

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ



Навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мерчандайзинг

Міжфакультетська вибіркова навчальна дисципліна

Розробник:

Писаренко Володимир –

завідувач, професор кафедри маркетингу,
д.е.н., професор

Гарант ОПП:

Писаренко Володимир –

завідувач, професор кафедри маркетингу,
д.е.н., професор



Полтава
2023 р.

Форма опису навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва дисципліни	навчальної	Мерчандайзинг Міжфакультетська вибіркова навчальна дисципліна
Назва підрозділу	структурного	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання		Викладач: Писаренко Володимир , д.е.н., професор Контакти: ауд. 471, навчальний корпус №4 e-mail: volodymyr.pysarenko@pdaa.edu.ua, тел.: 0664420433, сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/pysarenko-volodymyr-viktorovych
Рівень вищої освіти		Перший (бакалаврський) рівень
Спеціальність		
Попередні умови для вивчення дисципліни	для навчальної	

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни 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.

Основні завдання навчальної дисципліни: в теоретичній і практичній підготовці здобувачів ВО у сфері мерчандайзингу; формуванні вмінь та знань із теоретичних основ мерчандайзингу; використання навичок щодо 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; організації системи мерчандайзингу в компанії.

Компетентності:	Результати навчання:
загальні:	
ЗК7. Здатність до адаптації, творчості, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові якості. ЗК10. Здатність застосовувати отриманні знання в практичних ситуаціях, виявляти, ставити та вирішувати завдання у сфері професійної діяльності.	РН14. Планувати механізми управління інноваційним розвитком економічних систем, забезпечувати результативність формування та використання інноваційного потенціалу суб'єктів господарювання. РН17. Уміти ефективно застосовувати теоретико-методичний та управлінський інструментарій для вирішення практичних завдань; володіти належним рівнем фінансової культури, раціоналізації фінансової поведінки та професійного зростання.

Програма навчальної дисципліни:

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. Дослідження особливостей організації системи мерчандайзингу.

Політика оцінювання

1. Академічна доброчесність: Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавської державної аграрної академії. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

2. Дедлайни та перескладання: Практичні завдання, завдання зі самостійної роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-30%). Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату ННІ.

3. Система оцінювання:

Критерії успішного опанування програмних результатів навчання

Результати навчання	Відсоток у підсумковій оцінці з навчальної дисципліни, %	Максимальна кількість балів	Мінімальний пороговий рівень оцінок, балів
РН14. Планувати механізми управління інноваційним розвитком економічних систем, забезпечувати результативність формування та використання інноваційного потенціалу суб'єктів господарювання.	50	50	30
РН17. Уміти ефективно застосовувати теоретико-методичний та управлінський інструментарій для вирішення практичних завдань; володіти належним рівнем фінансової культури, раціоналізації фінансової поведінки та професійного зростання.	50	50	30
Разом	100	100	60

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом
	Виконання лабораторних завдань	Розв'язування тестів	Реферат	Виконання завдань самостійної письмової роботи	
Тема 1. Теоретичні основи мерчандайзингу	4	3		4	11
Тема 2. Основні інструменти та правила мерчандайзингу	4	3		4	11
Тема 3. Мерчандайзинг зовнішнього вигляду магазину та прилеглої території.	4	3	12	4	23
Тема 4. Організація внутрішнього простору магазину	4	3		4	11
Тема 5. Загальні правила викладки товарів.	4	3		4	11
Тема 6. Атмосфера магазину як фактор ефективної торгівлі.	4	3		4	11
Тема 7. Використання POS-матеріалів.	4	3		4	11
Тема 8. Дослідження особливостей організації системи мерчандайзингу.	4	3		4	11
Всього	32	24	12	32	100

Трудовісткість:

Загальна кількість годин – 90 год.

Кількість кредитів – 3

Форма семестрового контролю – залік

Література та джерела інформації

Основні

1. Божкова В. В. Мерчандайзинг : навч. посіб. / В. В. Божкова, Т. О. Башук. — Суми: ВТД "Університетська книга", 2007. — 125 с.: 16 с. іл.
2. Мазаракі А. А. Мерчандайзинг : навч. посібник / А. А. Мазаракі, Н. Б. Ільченко. – К. : КНТЕУ, 2015.– 292 с.
3. Мельник І. М. Мерчандайзинг : навч. посібник / І. М. Мельник, Ю. М. Хом'як. – К. : Знання, 2009. – 309 с.

4. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг : кредитно-модульний курс : навч. посібник / Н. М. Тягунова, В. В. Лісіца, Ю. В. Іванов. – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 332 с.

Додаткові

1. Маркетинг і менеджмент інновацій – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
2. Маркетинг і реклама – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>

Інформаційні ресурси в Інтернеті

3. Національна бібліотека України ім. В. Вернадського НАН України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>.
4. Актуальні проблеми економіки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eco-science.net/Arhive.html>.