

СИЛАБУС

Базова інформація про дисципліну	
Назва дисципліни	DP 025 Мерчандайзинг Merchandising
Рівень фахової передвищої освіти	Фаховий молодший бакалавр
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право» 07 Управління та адміністрування
Спеціальність	D3 «Менеджмент» D5 «Маркетинг» 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Освітня програма	Менеджмент та підприємництво Маркетинг Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Семестр	2 семестр (на базі повної загальної середньої освіти) 4 семестр (на базі базової середньої освіти)
Курс	1 курс (на базі повної загальної середньої освіти) 2 курс (на базі базової середньої освіти)
Анотація курсу	Навчальна дисципліна спрямована на формування системи теоретичних знань і практичних умінь і навичок у сфері мерчандайзингу: управління товарними запасами, ефективною викладкою та представленням товару у торговельній точці. Основне завдання курсу набуття практичних навичок для самостійного здійснення необхідних робіт щодо планування зовнішнього вигляду магазину та прилеглої території, а також внутрішнього простору та викладки товарів у торговому залі.
Сторінка курсу в MOODLE	http://78.137.2.119:2929/course/view.php?id=457
Мова викладання	українська
Лектор курсу	Доукіна Ольга Володимирівна , викладач, спеціаліст вищої категорії канали комунікації: СДН «Moodle»: повідомлення в чаті ел.пошта: olha.voloshchenko@gmail.com , тел. 093-903-02-31 (Viber), Facebook Messenger: https://m.me/olha.voloshchenko
Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітньо-професійна програма	Менеджмент - http://csbc.edu.ua/documents/otdel/koop25_f.pdf Підприємництво - http://csbc.edu.ua/documents/otdel/koop2_p.pdf Маркетинг - http://csbc.edu.ua/documents/otdel/mark25.pdf

Перелік загальних компетентностей (ЗК)	Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
Перелік спеціальних компетентностей (СК)	Здатність управляти підрозділом і налагоджувати необхідні комунікації в процесі управління. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію під час розв'язання професійних завдань. Здатність проводити економічні розрахунки. Здатність виконувати типові спеціалізовані завдання, пов'язані з діяльністю та функціонуванням системи управління суб'єктів підприємництва.
Перелік програмних результатів навчання	Використовувати сучасні інформаційні і комунікаційні технології для розв'язання професійних завдань. Розв'язувати типові спеціалізовані задачі в професійній діяльності. Знаходити оптимальні, обґрунтовані, творчі рішення для розв'язування професійних завдань. Визначати основні економічні показники підприємства (підрозділу) для підвищення ефективності діяльності. Демонструвати вміння знаходити оптимальні, обґрунтовані, творчі рішення для розв'язування типових спеціалізованих професійних задач.
Опис дисципліни	
Структура навантаження на студента	Загальна кількість годин – 90 Кількість кредитів – 3 Кількість лекційних годин – 22 Кількість практичних занять – 23 Кількість годин для самостійної роботи студентів – 45 Форма підсумкового контролю – залік
Методи навчання	Вербальний метод; пояснювально-демонстраційний метод; метод проблемного викладання; репродуктивний метод; робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації).
Зміст дисципліни	
Тема 1. Теоретичні основи мерчандайзингу	Поняття та еволюція мерчандайзингу. Цілі, завдання та функції мерчандайзингу. Поведінка споживачів як основа мерчандайзингу, управління поведінкою покупців. Поняття про трирівневу концепцію мерчандайзингу. Основні відмінності цілей мерчандайзингу виробника/постачальника та магазину. Обмеження щодо застосування технологій мерчандайзингу. Інструменти та правила мерчандайзингу.
Тема 2. Поведінка споживачів як компонент технології мерчандайзингу	Об'єкти, суб'єкти та функції мерчандайзингу. Процес прийняття рішення про купівлю. Первинні та вторинні покупки. Психологія спрощення. Основні аспекти

