

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 «Управління та адміністрування»
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 076 «Підприємництво, торгівля і біржова діяльність»
ОПП Підприємництво, торгівля і біржова діяльність
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНИЙ СТУПІНЬ фаховий молодший бакалавр

ВБ1.2 «МЕРЧАНДАЙЗИНГ»

(шифри за ОПП та назва дисципліни)

Опис дисципліни	
Назва дисципліни	Мерчандайзинг
Статус	Вибіркова
Курс, семестр	3 курс, 5 семестр
Обсяг кредитів, годин (з них: лекційні/практичні)	3, 90 (30/30)
Підсумковий контроль	Залік
Циклова комісія, яка забезпечує викладання	Циклова комісія економічних дисциплін
Анотація	
Зміст дисципліни	<p>Тема 1. Визначення, цілі, задачі та принципи мерчандайзингу</p> <p>Тема 2. Реалізація концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі</p> <p>Тема 3. Планування торгових площ</p> <p>Тема 4. Організація місця продажу товару</p> <p>Тема 5. Мерчандайзинг продовольчої і непродовольчої групи товарів</p> <p>Тема 6. Основні елементи атмосфери магазину</p> <p>Тема 7. Ефективне розміщення торгового обладнання</p> <p>Тема 8. Використання pos-матеріалів</p> <p>Тема 9. Внутрішньомагазинна інформація та семплінг як інструменти мерчандайзингу</p> <p>Тема 10. Мерчандайзингові підходи до планування магазинів</p> <p>Тема 11. Поняття та показники ефективності мерчандайзингу</p> <p>Тема 12. Організація системи мерчандайзингу в компанії.</p>
Актуальність	В сучасних умовах торгівля є складним, багаторівневим, динамічним бізнесом. Фахівці в галузі товарознавства і комерції з

	<p>метою успішної торгівлі повинні шукати покупців, виявляти їх потреби, закуповувати відповідні товари, складувати, перевозити, домовлятися про ціни та умови продажу. При цьому фахівці з закупівлі можуть створити чудовий асортимент, домогтися низької вартості товарів, але якщо ці товари не будуть реалізовані споживачем, компанія не отримає прибутку.</p> <p>Оскільки жоден, навіть найкращий товар не може продати себе сам, роздрібний торговець повинен забезпечити ефективне представлення продуктів у магазині, переконати покупців у доцільності придбання товару і запропонувати послуги, стимулюючі і підкріплюючі в рішенні споживача зробити покупку. Комплекс заходів спрямований на просування і збут товарів у магазині, отримав назву мерчандайзингу.</p> <p>Значення мерчандайзингу зростає у зв'язку з посиленням ролі і активності роздрібних торговців, а також з трансформацією в мотивації і поведінці покупців.</p> <p>Мерчандайзинг - одна з основоположних дисциплін для професійних діячів ринку, чий бізнес полягає в реалізації товарів і послуг кінцевим споживачам. У зв'язку з цим актуальним є вивчення даної дисципліни студентами спеціальності 076.</p>
<p>Мета</p>	<p>Мета дисципліни – організація та управління торговельно - технологічними процесами за допомогою оптимізації планування торговельного залу, розміщення обладнання і позиціонування товару з урахуванням психологічних особливостей покупців, із використанням факторів</p>

	регулювання уваги та інших складових природної системи людини.
Компетентності	<p>ЗК5. Здатність використовувати сучасні інформаційні технології для розв'язання різноманітних задач у навчальній та практичній діяльності; здатність адаптуватися до нових ситуацій.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК8. Здатність працювати самостійно і в команді, ефективно спілкуватися з фахівцями інших професій різного рівня, приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК9. Уміння працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ФК2. Здатність використовувати професійно-профільовані знання і практичні навички ефективного використання ресурсного і виробничо-господарського потенціалу підприємства.</p> <p>ФК5. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>ФК6. Здатність використовувати професійно-профільовані знання і практичні навички в галузі товарознавства та комерційної діяльності.</p> <p>ФК7. Здатність використовувати професійно-профільовані знання у сфері нормативного регулювання якості продукції для встановлення відповідності якості матеріальних ресурсів стандартам, технічним умовам та іншим нормативним документам.</p> <p>ФК8. Здатність використовувати професійно-профільовані знання у сфері нормативно-правового регулювання економіки для</p>

	<p>юридичного забезпечення підприємницької діяльності, торгівлі і біржової діяльності.</p> <p>ФК9. Здатність використовувати професійно-профільовані знання і практичні навички у галузі фінансів для здійснення фінансових розрахунків під час підприємницької діяльності, торгівлі і біржової діяльності.</p> <p>ФК11. Здатність використовувати інформаційні системи і технології для автоматизації розрахунків у підприємницької діяльності, торгівлі і біржової діяльності.</p> <p>ФК13. Здатність використовувати професійно-профільовані знання і практичні навички з галузі управління матеріально-технічним постачанням і збутом продукції підприємства, діяльності торгово-посередницьких організацій, бірж та надання комерційних послуг для організації комерційної діяльності.</p> <p>ФК14. Здатність використовувати сучасні методи комунікаційної діяльності, зокрема рекламної, стимулювання продажу, роботи з громадськістю для збільшення обсягу продажу товарів.</p> <p>ФК18. Здатність використовувати професійно-профільовані знання з галузі підприємництва, договірних взаємовідносин і партнерських зв'язків у підприємстві для організації комерційної та біржової діяльності.</p> <p>ФК19. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p>
Програмні результати навчання	<p>РНЗ. Уміти використовувати набуті знання у професійній діяльності, володіти термінологією, інструментарієм та категорійним апаратом в певній системі</p>

	<p>гуманітарних та соціально-економічних знань.</p> <p>PH8. Уміти застосовувати набуті знання з функціонування та розвитку інфраструктури товарного ринку, її функцій та основних елементів; організації і напрямків діяльності торгово-посередницьких підприємств, специфічні особливості роботи оптових посередників.</p> <p>PH18. Уміти застосовувати набуті знання для організації ефективного використання робочого часу виконавців, вибору методів впливу, мотивації працівників.</p> <p>PH22. Уміти використовувати вербальні та невербальні засоби комунікації.</p>
--	---