

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Мерчандайзинг»**

(міжфакультетська вибіркова навчальна дисципліна)

Полтава
2021 р.

Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	«Мерчандайзинг»
Назва структурного підрозділу	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. (0532) 56-98-24 сторінка викладача https://www.pdaa.edu.ua/people/pysarenko-volodymyr-viktorivych
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврській) рівень
Спеціальність	Між факультетська вибіркова навчальна дисципліна для здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у майбутніх фахівців системи науково-теоретичних знань та практичних навичок ефективної реалізації товарів та послуг кінцевим споживачам, ознайомлення з актуально-практичними та науково-прикладними основами підготовки майбутнього фахівця для реалізації професійних функцій у сфері продажів, формування клієнтської бази, використання маркетингових інструментів стимулювання та активізації продажів товарів та послуг

Основні завдання навчальної дисципліни: оволодіння системою теоретичних та практичних знань щодо ефективної організації та реалізації продажів товарів і послуг для різних сегментів споживачів; просування товарного асортименту за допомогою заходів інформування, впливу, переконання і стимулювання покупців, залучення їх до процесу купівлі-продажу; ознайомлення з теоретичними і прикладними аспектами здійснення продажів товарів (послуг) з урахуванням тенденцій розвитку господарських зв'язків.

Компетентності:

ЗК 6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, встановлення причиннонаслідкових зв'язків, уміння використовувати їх у професійній і соціальній діяльності.

ЗК 10. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях, виявляти, ставити та вирішувати завдання у сфері професійної діяльності.

ЗК 18. Уміння розв'язувати поставлені задачі та приймати відповідні обґрунтовані рішення.

Програмні результати навчання:

ПРН 3. Виявляти навички самостійної і командної роботи, гнучкого, креативного та критичного мислення, відкритості до нових знань у дослідницькій діяльності та професійному спілкуванні.

ПРН 19. Розуміти сутність процесів, аналізувати та обґрунтовувати вибір структури, алгоритмів і схем керування об'єктами; здатність проєктувати, готувати виробництво та експлуатувати вироби, застосовуючи автоматизовані системи підтримання життєвого циклу.

Програма навчальної дисципліни:

Тема 1. Сутність, зміст та інструменти мерчандайзингу

Тема 2. Планування магазину

Тема 3. Планування торговельних площ

Тема 4. Торгівельне обладнання

Тема 5. Викладка товару

Тема 6. Стимулювання збуту в місцях продажу

Трудомісткість:

Загальна кількість годин – 90 год.

Кількість кредитів – 3.

Форма семестрового контролю – залік.

Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин			
	усього	у тому числі		
		л	п	с.р.
Тема 1. Сутність, зміст та інструменти мерчандайзингу	10	2	2	10
Тема 2. Планування магазину	10	2	2	10
Тема 3. Планування торговельних площ	10	2	2	10
Тема 4. Торгівельне обладнання	10	4	2	10
Тема 5. Викладка товару	10	4	4	10
Тема 6. Стимулювання збуту в місцях продажу	10	2	2	10
Усього годин	90	16	14	60

Шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного і семестрового контролю успішності здобувачів вищої освіти

Форма контролю	Шкала та характеристика критеріїв оцінювання
- виконання практичного завдання	від 0 до 3: 2,0-3,0 балів: відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою; 1,1-2,0 бали: відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання; 0-1,0 бали – відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення, характеризує застосування знань при виконанні завдань за зразком, але з неточностями.
- розв'язування тестів	від 0 до 2: по 0,2 за кожен вірний тест. тести на практичному занятті розраховані на індивідуальне виконання.
- підготовка презентації	від 0 до 10: протягом вивчення навчальної дисципліни студент обов'язково виконує по 2-х програмних результатах навчання за будь якою темою на вибір 1 презентацію (всього за курс – 2 презентації). 9-10 балів – зміст презентації відповідає темі та результату навчання; наявність творчого підходу складання презентації; якісно підготовлена практична розробка, дотримані всі вимоги щодо технічного й естетичного оформлення роботи і орфографічного стандарту, наявності електронного (на носіїві) матеріалу презентації. 7-8 балів – наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації

Форма контролю	Шкала та характеристика критеріїв оцінювання
	заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні. 0-6 бали – наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.
- розробка кросворду	від 0 до 10: (по 1 балу за кожен правильну відповідь); «Вчу, навчаючи» (протягом вивчення навчальної дисципліни студент обов'язково виконує по 2-х програмних результатах навчання за будь якою темою на вибір 1 кросворд на 10 слів (всього за курс – 2 кросворди) відповідно до завдань самостійної роботи та обмінюються ними на занятті, перевіряють та виставляють бали, демонструючи спеціальні компетентності творчої та навчальної роботи).

Форма проведення семестрового контролю згідно з робочим та навчальним планом – залік.

