ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет бізнес-технологій та економіки
Кафедра «Маркетинг та логістика»

СИЛАБУС
вибіркової навчальної дисципліни
(факультетського) каталогу
МЕРЧАНДАЙЗИНГ
Обсяг освітнього компоненту: кількість годин – 90; кредитів – 3

першого рівня вищої освіти

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА

ЗЕРКАЛЬ АНАСТАСІЯ ВІКТОРІВНА, професор кафедри «Маркетинг та логістика», доктор економічних наук, професор

Контактна інформація:
- номер телефону: +380665152427;
- e-mail: z.a.v@i.ua
- навчальний корпус та номер аудиторії: головний корпус університету, ауд.279
Час і місце проведення консультацій:
згідно з розкладом консультацій, головний корпус університету, ауд.279

ОПИС КУРСУ

Вивчення дисципліни «Мерчандайзинг» допомагає при опануванні основних засад організації управління продажами із застосуванням інструментів мерчандайзингу; формуванні теоретичних та практичних підходів та методичного інструментарію реалізації основних принципів і концепцій мерчандайзингу; набутті практичних навичок планування зовнішнього вигляду магазину та прилеглої території, а також внутрішнього простору та викладки товарів у торговому залі; отриманні знань та навичок із розробки та обґрунтуванні управлінських рішень щодо організації системи мерчандайзингу роздрібних та виробничих/збутових підприємств. набуття навичок аналізу чинників, що впливають на поведінкові реакції споживачів в часі і просторі торговельної зали.

МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

1. Мета курсу: формування у студентів системи теоретичних знань і практичних навичок щодо стимулювання збуту в торговельній мережі; створення конкурентних переваг магазину й окремих торговельних марок; формування прихильності споживачів до магазину, збільшення кількості

лояльних і нових покупців; удосконалення рекламно комунікаційної політики торговельної мережі; вплив на поведінку споживачів.

2. При вивченні дисципліни «Мерчандайзинг» Ви набуваєте:

- загальні компетентності: здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- фахові компетентності: здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних структур.

3. Результатами навчання є вміння: володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких та торговельних структур.

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Для успішного навчання та опанування компетентностями з даної дисципліни, необхідно мати здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу інформації, застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях, здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, працювати в команді, виявляти ініціативу та підприємливість.

ПЕРЕЛІК ТЕМ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ

Номер тижня	Теми лекцій, год.	Теми семінарів, год.
Змістовий модуль 1 Теоретичні та практичні основи мерчандайзингу		
1	Тема 1. Теоретичні основи мерчандайзингу, (2 год.)	
2		Теоретичні основи мерчандайзингу, (2 год.)
3	Тема 2. Концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі, (2 год.)	
4		Концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі, (2 год.)
5	Тема 3. Упровадження мерчандайзингу товаровиробниками та роздрібними торговельними підприємствами, (2 год.)	
6		Упровадження мерчандайзингу товаровиробниками та роздрібними торговельними підприємствами. (2 год.)
7	Тема 4. Управління роздрібними продажами товарів із застосуванням інструментів мерчандайзингу, (2 год.)	
8		Управління роздрібними продажами товарів із застосуванням інструментів мерчандайзингу (2 год.)
Змістовий модуль 2 Практичні основи мерчандайзингу		
9	Тема 5. Розміщення торговельно-технологічного обладнання та формування типу руху покупців у торговій залі магазину, (2 год.)	
10		Розміщення торговельно-технологічного обладнання та формування типу руху покупців у торговій залі магазину. (2 год.)

11	Тема 6. Основні принципи та правила викладки товарів у торговій залі магазину, (2 год.)	
13		Основні принципи та правила викладки товарів у торговій залі магазину. (2 год.)
14	Тема 7. Візуальний мерчандайзинг. Інтегровані маркетингові комунікації у місцях продажу, (2 год.)	
15		Візуальний мерчандайзинг. Інтегровані маркетингові комунікації у місцях продажу, (2 год.)

САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з.п.	Назва теми	Види СР	кінцеві терміни (тижні навчання
1	Теоретичні основи мерчандайзингу	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою, пошук наукових статей.	2
2	Концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою, пошук наукових статей.	4
3	Упровадження мерчандайзингу товаровиробниками та роздрібними торговельними підприємствами	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою. Підбір прикладів	6
4	Управління роздрібними продажами товарів із застосуванням інструментів мерчандайзингу	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою, пошук наукових статей.	8
5	Розміщення торговельно-технологічного обладнання та формування типу руху покупців у торговій залі магазину	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою. Підготовка реферату.	10
6	Основні принципи та правила викладки товарів у торговій залі магазину	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою, пошук практичних прикладів.	12
7	Візуальний мерчандайзинг	Підготувати концепцію і сценарний план проведення прес-конференції, презентації, виставки та конференції на будь-яку тематику (за вибором студентів).	14
8	Інтегровані маркетингові комунікації у місцях продажу	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою.	15

Літературні джерела:

Базова

1. Божкова, В. В., Башук Т. О. Мерчандайзинг: навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. Суми: Унів. кн., 2020. 123 с.
2. Мельник, І. М., Хом'як Ю. М. Мерчандайзинг: навч. посібник: рек. МОНУ. Київ : Знання, 2009. 309 с.
3. Мазаракі А. А., Ільченко Н. Б. Мерчандайзинг: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 292 с.
4. Тягунова, Н. М., Лісіца В. В., Іванов Ю. В. Мерчандайзинг: кредитно-модульний курс: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 332 с.

Допоміжна

1. 10 тактик онлайн-мерчандайзингу для збільшення продажів. URL: https://promodo.ua/ua/blog/10-taktik-onlajn-merchandajzinga-dlya-uvelicheniya-prodazh.html
2. Zerkal A. Customer service culture formation as the basis of commercial awareness of enterprise's employee. Міжнародний науковий журнал Інтернаука. Серія: Економічні науки. 2019. №10. С.9-13
3. Булах Т. Електронний мерчандайзинг: сутнісні характеристики, специфіка застосування в інтернет-книгарнях. Вісник Книжкової палати. 2015. № 5 (226), травень, С. 3-7.
4. Головня О.М. Мерчендайзинг. Методичні вказівки для проведення практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форми навчання галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальностей 075 «Маркетинг», 073 «Менеджмент». Вінниця: ВНАУ, 2023. 57 с.
5. Данкеєва О. М. Аналіз перцепції споживачами простору мерчандайзингу в роздрібних торговельних мережах. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. 2018. Т. 23, Вип. 1. С. 55-58. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2018_23_1_13. 7.
6. Данкеєва О. М. Інструменти мерчандайзингу як каталізатор прийняття рішень споживачів щодо купівлі товару. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2014. № 4 (66). С. 123 - 129.
7. Дзюба Є. Мерчандайзинг: плюси і мінуси співпраці товаровиробників і ритейлерів. Маркетинг и реклама. 2016. № 4 (235). С. 58-60.
8. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика. Навчальний посібник. Київ: Стилос, 2011. 294 с.
9. Заячковська Г. А. Візуальний мерчандайзинг як засіб впливу на поведінку споживачів. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. № 6(1). С. 69-74. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2019_6(1)__15.
10. Зозульов О. В., Саранчук О. В. Мерчандайзинг у роздрібній торгівлі промисловими товарами. Актуальні проблеми економіки та управління. 2017. № 11. URL: http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102845

11. Писар Н. Б. Методологічні засади мерчендайзингу в системі управління збутом. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія : Економічні науки. 2021. № 6 (2). С. 46-53.

12. Попригіна, Л. Особливості мерчандайзингу XXI століття та його роль в управлінні продажами. Маркетинг в Україні. 2019. № 2 (113). С. 55-58.

13. Селезньова О. О. Вплив візуального мерчандайзингу на формування лояльності клієнтів. Маркетинг і цифрові технології. 2020. Т. 4, № 3. С. 44-54. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mardigt_2020_4_3_8. 12.