	поведінки споживачів та фактори, що визначають вибір певного типу споживчої поведінки. 4 підходи до моделювання поведінки споживачів. Закони візуального мерчандайзингу.
Тема 3. Основні інструменти та правила для створення системи успішного мерчандайзингу	Принципи та правила мерчандайзингу роздрібного торговельного підприємства. Організація ефективного запасу. Правила ефективного розміщення товарів. Принципи та правила ефективною презентації товару.
Тема 4. Планування магазину: зовнішнє і внутрішнє середовище	Реалізація першого рівня концепції мерчандайзингу: зовнішній вигляд магазину та прилеглої території. Реалізація другого рівня концепції мерчандайзингу: організація внутрішнього простору магазину. Зонування торгового простору магазину. Планування технологічних приміщень і визначення напрямків руху товару. Планування торговельного залу, розміщення товарних груп в торговельному залі, визначення напрямків руху покупців у торговельному залі, підбір і розміщення торговельного обладнання.
Тема 5. Розробка упаковки товару як елементу мерчандайзингу	Упаковка та конкурентоспроможність товару в мерчандайзингу. Основні функції та властивості упаковки товару. Упаковка в системі планування продукції і її складові. Головні функції упаковки. Маркірування і штрихове кодування товару.
Тема 6. Основні елементи атмосфери магазину	Створення атмосфери магазину. Колористичне оформлення торговельного залу. Система освітлення торговельного залу та товарів. Система навігації у торговельному залі. Запахи у торговельному залі (аромамаркетинг). Музичний супровід в торговельному залі.
Тема 7. Використання POS-матеріалів	Сутність рекламно-інформаційної підтримки в магазині. Визначення і класифікація POS-матеріалів. Функціональні зони використання POS-матеріалів. Правила оформлення POS-матеріалами.
Тема 8. Мерчандайзинг товарів продовольчої групи	Особливості мерчандайзингу молока молочних продуктів, йогуртів і сирів. Особливості мерчандайзингу бакалійних товарів. Особливості мерчандайзингу плодоовочевої продукції, кондитерських виробів, дієтичних і діабетичних продуктів. Особливості мерчандайзингу замороженої продукції. Викладка м'яса та м'ясопродуктів. Особливості мерчандайзингу алкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральної води та соків.
Тема 9. Мерчандайзинг товарів непродовольчої групи	Особливості мерчандайзингу побутової техніки й електроніки. Особливості мерчандайзингу товарів для дому, подарунків і сувенірів. Особливості мерчандайзингу одягу. Особливості мерчандайзингу книжкової продукції. Особливості мерчандайзингу взуття, ювелірних виробів і інших непродовольчих товарів.
Тема 10. Організація системи мерчандайзингу в компанії	Схеми організації мерчандайзингу. Функції та організація роботи мерчандайзерів. Система контролю й оцінка роботи мерчандайзерів. Стандарти

	мерчендайзингу магазину.
Політика дисципліни	
Політика відвідування	Регулярне відвідування всіх видів занять, своєчасність виконання самостійної роботи. За об'єктивних причин студент може отримати індивідуальний графік навчання за погодженням із керівником курсу, завідувачем ЦК та завідувачем відділення.
Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Академічна доброчесність	У випадку недотримання політики академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво) передбачено повторне проходження оцінювання.
Використання ШІ	Використання ШІ під час виконання завдань регламентується Політикою «Використання ШІ в освітньому процесі ЧДБК» Завдання мають маркування регламенту використання ШІ.
Підсумковий контроль	Диференційний залік у кінці семестру за результатами поточної успішності (у формі підсумкового модульного контролю)

Система оцінювання	
Система оцінювання підсумкової успішності студентів поділяється на поточний контроль та семестровий контроль .	
Поточний контроль здійснюється протягом семестру і охоплює всі види аудиторної роботи (практичні, семінарські заняття) та виконання індивідуальних завдань. Максимальна кількість балів, яку студент може набрати за цей вид контролю, становить 100.	
Підсумковий контроль відбувається у формі диференційного заліку (підсумкового модульного контролю).	
Розрахунок підсумкової оцінки. Підсумкова оцінка базується виключно на балах, накопичених протягом семестру (S). Ваговий коефіцієнт у цьому випадку становить 1. Формула: $O=S \times 1$	

Види навчальної роботи	Загальна кількість балів
Усні відповіді за темами 1, 3, 5, 9 по 4 бали	16
Виконання практичних завдань на семінарських заняттях за темами 2, 4, 8 по 4 бали	12
Експрес-контрольні за темами 7, 10 по 6 балів	12
Модульні контрольні (2 к.р. по 15 балів)	30
Індивідуальна самостійна робота (проект)	30
Разом	100

Критерії оцінювання для кожного виду навчальної роботи	
Критерії оцінювання усних відповідей:	
3 бали	Повна, логічна відповідь; правильне використання термінів; глибоке розуміння теми; наводить доречні приклади; впевнено аргументує.
2 бали	Загалом правильна, але неповна відповідь; є неточності; терміни вживає частково правильно; потребує уточнень викладача.

