**Заняття № 2**

**Тема: Мерчандайзинг як промоційна стратегія**

**План**

* 1. Поняття, мета, цілі мерчандайзингу видавничої діяльності.
  2. Структурні елементи мерчандайзингу.
  3. Електронний мерчандайзинг.

**практичне завдання:** проаналізувати 1 сайт українського книжкового інтернет-магазину на предмет дотримання основних складових електронного мерчандайзингу

**Література**

1. Андреев С. А. Методы мерчандайзинга в книжной торговле / / Справочник издателя и книготорговца. – 2005. – № 2.
2. Булах Т. Електронний мерчандайзинг: сутнісні характеристики, специфіка застосування в інтернет-книгарнях // Вісник Книжкової палати. – 2015.- № 5.
3. Булах Т. Реклама у видавничій справі / Т. Булах. – Харків, 2011. – 224 с.
4. Теремко В. Видавничий маркетинг / В. Теремко. – К. : Академвидав, 2009. – С. 237-245. https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=348#section-0
5. Схют Г. Продаж книжок: практичні поради та ідеї / Г. Схют. — К. : Самміт-книга, 2007. — 54 с. https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=348#section-0
6. Федько В.П. Мерчандайзинг и семплинг /   
   В. П. Федько, В. А. Бондаренко. — М. : ИЦ „Март”, 2006. — 244 с.

\