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни 075МАР мд 2021

Назва теми	Види навчальної роботи здобувачів вищої освіти, балів				Разом
	Виконання практичного завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи		
			Презентація	Розробка кросворду	
Тема 1. Сутність, зміст та інструменти мерчандайзингу	6	4	20	20	10
Тема 2. Планування магазину	6	4			10
Тема 3. Планування торговельних площ	6	4			10
Тема 4. Торгівельне обладнання	6	4			10
Тема 5. Викладка товару	6	4			10
Тема 6. Стимулювання збуту в місцях продажу	6	4			10
Разом	36	24	20	20	100

Рекомендовані джерела інформації Основні

1. Амблер Т. Практический маркетинг / Т. Амблер; [пер. с англ. под общей редакцией Ю. А. Каптуревского]. – СПб. Питер, 2001 – 400 с.
2. Альошина І. В. Поведінка споживачів: Підручник. / І. В. Альошина – М.: Економіст, 2006. – 528 с.
3. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу: Навч. посіб. / О. А. Біловодська. – К.: Знання, 2011. – 495 с.
4. Бугорская Ю. От стимулирования сбыта – к повышению лояльности потребителей: программы поощрени. / Ю. Бугорская // Маркетинговые коммуникации. 2003. № 3. – С. 15.
5. Бутчер С. Программы лояльности и клубы постоянных клиентов / С. Бутчер. – М: Изд. дом «Вильямс», 2006. – 272 с.
6. Веллхофф А. Мерчандайзинг: ефективні інструменти та управління товарними категоріями / А. Веллхофф, Ж.-Е. Масон. – М.: Вид. Дім Гребенникова, 2004. – 267 с.
7. Васин Ю. Эффективные программы лояльности. / Ю. Васин, Л. Лаврентьев, А. Самсонов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 170 с.

8. Ведмідь Н. І. Сервісна концепція: еволюція та пріоритети імплементації [Електронний ресурс] / Н. І. Ведмідь // Ефективна економіка. – 2013. – № 6. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>
9. Виноградська А. М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку: Монографія. / А. М. Виноградська. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 807 с.
10. Волянська О. В. Соціальна психологія: Навч. посіб. /О. В. Волянська, А.М. Ніколаєвська. – К., 2008. – 275 с.
11. Гузелевич, Н.Ю. Мерчандайзинг: практика эффективных продаж / Н.Ю. Гузелевич. – Минск: Изд-во Гревцова, 2008. – 192 с.
12. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посіб.: Пер. з 4_го англ. вид. –2_ге укр. вид., випр. і доп. / Ф. Джефкінс, 2008. – 565 с.
13. Канаян, К. Мерчандайзинг / К. Канаян, Р. Канаян. – М.: РИП- холдинг, 2004. – 236 с.
14. Мазаракі А.А. Мерчандайзинг : навч. посіб. для студ. вищ.навч. закл. / А.А. Мазаракі, Н.Б. Ільченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон.ун-т, 2015. – 292 с.

Допоміжні

1. Новаторов Є.В. Візуальний мерчандайзинг як ефективний маркетинговий інструмент для збільшення продажу в роздрібній торгівлі / 10. Є.В. Новаторов, В.П. Щербачук // Маркетинг послуг. – 2012.– № 1. – С. 68-75.
2. Таборова Л.Г. Умный мерчандайзинг: Практическое пособие / Л. Г. Таборова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. – 160 с.
3. Драганчук Л. С. Поведінка споживачів: Посібник. / Л. С. Драганчук – М.: ИНФРА – М.: 2011. – 398 с.
4. Морган Р. Л. Искусство продавать: как стать профессионалом: Учеб. пособие /Р. Л. Морган. – М.: КОНСЭКО, 1994. – 146 с.
5. Мэттсон Д. Психология успешных продаж / Д. Мэттсон. – М: Альпина Бизнес Букс, 2012. – 200 с.
6. Пепперс Д. Управление отношениями с клиентами: как превратить базу ваших клиентов в деньги / Д. Пепперс, М. Роджерс; [пер. с англ.]; под ред. С. Н. Хромова_Борисова, Ю. В. Вронского, В. В. Титова. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 336 с.

Інформаційні ресурси

1. Візуальний мерчандайзинг як інструмент маркетингу: Сучасна наука: актуальні проблеми теорії та практики [Електронний ресурс] / М. А. Алексієнко // Бібліотечний вісник – 2012. – №4. – Режим доступу до журн.: <http://www.vipstd.ru/nauteh/index.php/---ep12-04/486-a>.
2. Інноваційний мерчандайзинг: як краще привабити покупців онлайн та офлайн? Nike, Lego, Hublot, Doritos, Carrefour [Електронний ресурс] // Бібліотечний вісник. – Режим доступу: <http://btl.moonmana.com/articles/innovative-merchandising>.
3. Мерчандайзинг – Кира и Рубен Канаян. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.kanayan.biz/analytics/merchandising-book/download/>.
4. Мерчандайзинг [Електронний ресурс] // Менеджмент – заочне та дистанційне навчання. – Режим доступу: <http://menedzhmenti.ru/page592/index.html>. – Назва з екрану.

5. Мерчандайзинг Інтернет-магазину: Актуальні проблеми економіки [Електронний ресурс] / Т. В. Дубовик, О. В. Дубовик // Бібліотечний вісник – 2010. – №11 (113). – Режим доступу до журн.: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/APE/2010_11/APE-2010-11/123-128.pdf.

6. Мерчандайзинг как программирование поведения покупателя [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.marketingua.com/articles.php?articleId=337>

7. Диалог.UA [Электронный ресурс] : незалежний інформаційно-аналітичний ресурс. – Режим доступу : <http://www.dialogs.org.ua/ru/main/index.html>. – Назва з титул. екрану.

8. Електронний репозитарій ПДАУ: URL:
<http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/5101>