МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра ПІДПРИЄМНИЦТВА, МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ЛОГІСТИКИ

 **ЗАТВЕРДЖУЮ**

Декан факультету менеджменту

\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_І.Г. Шавкун\_\_\_\_

(підпис) (ініціали та прізвище)

 “\_\_\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2019

**“МЕРЧАНДАЙЗИНГ”**

(назва навчальної дисципліни)

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки бакалавра \_\_

спеціальності 073 Менеджмент

освітньо-професійна програми “Менеджмент організацій і адміністрування”,

**Укладач Полусмяк Ю.І.**, к.е.н, доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики

(ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада)

|  |  |
| --- | --- |
| Обговорено та ухваленона засіданні кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістикиПротокол № 1 від “28” серпня 2019 р.Завідувач кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики \_\_\_\_\_\_\_\_\_ Л.М. Бухаріна  (підпис) (ініціали, прізвище ) | Ухвалено науково-методичною радою факультету менеджменту Протокол №\_1\_від “30” серпня\_2019 р.Голова науково-методичної ради факультету менеджменту\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О.В. Юдіна (підпис) (ініціали, прізвище ) |

2019 рік

**1. Опис навчальної дисципліни**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Найменування показників**  | **Галузь знань,** **напрям підготовки,** **рівень вищої освіти**  | **Характеристика навчальної дисципліни** |
| денна форма навчання | заочна форма навчання |
| Кількість кредитів – **3** | Галузь знань07 Управління і адміністрування | За вибором |
| Цикл дисциплін професійної підготовки |
| Розділів – **3** | Спеціальність073 Менеджмент  | **Рік підготовки:** |
| Загальна кількість годин – **90** | 4-й | - |
| **Лекції** |
| Тижневих годин для денної форми навчання:аудиторних – **3**самостійної роботи студента – **8** | Освітньо-професійна програми“Менеджмент організацій і адміністрування” | 16 год. | - |
| **Практичні** |
| 8 год. | - |
| Рівень вищої освіти: **бакалаврський** | **Самостійна робота** |
| 66 год. | - |
| **Вид підсумкового контролю**: Екзамен |

# Мета і завдання навчальної дисципліни

* 1. *Метою* вивчення навчальної дисципліни «Мерчандайзинг» є форму- вання у студентів системи теоретичних знань та практичних навичок щодо за- стосування мерчандайзингу виробничими/постачальницькими та роздрібними підприємствами в просуванні товарів до споживачів в місці продажу.
	2. *Завданням* навчальної дисципліни «Мерчандайзинг» є вивчення осно- вних принципів і законів мерчандайзингу в процесі просування товарів до кін- цевого споживача; здобуття студентами навичок й умінь щодо застосування їх у практичній діяльності для підвищення ефективності процесу продажу товарів.
	3. В результаті вивчення навчальної дисципліни «Мерчандайзинг» сту- дент повинен *знати:*
* роль і значення мерчандайзингу в торговому бізнесі;
* основні принципи і закони мерчандайзингу;
* особливості мерчандайзингу виробника/постачальника;
* особливості мерчандайзингу в роздрібній торгівлі;
* прийоми залучення споживачів до місць продажу товарів;
* методи та інструменти зростання обсягів продажу в місцях продажу. Студенти повинні *вміти:*
* організувати діяльність з продажу продукції;
* розробляти та впроваджувати у діяльність виробничих та роздрібних під- приємств заходи зі стимулювання збуту товарів;
* оптимізувати торгівельний простір за принципами мерчандайзингу;
* розраховувати ефективність системи мерчандайзингу;
* створювати в торговельному залі ефективну систему стимулювання імпу- льсних покупок;
* визначати оптимальні варіанти управління мерчандайзинговою діяльніс- тю підприємства;
* розробляти та впроваджувати стандарти мерчандайзингу для різних кате- горій торговельних марок і типів збутових каналів.

На вивчення навчальної дисципліни «Мерчандайзинг» для студентів денної та заочної форми навчання відводиться не менше 90 годин / 3 кредити ECTS. Форма підсумкового контролю успішності навчання – ПМК (Залік).

