

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра маркетингу та реклами**

**СИЛАБУС
МЕРЧАНДАЙЗИНГ / MERCHANDISING**

Інформація про викладача	
Викладач	Середницька Людмила Петрівна
Науковий ступінь	-
Вчене звання	-
Посада	Старший викладач
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Соборна, 87, каб. 28
Контактний телефон	(0432) 55-04-02
Е-mail:	serednuzka@gmail.com; serednuzka@vtei.com.ua
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	http://sun.vtei.com.ua/course/view.php?id=280
Консультації	Відповідно до графіку індивідуальних консультацій: Понеділок, п'ятниця 10-00 – 15-00 за адресою кафедри маркетингу та реклами. Також можливі консультації шляхом листування через електронну пошту, зокрема, що стосується погодження планів та змісту наукових робіт, індивідуальних науково-дослідних завдань тощо
Інформація про дисципліну	
Освітній ступінь	-
Галузь знань	Для усіх галузей знань
Спеціальність	Для усіх спеціальностей
Освітня програма	-
Навчальний рік	2022-2023
Семестр	-
Факультет	-
Курс	-
Групи	-
Анотація курсу	Дисципліна «Мерчандайзинг» направлена на формування у здобувачів необхідних теоретичних знань та практичних навичок у сфері розробки та впровадження мерчандайзингу. Метою вивчення дисципліни «Мерчандайзинг» є підготовка здобувачів освіти до рівня, за допомогою якого вони здатні оволодіти методами впровадження інструментів мерчандайзингу на підприємствах роздрібної торгівлі та здобуття практичних навичок прийняття рішень щодо вибору стратегії продажу й умінь застосування гнучких інструментів мерчандайзингу безпосередньо в місцях кінцевого продажу продукції. Завданням навчальної дисципліни «Мерчандайзинг» є теоретична та практична підготовка майбутніх фахівців з поглибленими знаннями у сфері мерчандайзингової діяльності на підприємстві; методичного інструментарію реалізації основних принципів та концепцій мерчандайзингу; вивчення основних застосувань інструментів мерчандайзингу; засвоєння ключових критеріїв оцінювання діяльності мерчандайзерів та супервайзерів; набуття навичок формування потоку покупців у місцях продажу з урахуванням їх

	особливостей; формування навичок систематизації викладення товарів на торговельно-технічному обладнанні в торговельному залі.
Мова викладання	Українська
Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітня програма (ОП)	–
Перелік компетентностей	<ul style="list-style-type: none"> - здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії мерчандайзингу; - здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти мерчандайзингу; - здатність визначати вплив мерчандайзингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів; - здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності; - здатність використовувати інструментарій маркетингу в мерчандайзинговій діяльності; - здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу;
Перелік програмних результатів навчання	<ul style="list-style-type: none"> - демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів мерчандайзингової діяльності; - застосовувати набуті теоретичні знання мерчандайзингу для розв'язання практичних завдань у торговельній діяльності суб'єкта підприємницької діяльності; - оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності; - демонструвати вміння застосовувати чуттєві компоненти при організації продажу товарів та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта; - виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань в управлінні роздрібним продажем товарів із застосуванням мерчандайзингу; - відповідати за результати своєї діяльності; - виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи в мерчандайзинговому підході до формування та управління асортиментом товарів; - виконувати функціональні обов'язки в організації роботи мерчандайзерів; - відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки; - демонструвати навички професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології мерчандайзера та супервейзера.
Пререквізити дисципліни	-

Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Тематичний план (схема вивчення курсу)	Назва теми	Кількість годин			Форми контролю
		Усього годин / кредитів	з них		
			лекції	Практичні заняття	
Тема 1. Сутність, завдання та основні функції мерчандайзингу	14	4	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН.
Тема 2. Організація роботи мерчандайзерів	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН.
Тема 3.	12	2	2	8	УО, ПО, Т,

	Упровадження мерчандайзингової діяльності товаровиробниками та підприємствами роздрібною торгівлі					Р, ІЗ, СУН.
	Тема 4. Маркетингові дослідження в управлінні мерчандайзинговою діяльністю	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 5. Мерчандайзингові підходи до формування та управління асортиментом товарів	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 6. Особливості формування типу руху покупців у торговельній залі	14	2	2	10	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, КТ
	Тема 7. Основні принципи та правила викладки товарів у торговельній залі магазину	12	2	4	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 8. Особливості розміщення та викладки продовольчих та товарів	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 9. Особливості розміщення та викладки непродовольчих товарів	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 10. Врахування чутливих компонентів при організації продажу товарів	14	4	2	10	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 11. Стимулювання попиту споживачів у місцях продажу	18	4	6	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 12. Управління роздрібним продажем товарів із застосуванням мерчандайзингу	14	4	4	6	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Разом	180/6	34	34	112	
	Підсумковий контроль – екзамен					
	Умовні позначення: УО – усне опитування; ІЗ – індивідуальне завдання; ПО – письмове опитування; СУН – система управління навчання moodle Т – тестування; ДК – розрахунки та дослідження з використанням Р – реферат;					
Поточний контроль / критерії оцінювання	1. За кожне практичне заняття – 4 бали. (17 занять * 4 бали = 68 балів) 2. Самостійна робота студента – 32 бали. Разом за семестр – 100 балів.					