1 бал	Неповна або неправильна відповідь; слабке знання термінів; відсутні приклади; потребує суттєвої допомоги; невпевнене висловлення.
Критерії оцінювання практичних завдань:	
3 бали	Завдання виконано повністю й правильно; застосовано теоретичні знання; обґрунтовані висновки; оформлення охайне та логічне.
2 бали	Завдання виконано частково; є окремі помилки або неточності; логіка збережена; потребує незначних доопрацювань.
1 бал	Завдання виконано поверхнево або з грубими помилками; відсутні обґрунтування; недотримано вимог чи структури.
Критерії оцінювання експрес-контрольних:	
5 балів	Повна, логічна та обґрунтована відповідь; без помилок; правильне використання термінів і прикладів; охайне оформлення.
4 бали	Відповідь правильна, але є дрібні неточності чи пропуски; логіка збережена; незначні помилки у викладі.
3 бали	Неповна відповідь; кілька помилок або нечітких формулювань; обмежене застосування термінів; поверхневе пояснення.
2 бали	Відповідь частково правильна, з суттєвими помилками; відсутня логічність; слабке розуміння теми.
1 бал	Відповідь неправильна або відсутня; не розкрито суті питання; матеріал не засвоєно.
Критерії оцінювання модульних робіт:	
13–15 балів	Повна, обґрунтована й логічна робота; правильні відповіді на всі або майже всі завдання; застосування теорії на практиці; чіткі висновки, грамотне оформлення.
10–12 балів	Завдання виконано в основному правильно; є незначні помилки чи неточності; розуміння матеріалу загалом правильне, але без глибокого аналізу.
7–9 балів	Виконано понад половину завдань; допущено помилки у викладенні теорії або розрахунках; обмежене використання термінів і прикладів.
4–6 балів	Виконано менше половини завдань; численні помилки; поверхневе розуміння матеріалу; порушена логіка викладу.
1–3 бали	Відповіді фрагментарні або відсутні; завдання не виконані; знання теми не виявлено.
Критерії оцінювання індивідуальної роботи (проект):	
21–30 балів	Презентація повністю розкриває тему; структура логічна і чітка; матеріал зрозумілий і добре систематизований; візуальні елементи професійні та ефективно підтримують подачу інформації.
11–20 балів	Інформація представлена частково; структура здебільшого логічна; матеріал зрозумілий, але не повністю розкриває тему; візуальні елементи підкреслюють зміст, але не завжди ефективно.
1–10 балів	Презентація містить мінімум інформації; структура слабка або хаотична; матеріал поданий поверхнево; візуальні елементи мало допомагають сприйняттю.

Шкала оцінювання		
ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	Бездоганна підготовка в широкому контексті
B	80-89	Повні знання, міцні вміння
C	70-79	Хороші знання та вміння
D	65-69	Задовільні знання, стереотипні вміння
E	60-64	Виконання мінімальних вимог діяльності в стандартних умовах

FX	35-59	Слабкі знання, відсутність умінь
F	1-34	Необхідний повторний курс

Список рекомендованих джерел

1. Савицька Н. Л., Прядко О.М. Мерчандайзинг: навч. посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг (2-ге видання, доповнене); Держ. біотехнологічний ун-т. Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2024. 206 с.
2. Н. Марушко, Г. Воляник. Мерчандайзинг: навч.посібник. К.: Магнолія, 2025. 220 с.
3. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг: кредитно-модульний курс: навч. посібник / Н. М. Тягунова, В. В. Лісіца, Ю. В. Іванов. К.: Центр учбової літератури, 2020. 332 с.
4. Опорний конспект лекцій «Мерчандайзинг»/ М. С. Одарченко, Є. Б.Соколова, Л. І. Тренбач. Харків, ХДУ, 2019. 55 с.
5. 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.
6. Мерчандайзинг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А.А. Мазаракі, Н.Б. Ільченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 292 с.
7. Бурліцька О. П. Понятійно-категоріальна сутність мерчандайзингу: монографія / О. П. Бурліцька. Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2018. 308 с.
8. Бурліцька О. П. Особливості мерчандайзингу в різних сферах послуг: монографія / О. П. Бурліцька. Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2019. 231 с.
9. Бурліцька О. П. Класифікаційні ознаки основних видів мерчандайзингу: монографія / О. П. Бурліцька, Н. Я. Рожко. Тернопіль: Бескиди, 2020. 179 с.
- James Clark. Fashion Merchandising (2nd Edition). Red Globe Press, 2020 . 296 p.
10. 6 Important Merchandising Trends for 2024-2026. *EXPLODINGTOPICS*. URL: <https://explodingtopics.com/blog/merchandising-trends> (дата звернення: 20.01.2024).