**Міждисциплінарні зв’язки.**

Вивчення курсу базується на знаннях, отриманих студентами під час вивчення циклу фундаментальних та професійно-орієнтованих дисциплін: “Менеджмент”, “Теорія організацій”, “Управління сталим розвитком підприємства”, „Управління персоналом”, „Маркетинг”.

**3. Програма навчальної дисципліни**

# Модуль 1. Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі

**Тема 1. Основи мерчандайзингу**

*Основні поняття та питання теми*

Поняття та еволюція мерчандайзингу. Цілі, задачі та функції мерчандай- зингу. Поведінка споживачів як основа мерчандайзингу, управління поведінкою покупців. Поняття про трирівневу концепцію мерчандайзингу. Основні відмін- ності в цілях мерчандайзингу виробника/постачальника та магазину. Обмежен- ня щодо застосування технологій мерчандайзингу.

# Тема 2. Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі

*Основні поняття та питання теми*

Реалізація концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі. Інструменти та правила мерчандайзингу. Ефективна організація торговельного простору ма- газину. Види планування торговельного залу. Основні показники ефективності використання торговельної площі магазину. Концепції розміщення товарних груп в торговельному залі, вимоги до організації основних зон торговельного залу магазину, послідовність розміщення відділів та секцій в торговельному залі. Система розміщення торговельного обладнання в торговому залі магазину. Організація руху покупців в торговельному залі. Особливості та принципи ор- ганізації торгового простору магазинів різної спеціалізації. Особливості поведі- нки покупців в торговельному залі. Атмосфера магазину. Колір, система освіт- лення, запахи в торговельному залі магазину, їх взаємозв’язок зі спеціалізацією магазину та цільовою групою покупців, вплив на процес продажу. Викладка та розміщення товарів, принципи та основні концепції представлення товару, пра- вила розміщення товару на полицях, вплив місця розміщення товару на обсяги продажу, визначення оптимального розміру викладки, фейсинг, розробка та по- будова планограм.

# Тема 3. Мерчандайзинг продовольчих товарів

*Основні поняття та питання теми*

Особливості мерчандайзингу в відділі гастрономії. Особливості мерчан- дайзингу в відділі бакалії. Особливості мерчандайзингу в відділі молочних про- дуктів. Особливості мерчандайзингу сільськогосподарської продукції. Особли- вості мерчандайзингу замороженої продукції. Викладка м’яса та м’ясопродуктів. Особливості мерчандайзингу алкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральної води та соків.

# Тема 4. Мерчандайзинг непродовольчих товарів

*Основні поняття та питання теми*

Особливості мерчандайзингу побутової техніки та електроніки. Особли- вості мерчандайзингу товарів для дому, подарунків та сувенірів. Особливості мерчандайзингу одягу. Особливості мерчандайзингу книжкової продукції. Осо- бливості організації системи мерчандайзингу в аптеці.

# Тема 5. Використання POS-матеріалів

*Основні поняття та питання теми*

Визначення і класифікація POS-матеріалів. Функціональні зони викорис- тання POS-матеріалів. Правила використання POS-матеріалів в магазині. Ефек- тивність використання POS-матеріалів.

# Тема 6. Організація системи мерчандайзингу в компанії

*Основні поняття та питання теми*

Організація служби мерчандайзингу в роздрібній компанії. Функції та обов’язки мерчандайзера в роздрібній компанії, план роботи в торговельному залі. Система стимулювання і мотивації мерчандайзерів, вимоги до професійної компетенції мерчандайзера. Мерчандайзинг-бук. Показники ефективності мер- чандайзингу.

Цілі та задачі мерчандайзингу виробника/постачальника. Аналіз та пла- нування продаж. Побудова взаємовідносин виробничих та збутових компаній з роздрібними мережами. Організація місця продажу продукції виробни- ка/постачальника в магазині. Проведення спеціальних акцій виробни- ком/постачальником в магазині. Організація служби мерчандайзингу в вироб- ничій/збутовій компанії. Функції та обов’язки мерчандайзера в виробни- чій/збутовій компанії.

