

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



МЕРЧАНДАЙЗИНГ

спеціальність	075 маркетинг	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма	маркетинг	факультет	управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	перший (бакалаврський)	кафедра	маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

ВИКЛАДАЧ

Прядко Ольга Миколаївна



Вища освіта – спеціальність «Товарознавство та комерційна діяльність», «Маркетинг»

Науковий ступень - кандидат економічних наук 08.00.03 – економіка та управління національним господарством.

Вчене звання - доцент кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом.

Досвід роботи – 20 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- авторка більш ніж 180 наукових праць., в тому числі, навчальні посібники - 11, монографій - 6 (у співавторстві);
- досвід роботи у складі якості голови експертної комісії у первинній акредитації Коледжу економіки та бізнесу Дніпропетровського національного університету ім. О. Гончара згідно наказу МОН України № 635-2 від 07.05.2018 р. з підготовки молодших спеціалістів зі спеціальності 075 Маркетинг.
- Членкиня Громадської організації «Українська асоціація маркетингу», Центру маркетингових досліджень і маркетингових інновацій, учасниця освітньо-науково-виробничого кластеру ХДУХТ «Повноцінне харчування: інноваційні аспекти технології, енергоефективного виробництва та маркетингу».
- Підготовлено 2 переможців Всеукраїнських конкурсів студентських наукових робіт з маркетингу (2017р, 2021р.)
- Член проектної групи освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг; «Маркетинг в торгівлі та готельно-ресторанній індустрії» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
- учасниця наукових і методичних конференцій.

телефон	0672579073	електронна пошта	Oliaprydko9598@gmail.com	дистанційна підтримка	Moodle
---------	------------	------------------	--------------------------	-----------------------	--------

До викладання дисципліни долучені:

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	формування у студентів загальних та фахових компетентностей бакалавра маркетингу, щодо організації, управління, реалізації та контролю мерчандайзингової діяльності виробничих та ритейторських підприємств
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, командна робота.
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	<ul style="list-style-type: none">• організувати діяльність з продажу продукції, привертати увагу споживачів до нових товарів і спеціальних пропозицій / індивідуальні практичні завдання• оптимізувати торговельний простір за принципами мерчандайзингу / практичні завдання• розраховувати ефективність системи мерчандайзингу / практичні завдання• розробляти програми просування окремих товарів без залучення додаткових інвестицій / практичні завдання, самостійна робота• створювати в торговельному залі ефективну систему стимулювання імпульсних покупок; визначати оптимальні варіанти управління мерчандайзинговою діяльністю підприємства / тренінг , командний проєкт.• створювати середовище в магазині, в якому відвідувачі отримали б задоволення від процесу здійснення покупки, вміти аналізувати поведінку споживачів / тренінг , командний проєкт.• удосконалювати види і способи застосування реклами в місцях продажу / самостійна робота• забезпечувати доступність товарів для покупців при їх виборі без участі продавців-консультантів / практичні завдання• розробляти та обґрунтовувати управлінські рішення щодо організації системи мерчандайзингу роздрібних та виробничих/збутових підприємств / тренінг , командний проєкт.• Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення / тренінг , командний проєкт.
Обсяг і форми контролю	3 кредити ECTS (90 годин): 12 годин лекції, 18 годин практичних занять; 60 годин самостійна робота, модульний контроль (2 модулі); підсумковий контроль –залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота
Умови зарахування	згідно з навчальним планом

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Модуль 1. МЕРЧАНДАЙЗИНГ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.

Лекція 1.	Теоретичні основи мерчандайзингу.	Практичні заняття	Теоретичні основи мерчандайзингу.	Самостійна робота	Теоретичні основи мерчандайзингу. Маркетинг торговельних каналів Організація мерчандайзингу в компанії.
Лекція 2.	Маркетинг торговельних каналів	ПЗ 1 ПЗ 2	Маркетинг торговельних каналів		
	Організація мерчандайзингу в компанії.	ПЗ 3	Організація мерчандайзингу в компанії.		

Модуль 2. УПРАВЛІННЯ РОЗДРІБНИМ ПРОДАЖЕМ ТОВАРІВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ІНСТРУМЕНТІВ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ

Лекція 3.	Інструменти мерчандайзингу на місцях продажу	ПЗ 4	Інструменти мерчандайзингу на місцях продажу	Самостійна робота	Інструменти мерчандайзингу на місцях продажу Базові одиниці мерчандайзингу. Роль фейсінгу й SKU на місцях продажу в загальній системі просування товару. Візуальний мерчандайзинг POS-матеріали. Інтегровані маркетингові комунікації у місцях продажу.
Лекція 4.	Базові одиниці мерчандайзингу. Роль фейсінгу й SKU на місцях продажу в загальній системі просування товару.	ПЗ 5,6	Базові одиниці мерчандайзингу. Роль фейсінгу й SKU на місцях продажу в загальній системі просування товару.		
Лекція 5.	Візуальний мерчандайзинг. POS-матеріали.	ПЗ 7 ПЗ 8	Візуальний мерчандайзинг POS-матеріали.		
Лекція 6.	Інтегровані маркетингові комунікації у місцях продажу.	ПЗ 9	Інтегровані маркетингові комунікації у місцях продажу.		

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література

1. Савицька Н.Л., Прядко О.М. Мерчандайзинг: навчальний посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг (2-ге видання, доповнене) / Держ. біотехн. ун-т, Вид-во Іванченка І.С. Х., 2024. 206с.
2. Мерчандайзинг: навч.посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А.А. Мазаракі, Н.Б. Ільченко. – Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. - 292с.
3. Прядко О.М. Управління торговим асортиментом в роздрібній торгівлі в умовах національної конкурентної політики : монографія / О.М. Прядко, Л.О. Попова, Г.А. Синицина. – Х.: ХДУХТ, 2014. – 153 с.
4. Трейд маркетинг [Електронний ресурс] : конспект лекцій для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» / Савицька Н.Л., Прядко О.М. Х.: ХДУХТ, 2018. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – Назва з тит. Екрана. 34с.
5. Савицька Н.Л. Вплив інструментів трейд-маркетингу на споживчий вибір / Н.Л. Савицька, О.М. Прядко, М.В. Сіроус // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. – Харків : ХДУХТ, 2017. – Вип. 2 (22). – С.149-160.

Методичне забезпечення

1. Савицька Н.Л., Прядко О.М. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ до виконання самостійної роботи з дисципліни «Мерчандайзинг» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 "Маркетинг"
2. Державна статистика України [Електроний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Міністерства економіки України [Електроний ресурс] – Режим доступу : < <http://www.ukraine-tipp.gov.ua>
4. Трейд-маркетинг – це що таке? Трейд-маркетинг: інструменти та заходи. URL : <http://faqukr.ru/marketing/94427-trejd-marketing-ce-shho-take-trejd-marketing.html>
5. Григоренко Т.М. Класифікація видів мерчандайзингу // Електронний ресурс .

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 50	50% від усередненої оцінки за модулі
		до 50	підсумкове тестування
Модульне оцінювання	100 бальна сумарна	до 50	відповіді на тестові питання
		до 20	усні відповіді на лабораторно-практичних заняттях
		до 30	результат засвоєння блоку самостійної роботи

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.