнього простору магазину	16	2	2		12
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>75</b>	<b>14</b>	<b>14</b>		<b>47</b>
<b>Змістовий модуль 2. Правила організації мерчандайзингу на підприємстві</b>					
Тема 5. Загальні правила викладки товарів	21	5	5		11
Тема 6. Атмосфера магазину як фактор ефективної торгівлі	22	5	5		12
Тема 7. Використання POS-матеріалів	16	2	2		12
Тема 8. Організація системи мерчандайзингу в компанії.	16	2	2		12
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>75</b>	<b>14</b>	<b>14</b>		<b>47</b>
<b>Усього годин</b>	<b>150</b>	<b>28</b>	<b>28</b>		<b>94</b>

### 4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять:

№ з/п	Вид та тема заняття	Годин
1	Семінар – розгорнута бесіда Теоретичні основи мерчандайзингу	2

2	Практичне заняття Поведінка споживачів як основа мерчандайзингу	2
3	Семінар – розгорнута бесіда Основні інструменти та правила мерчандайзингу	2
4	Семінар запитань і відповідей Правила ефективного розміщення товарів. Принципи та правила ефективної презентації товару.	2
5	Семінар запитань і відповідей Мерчандайзинг зовнішнього вигляду магазину та прилеглої території	2
6	Семінар – розгорнута бесіда Організація внутрішнього простору магазину	2
7	Семінар – розгорнута бесіда Загальні правила викладки товарів	2
8	Практичне завдання Поняття планограми викладки, принципи та послідовність її розробки. Стандарт мерчандайзингу.	2
9	Семінар запитань і відповідей Атмосфера магазину як фактор ефективної торгівлі	2
10	Семінар запитань і відповідей Використання POS-матеріалів	2
11	Семінар – розгорнута бесіда Функціональні зони використання POS-матеріалів	2
12	Семінар запитань і відповідей Дослідження особливостей організації системи мерчандайзингу у виробничій/збутовій компанії	2
13	Семінар запитань і відповідей Організація системи мерчандайзингу у роздрібній компанії	2
14	Практичне заняття Організація системи мерчандайзингу в компанії Захист групових проектів	2
	<b>Разом</b>	<b>28</b>

## 5. Розподіл балів, які отримують студенти

### А) вид контролю: екзамен

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення екзамену: впродовж семестру (50 балів) та при проведенні підсумкового контролю - екзамену (50 балів).

**Оцінювання студентів протягом семестру  
(очна форма навчання)**

№ теми семінарського/пр актичного заняття	Аудиторна робота				Позааудитор на робота	Сума балів
	Тестові завданн я	Ситуаційн і завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	ПМК/ захист групового проекту	Завдання для самостійного виконання	
<b>Змістовий модуль 1</b>						
Тема 1	2	1	1			4
Тема 2	2	1	2			5
Тема 3	2	1		5		8
Тема 4	2	1		5		8
Разом змістовий модуль 1	<b>8</b>	<b>4</b>	3	<b>10</b>		<b>25</b>
<b>Змістовий модуль 2</b>						
Тема 5	2	2				4
Тема 6	2	2	1			5
Тема 7	2		2	5		9
Тема 8	2			5		7
Разом змістовий модуль 2	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>10</b>		<b>25</b>
<b>Разом</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>20</b>		<b>50</b>

**Оцінювання студентів протягом семестру  
(заочна форма навчання)**

Поточне тестування та самостійна робота			Підсумковий тест (екзамен)	Сума в балах
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Індивідуальне завдання	50	100
15	20	15		

## Загальне оцінювання результатів вивчення навчальної дисципліни

<b>Оцінка</b>		
<b>100-бальна шкала</b>	<b>Шкала ECTS</b>	<b>Національна шкала</b>
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	3, «задовільно»
60-69	E	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	