**4. Види контролю і система накопичення балів**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Вид контролю** | **№** | **Вид контрольного заходу** | **Кількість контрольних заходів** | **Кількість балів за 1 захід** | **Усього балів** |
| **Денна форма** |
| **Поточний контроль** | **1** | Збір, систематизація та аналіз фактичного матеріалу, доповіді на практичних заняттях | 4 | 2 | **8** |
| **2** | Виступ, презентація й обговорення результатів дослідження матеріалу на практичних заняттях | 4 | 2 | **8** |
| **3** | Розв’язання навчальних кейсів за тематикою практичного заняття | 4 | 2 | **8** |
| **4** | Контрольне тестування за результатом вивчення матеріалу **Розділу 1, Розділу 2**  | 2 | 9 | **18** |
| **5** | Самостійне проходження тесту за матеріалом **Розділу 1, Розділу 2** у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ **Moodle**  | 2 | 9 | **18** |
| **Підсумковий** **контроль – екзамен** | **6** | **Вирішення контрольних ситуативних задач та навчальних кейсів (у письмовій формі)** | 1 | 30 | **40** |
| **Контрольне тестування** за вивченим матеріалом курсу (у письмовій формі) | 10 |
| **Усього балів** | **17** |  | **100** |

**Критерії оцінювання**

1. *Збір, систематизація та аналіз фактичного матеріалу, доповіді: 1-2 бал(и).*

2 бали - відповідь правильна, повна, інформацію з різних джерел систематизовано, виокремлено основні положення, структурно об’єднано та стисло проаналізовано кожне з них, зроблено ґрунтовні узагальнюючі висновки.

1 бал - відповідь в цілому правильна, виокремлено основні положення кожного з джерел, але не зроблено їх відповідного аналізу та узагальнюючих висновків.

*2. Виступ, презентація й обговорення результатів дослідження матеріалу на практичних заняттях: 1-2 бал(и).*

2 бали – виступ або презентація підготовлено за темою заняття, чітко визначено зміст; зроблено глибокий системний аналіз змісту презентації, виявлено нові ідеї та положення, що не були розглянуті, але суттєво впливають на зміст презентації, надано власні аргументи щодо основних положень даної теми.

1 бал - підготовлено матеріал з теми, що оговорюється, що доповнює зміст виступу, поглиблює знання з цієї теми, висловлено власну думку.

*3. Розв’язання навчальних кейсів за тематикою практичного заняття: 1-2 бал(и).*

2 бали - проаналізовано зміст навчального кейса, дано вичерпні відповіді на всі питання, зроблено ґрунтовні узагальнюючі висновки та надано рекомендації.

1 бал - правильно виокремлено основні положення навчального кейса, проведено відповідний аналіз, але не зроблено узагальнюючих висновків.

*4. Контрольне тестування за результатом вивчення матеріалу Розділу 1, Розділу 2: 0-9 бал(ів).*

0,5 бала за кожну правильну відповідь (всього 18 тестових запитань до кожного розділу).

*5. Самостійне проходження тесту за матеріалом Розділу 1, Розділу 2 у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ Moodle: 0-9 бал(ів).*

1 бал за кожну правильну відповідь (9 тестових завдань до кожного розділу). За умови виконання тесту не менше, ніж на 85%. Кількість спроб не враховується. Час не обмежено.

*6. Вирішення контрольних ситуативних задач та навчальних кейсів (у письмовій формі): 0- 30 балів.*

15 балів – задачу вирішено вірно, проведено розрахунки, зроблено висновки, надано рекомендації.

15 балів - проаналізовано зміст навчального кейса, дано вичерпні відповіді на всі питання, зроблено ґрунтовні узагальнюючі висновки та надано рекомендації.

*Контрольне тестування за вивченим матеріалом курсу (у письмовій формі) 0-10 бал(ів)*

1 бал за кожну правильну відповідь (всього 10 тестових запитань).

