

## АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

### «Мерчандайзинг» Ступень «Бакалавр»

Кількість кредитів ECTS	Семестр
4	6

**1 Мета опанування дисципліни:** формування теоретичних знань та практичних навичок з організації та управління торговельно-технологічними процесами за допомогою оптимізації планування торговельного залу, розміщення обладнання і позиціонування товару з урахуванням психологічних особливостей покупців, із використанням факторів регулювання уваги та інших складових природної системи людини.

**2 Завдання:** вивчення загальних закономірностей методологічних засад мерчандайзингу; ознайомлення із змістом теоретичних основ мерчандайзингу; знання основних інструментів та правил мерчандайзингу; дослідження мерчандайзингу зовнішнього вигляду магазину та прилеглої території; ознайомлення із організацією внутрішнього простору магазину; дослідження загальних правил викладки товарів, дослідження атмосфери магазину як фактору ефективної торгівлі; використання POS-матеріалів; організація системи мерчандайзингу в компанії.

### **3 Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування дисципліни:**

#### **знання і розуміння:**

знання ключової концепції, правил і принципів, а також інструментарію мерчандайзингу  
знання теоретичних та методологічних основ організації мерчандайзингу  
комплексу заходів, які здійснюються в торговельному залі та спрямовані на просування товару

чинників зовнішнього впливу на планування торговельної зали та розміщення обладнання  
можливості та межі застосування ресурсів мерчандайзингу

значення управління мерчандайзингом для підвищення ефективності роботи  
торговельного підприємства

особливостей викладки товарів в торговельному залі підприємства

напрямів діяльності міжнародних компаній із впровадження мерчандайзингу

підходів до класифікації засобів та інструментів мерчандайзингу

#### **застосування знань і розуміння:**

уміння визначати ефективність використання торгової площі та торговельного обладнання  
уміння оцінювати та аналізувати привабливість товарного відділу та робити вибір  
оптимального варіанту його розміщення

уміння класифікувати асортимент з позицій мерчандайзингу та формувати товарні  
категорії

уміння обґрунтовувати управлінські рішення щодо організації системи мерчандайзингу  
роздрібних та виробничих/збутових підприємств

уміння розробляти програми просування окремих товарів без залучення додаткових  
інвестицій

уміння здійснювати необхідні роботи щодо планування зовнішнього вигляду магазину й

зовнішньої території, а також внутрішнього простору у торговому залі  
уміння створювати середовище в магазині, в якому відвідувачі отримали б задоволення  
від процесу здійснення покупки  
уміння привертати увагу споживачів до нових товарів і спеціальних пропозицій  
уміння забезпечувати доступність товарів для покупців при їх виборі без участі продавців-консультантів

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

##### **Змістовий модуль 1. Теоретичні основи мерчандайзингу**

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

##### **Змістовий модуль 2. Правила організації мерчандайзингу на підприємстві**

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

#### **5. Викладацький склад: к.е.н., доцент Барабанова В.В.**