

<b>Назва дисципліни</b>	МЕРЧАНДАЙЗИНГ
<b>Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни</b>	3 кредити / 90 годин
<b>Вид підсумкового контролю</b>	залік
<b>Викладач (і)</b>	Машта Надія Олександрівна
<b>Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, в соцмережі</b>	<a href="https://cutt.ly/SQZxm1u">https://cutt.ly/SQZxm1u</a>
<b>Е-mail викладача:</b>	nadya.mashta@rshu.edu.ua
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Консультації</b>	Очні консультації: на кафедрі згідно з графіком консультацій

### Цілі навчальної дисципліни

#### 1. Мета, основні завдання та предмет дисципліни.

**Мета:** формування у здобувачів вищої освіти системних знань і розуміння концептуальних основ щодо впровадження мерчандайзингу на торговельних підприємствах.

**Завдання:** ознайомити здобувачів вищої освіти з еволюцією, концептуальними засадами науки і практики мерчандайзингу в діяльності торговельних підприємств; з особливостями поведінки споживачів у торговельній залі, мерчандайзинговими підходами до розміщення та викладки товарів; принципами використання чуттєвих елементів та рекламно-інформаційних засобів у торговельній залі; виробити навички використання мерчандайзингових інструментів для підвищення ефективності діяльності торговельних підприємств.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти загальних та фахових компетентностей.

#### Загальні компетентності

**ЗК5** Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

**ЗК6** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

**ЗК8** Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

**ЗК11** Здатність працювати в команді.

#### Фахові компетентності

**СК2** Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

**СК4** Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

**СК5** Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

**СК7** Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

**СК13** Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.

#### Очікувані результати навчання

**Р1** Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

**P9** Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

**P10** Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

**P14** Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

**P15** Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

**P16** Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

### **Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів навчання та компетентностей**

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «МЕРЧАНДАЙЗИНГ» значно підвищиться, якщо здобувач вищої освіти попередньо опанував матеріалом таких дисциплін як «Основи маркетингу», «Стандартизація і сертифікація продукції та послуг».

### **Перелік тем**

Тема 1. Теоретичні аспекти впровадження мерчандайзингу

Тема 2. Управління поведінкою споживачів

Тема 3. Мерчандайзинговий підхід до планування торгової зали

Тема 4. Формування та управління асортиментом на основі технологій мерчандайзингу

Тема 5. Мерчандайзинговий підхід до викладки товарів

Тема 6. Інтер'єр та атмосфера магазину

Тема 7. Використання POS – матеріалів у місцях продажу

Тема 8. Стимулювання попиту споживачів у місцях продажу

### **Рекомендована література та інформаційні ресурси**

#### **Основна література**

1. Божкова В. В., Башук Т. О. Мерчандайзинг : навч. посіб. Суми: ВТД "Університетська книга", 2007. 125 с.

Бурліцька О. П. Опорний конспект лекцій із дисципліни «Мерчандайзинг» за освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг». Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2019 р. 89 с.

2. Мазаракі А. А., Ільченко Н. Б. Мерчандайзинг : навч. посібник. К. : КНТЕУ, 2015. 292 с.

3. Мельник І. М., Хом'як Ю. М. Мерчандайзинг : навч. посібник. К. : Знання, 2009. 309 с.

4. Тягунова Н. М., Лісіца В. В., Іванов Ю. В. Мерчандайзинг : кредитно-модульний курс : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2014. 332 с.

#### **Допоміжна література**

1. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил

торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів : Постанова Кабінету Міністрів України № 833 від 15.06.2006. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF>

2. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами : Наказ Мінекономіки № 104 від 19.04.2007. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07>

3. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами : Наказ Мінекономіки № 185 від 11.07.2003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0628-03>.

#### Інформаційні (інтернет) ресурси

1. Електронна бібліотека РДГУ. URL: <http://server.rdgu-dkm.rv.ua/library/>.

2. VIPRESHEBNIK. URL: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/>.

3. Буковинська бібліотека. URL: <https://buklib.net/books/21875/>.

4. OSVITA.UA. URL: [https://osvita.ua/vnz/reports/econom\\_pidpr/](https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/).

5. Навчальні матеріали онлайн. URL: <https://pidruchniki.com>.

7. Он-лайн бібліотека для студентів. URL: <https://www.twirpx.com/>.

8. Додаток Google AdWords. URL: <https://ads.google.com>.

10. Законодавство України : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

11. Бізнес-портал: <http://www.buziness.info>.

#### Технічне й програмне забезпечення / обладнання

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для:

-комунікації та опитувань;

-виконання домашніх завдань;

-виконання завдань самостійної роботи;

-проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).

#### Види та методи навчання і оцінювання

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання*	Методи оцінювання результатів навчання**
ЗК5.	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків	P14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
ЗК 6.	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності	P1.	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
		P9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
		P16.	Відповідати	МН1	МО2

			вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки	МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
ЗК8.	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні	Р10.	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
ЗК11.	Здатність працювати в команді	Р14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
СК2	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими	Р1.	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
СК4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими	Р14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
		Р16.	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
СК5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та	Р16.	Відповідати вимогам, які висуваються до	МН1 МН2 МН3	МО2 МО4 МО6

	інструменти маркетингу		сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки	МН4 МН5 МН6 МН7	МО7 МО9 МО10
СК7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів	Р15.	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
СК13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі	Р9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
		Р10.	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефаківцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
		Р15.	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10

\* МН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); МН2 – практичний метод (лабораторні та практичні заняття); МН3 – наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); МН4 – робота з навчально-

методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); МН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); МН6 – самостійна робота (розв'язання програмних завдань); МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

\*\* МО1 – екзамени; МО2 – усне або письмове опитування; МО3 – колоквиум; МО4 – тестування; МО5 – командні проекти; МО6 – реферати, есе; МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень; МО8 – студентські презентації та виступи на наукових заходах; МО9 – захист лабораторних і практичних робіт; МО10 – залік.

### Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни «МЕРЧАНДАЙЗИНГ»

Поточне тестування та самостійна робота								ІНДЗ	Сума
модуль 1				модуль 2					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	20	100
5	5	5	5	5	5	5	5		
Модульний контроль 1 -20				Модульний контроль 2 -20					

### Система та критерії оцінювання у Рівненському державному гуманітарному університеті

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється згідно Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
90–100	<b>A</b>	відмінно	здобувач вищої освіти (ВО) виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
82–89	<b>B</b>	дуже добре	здобувач ВО вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)		
74–81	<b>C</b>	добре	здобувач ВО вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64–73	<b>D</b>	задовільно	здобувач ВО відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати	Середній (репродуктивний)		

			навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих			
60–63	<b>E</b>	достатньо	здобувач ВО володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні	Середній (репродуктивний)		
35–59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано
0–34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання лабораторних досліджень; оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка за ІНДЗ; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Залік виставляється за результатами поточного модульного контролю, проводиться по завершенню вивчення навчальної дисципліни.

#### **Політика дисципліни**

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти. Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного заняття; (не)допустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

#### **Політика доброчесності**

Здобувач вищої освіти виконуючи самостійну або індивідуальну роботу повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагиату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.