

МЕРЧАНДАЙЗИНГ

**Кафедра маркетингу
Факультет економіки і підприємництва**

Анотація курсу:

Мета курсу: формування у студентів системи теоретичних знань і практичних навичок щодо застосування мерчандайзингу виробничими/постачальницькими та роздрібними підприємствами в просуванні товарів до споживачів.

Програмні компетентності:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
3. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
4. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
5. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
6. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

Програмні результати навчання:

1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів мерчандайзингу.
2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань з мерчандайзингу.
4. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям з мерчандайзингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
5. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Короткий зміст курсу:

Теоретичні основи мерчандайзингу. Реалізація концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі. Мерчандайзинг товарів продовольчої групи. Мерчандайзинг товарів непродовольчої групи. Використання POS – матеріалів. Організація системи мерчандайзингу в компанії.