14. Соломянюк Н. Н. Візуальний мерчандайзинг як інструмент управління роздрібним продажем. Формування ринкових відносин в Україні. 2018. № 12. С. 56-64. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2018_12_8

15. Шимко О. В. Мерчандайзинг у системі управління торговельним підприємством. Бізнес Інформ. 2020. № 1. С. 383-390. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2020_1_50

Інформаційні ресурси

1. Академія SendPulse. URL: https://sendpulse.com/ru/academy?utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=acad04012022

2. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

3. Єдина платформа для маркетингу і продаж. SendPulse: вебсайт. URL: https://sendpulse.ua/support/glossary/merchandising

4. Українська асоціація маркетингу. URL: http://uam.in.ua/

5. ABMcloud.URL: https://abmcloud.com/

Методичні вказівки до проведення практичних та семінарських занять, виконання самостійної роботи з дисципліни «Мерчандайзинг» для здобувачів вищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» освітньої програми «Організація торгівлі та комерційна логістика» освітнього ступеня «Бакалавр» всіх форм навчання / укл. А.В. Зеркаль. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка». 2024. 34 с.

ОЦІНЮВАННЯ

Рівень знань здобувачів вищої освіти оцінюється за 100-бальною шкалою.

Під час контролю враховуючи наступні види робіт:

- захист домашнього завдання здобувача вищої освіти оцінюється до 25 балів за семестр;

- контрольна робота (2 контрольні роботи) – до 30 балів за кожну контрольну роботу. За семестр враховується середній результат за дві контрольні роботи (максимум 30 балів);

- самоосвіта студента (інформальна та неформальна освіта: участь у тренінгах, семінарах, проходження додаткових курсів з сертифікацією) додатково оцінюється до 10 балів за семестр;

- участь у науковій діяльності кафедри (учать у НДР, підготовка тез доповідей за тематикою розділів дисципліни, виступи на конференціях) додатково оцінюються у 10 балів за семестр;

- інші види активності та робіт (проміжні тестування, підготовка рефератів, презентацій досліджень тощо) оцінюється у 25 бали за семестр.

- підсумковий контроль у формі заліку.

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Політика відвідування занять (особиста присутність здобувача вищої освіти на заняттях). В умовах впровадження он-лайн-освіти за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, стажування, мобільність, індивідуальний графік, знаходження на карантині тощо) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності, що визначається Кодексом академічної доброчесності Національного університету «Запорізька політехніка» https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf

В разі, якщо здобувач вищої освіти проходить додаткове навчання (неформальна та/або інформальна освіта) на освітніх платформах (наприклад, Prometheus), в інформаційних центрах, вивчає дисципліни в інших закладах освіти в межах академічної мобільності, бере участь у кейс-чемпіонатах (наприклад, Marketing Hackathon від компанії Genesis), науковій роботі кафедри, то результати додаткового навчання та активності можуть бути зарахованими або як певна частина годин дисципліни, що відводиться на самостійну роботу, або врахована під час поточного контролю та заліку.

При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту або через систему дистанційного навчання Moodle про стан виконання завдань та раз на тиждень – за графіком консультацій - виходити на он-лайн-консультацію.

Політика дедлайнів. Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання Moodle), до яких має бути виконано певне завдання. За наявності поважних причин (відповідно до інформації, яку надано деканатом) здобувач вищої освіти має право на складання індивідуального графіку вивчення окремих тем дисципліни.

Політика академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю, досягнення результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право та суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації; використання достовірної інформації з офіційних джерел при виконанні проектних завдань.

Політика дотримання прав та обов'язків здобувачів вищої освіти. Права і обов'язки с здобувачів вищої освіти відображено у п.7.5 Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Polozhennia_pro_organizatsiyu_osvitnoho_protsesu.pdf).

Політика конфіденційності та захисту персональних даних. Обмін персональними даними між викладачем і здобувачем вищої освіти в межах вивчення дисципліни, їх використання відбувається на основі закону України «Про захист персональних даних» (https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text). Стаття 10, п. 3 «Використання персональних даних працівниками суб'єктів відносин, пов'язаних з персональними даними, повинно здійснюватися лише відповідно до їхніх професійних чи службових або трудових обов'язків. Ці працівники зобов'язані не допускати розголошення у будь-який спосіб персональних даних, які їм було довірено або які стали відомі у зв'язку з виконанням професійних чи службових або трудових обов'язків, крім випадків, передбачених законом. Таке зобов'язання чинне після припинення ними діяльності, пов'язаної з персональними даними, крім випадків, установлених законом».

ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДЛЯ РОБОТИ НА КУРСІ

Для того, щоб мати доступ до навчально-методичних розробок курсу необхідно мати особистий доступ до університетської навчальної платформи Moodle – https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=4836