	<p>На практичному занятті оцінюється (4 бали):</p> <ul style="list-style-type: none"> - усна/письмова відповідь студента – 1 бал; - правильність розрахунків при розв’язанні ситуаційних завдань – 2 бали; - оформлення відповіді (звіту) та його захист – 1 бал. <p>Оцінювання самостійної роботи студента (32 бали):</p> <ul style="list-style-type: none"> - підготовка наукових публікацій та участь з доповідями на наукових конференціях, семінарах (10 балів); - виконання та презентація індивідуального завдання (14 балів); - робота в системі дистанційної освіти MOODLE – 8 балів.
Основні літературні та інформаційні джерела	<ol style="list-style-type: none"> 1. Мазаракі А. А. <i>Мерчандайзинг: Навч. посібник К.: Київ : Київ. нац. торг.екон. ун-т, 2015. 292 с.</i> 2. Поліщук І.І., Коновал В.В., Середницька Л.П. <i>Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку. Монографія. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 284 с.</i> 3. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.С., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. <i>Маркетинг : Навчальний посібник. Вінниця : ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 292 с.</i> 4. Поліщук І.І. Середницька Л.П. <i>Управління продажем та мерчандайзинг : Опорний конспект лекцій . Вінниця : Центр підготовки навчальних та науково-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 195 с.</i>
Політика дисципліни	
Організація навчання	<p>Організація навчання здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти у ВТЕІ КНТЕУ.</p> <p>Викладання курсу передбачає поєднання традиційних форм аудиторного та самостійного навчання, з елементами електронного навчання, в якому використовуються спеціальні інформаційні технології, такі як систем а управління навчання «MOODLE»; платформа: PROMETHEUS; платформа: COURSEERA; інтерактивні елементи; онлайн консультування тощо. Під час сесії формат очний (offline/Face to face).</p>
Відпрацювання пропусків занять	<p>Пропущені лекційні та практичні заняття студент повинен відпрацювати під час індивідуально-консультативної роботи з викладачем.</p> <p>Студент, який бажає відпрацювати пропущене заняття, повинен мати при собі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - допуск з деканату на відпрацювання пропущеного заняття; - конспект, в якому міститься домашня робота за відповідною темою; у СУН «MOODLE» з дисципліни «Мерчандайзинг». <p>Завершальним етапом відпрацювання пропущеного заняття є усне опитування студента по даній темі.</p>
Допуск до підсумкового контролю	<p>Підсумкове оцінювання результатів навчання студента здійснюється у формі екзамену.</p> <p>Умови допуску до підсумкового контролю:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мінімальна кількість балів, яку повинен набрати студент-35; - відпрацювати усі пропущені заняття; - не мати академічної заборгованості за попередній семестр. <p>У разі, якщо здобувач вищої освіти бажає поліпшити свою оцінку, або не набрав 75 балів, він складає екзамен з усієї програми навчальної дисципліни у вигляді письмового опитування знань згідно завдань встановленого зразка.</p>

	Результат виконання екзаменаційних завдань оцінюється з урахуванням результатів у співвідношенні 80:20, де 80 – максимальна оцінка за виконання екзаменаційного завдання, 20 – результат поточної успішності відповідно до шкали переведу поточної роботи для врахування її при підсумковій оцінці.
Академічна доброчесність	Для забезпечення академічної доброчесності студентам необхідно дотримуватися Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними та здобувачами освіти ВТЕІ КНТЕУ. Доступна за посиланням: http://www.vtei.com.ua/doc/2019/ud/pol/2.pdf . Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 12%. Списування під час екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.
Інші складові політики дисципліни	Усі завдання з дисципліни «Мерчандайзинг» мають бути виконані у встановлений термін. Різні моделі роботи на практичних заняттях (індивідуальна, в парах, в мікро-групах, групах) над вирішенням завдань дають можливість студентам якнайширше розкрити свій власний потенціал, навчитись довіряти своїм партнерам, розвинути навички інтелектуальної роботи в команді. Дисципліна «Мерчандайзинг» передбачає інтенсивне використання інформаційних технологій навчання, що дають можливість студентам та викладачу спілкуватись один з одним у будь-який зручний для них час, а для студентів , які відсутні на заняттях-отримати необхідну навчальну інформацію та представити виконані завдання. Протягом усього курсу активно розвиваються автономні навички студентів, які можуть підготувати додаткову інформацію за темою, що не увійшла до переліку тем практичних занять та виступити з презентацією чи доповіддю додатково (оцінюється окремо).

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу та реклами 02.11.2021 №16

Науково-педагогічний працівник

Завідувач кафедри



Людмила СЕРЕДНИЦЬКА

Ірина ПОЛЩУК