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *За шкалою*ECTS | *За шкалою* **університету** | *За національною шкалою* |
| Екзамен | Залік |
| A | 90 – 100(відмінно) | 55 (відмінно) | Зараховано |
| B | 85 – 89(дуже добре) | 4 (добре) |
| C | 75 – 84(добре) |
| D | 70 – 74(задовільно)  | 3 (задовільно) |
| E | 60 – 69(достатньо) |
| FX | 35 – 59(незадовільно – з можливістю повторного складання) | 2 (незадовільно) | Не зараховано |

**Перелік основної навчально-методичної літератури**

1. Тягунова Н.М. Мерчандайзинг: кредитно-модульний курс. навч. посіб./ Н.М. Тягунова, В.В. Лісіца, Ю.В. Іванов. – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 332 с.
2. Мельник І.М., Хом’як Ю.М. Мерчандайзинг: Навч. посіб. – К. : Знання, 2009. – 309 с.
3. Божкова В.В., Бащук Т.О. Мерчандайзинг: Навчальний посібник. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. -125 с.
4. Кира и Рубен Канаян. Мерчандайзинг. – М.: РИП-холдинг, 2005. – 236 с.
5. Клочкова М.С., Логинова Е.Ю., Якорева А.С. Мерчандайзинг: Учебно- практическое пособие. – М.: «Дашков и К», 2009. – 268 с.
6. Мерчандайзинг: искусство тореадора. Библиотека журнала «Новый мар- кетинг» / Червак Р., Бондарчук В., Синило Л. – К.: Издательство Алексея Капусты, 2003. – 306 с.
7. Мерчандайзинг: эффективные инструменты и управление товарными ка- тегориями / Алан Веллхофф, Жан-Эмиль Масон – М.: Издательский дом Гребенникова, 2004. – 280 с.
8. Снегирева В.В. Книга мерчандайзера. – СПб.: Питер, 2005. – 384 с.
9. Сысоева С.В., Бузукова Е.А. Мерчандайзинг. Курс управления ассорти- ментом в рознице. – СПБ.: Питер, 2008. -226 с.
10. Сысоева С.В., Крок Г.Г. Большая книга директора магазина. – СПб.: Пи- тер, 2009. - 432 с.

*Перелік додаткової навчально-методичної літератури*

1. Баришева А.В. Как продать слона.3-е изд. – СПб. : Питер, 2005. - 192 с.
2. Джонс Роб, Мерфі Ден. Оздоровлення роздрібної торгівлі: Як налаштува- ти успішні стратегічні взаємовідносини. Пер. з англ. – Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2005. – 288 с.
3. Дорощук Н. Рабочая книга супервайзера. – СПб. : Питер, 2008.- 192 с.: ил.
	* (Серия „Продажи на 100%).
4. Иванченко Б.В. Мерчендайзинг : Искусство продавать. Практ. пос. – Симферополь : «Реноме», 2003. – 144 с.
5. Макаров П.В. Теория и практика продаж: Практ. пос. – Симферополь : ВД «Квадранал», 2004. – 176 с.
6. Сэнд Г.А. Принципы мерчендайзинга / Грегори А. Сэнд ; пер. с англ. М. С. Долженков – Минск : Гревцов Паблишер, 2007. – 256 с.

**Інформаційні ресурси:**

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 26.08.2019).
2. Кабінет Міністрів України. Урядовий портал. URL: http:// [www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua) (дата звернення: 26.08.2019).
3. Международный технический журнал “Мир техники и технологий”. URL: <http://www.mtt.com.ua/> (дата звернення: 26.08.2019).
4. Міністерство економічного розвитку і торгівлі. Офіційний веб-сайт. URL: <http://www.me.gov.ua> (дата звернення: 26.08.2019).
5. Модуль аналітики офіційного сайту “Prozorro”, публічні закупівлі. URL: <http://bi.prozorro.org>. (дата звернення: 26.08.2019).
6. Науково-практичний журнал “Менеджмент сьогодні”. URL: <http://grebennikon.ru/journal-6.html> (дата звернення: 26.08.2019).
7. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: [www.rada.gov.ua/](http://www.rada.gov.ua/). (дата звернення: 26.08.2019).
8. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: http: //www.m e.gov. ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=50da6022-ffe8-4ddb-9248-8a24ab606d3c&title=ProzorroZmenshuKoruptsiiu-RezultatiOpituvanniaBiznesu. (дата звернення: 26.08.2019).
9. Президент України. Офіційне інтернет-представництво. URL: <http://www.president.gov.ua> (дата звернення: 26.08.2019).

Погоджено

з навчальним відділом

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

“\_\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Доповнення та зміни до робочої програми навчальної дисципліни**

**“Мерчандайзинг”**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Протокол засідання кафедри  (дата та номер) | Внесені зміни | Підпис завідувача кафедри, дата |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |