

ЗМІСТ

Вступ	6
Навчальна програма дисципліни	8
Тематичний план дисципліни «Мерчандайзинг»	10
ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ	11
1.1. Поняття та еволюція мерчандайзингу	11
1.2. Цілі та завдання мерчандайзингу.	14
1.3. Поведінка споживачів як основа мерчандайзингу.	19
1.4. Поняття про трирівневу концепцію мерчандайзингу	30
1.5. Інструменти та правила мерчандайзингу	30
ТЕМА 2. РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ	40
2.1. Реалізація першого рівня концепції мерчандайзингу: зовнішній вигляд магазину та прилеглої території	40
2.2. Реалізація другого рівня концепції мерчандайзингу: організація внутрішнього простору магазину	52
2.2.1. Зонування торгового простору магазину	53
2.2.2. Планування технологічних приміщень і визначення напрямків руху товару (з технологічних зон у торговель- ний зал)	62
2.2.3. Планування торговельного залу, розміщення товар- них груп у торговельному залі, визначення напрямків руху покупців у торговельному залі, підбір і розміщення торго- вельного обладнання	63
2.2.4. Створення атмосфери магазину	75
2.3. Реалізація третього рівня концепції мерчандайзингу: викладка товарів	85
2.3.1. Принципи та способи викладки товарів	85
2.3.2. Загальні правила викладки товарів.	88
2.3.3. Види викладки	98
2.3.4. Поняття плануєграми викладки, принципи та послідовність її розробки. Стандарт мерчандайзингу	102

ТЕМА 3. МЕРЧАНДАЙЗИНГ ТОВАРІВ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ГРУПИ	109
3.1. Поняття про товарні категорії	109
3.2. Мерчандайзинг молока та молочних товарів	111
3.2.1. Особливості викладки йогурту	115
3.2.2. Особливості викладки сирів	116
3.3. Особливості викладки м'яса та м'ясопродуктів	119
3.3.1. Особливості викладки ковбасної продукції	122
3.4. Мерчандайзинг кондитерських товарів	124
3.5. Особливості викладки дієтичних і діабетичних продуктів	127
3.6. Мерчандайзинг безалкогольних напоїв і соків	128
3.7. Мерчандайзинг алкогольної продукції	130
3.8. Особливості викладки заморожених продуктів	133
3.9. Особливості викладки плодоовочевих товарів	136
3.10. Мерчандайзинг бакалійних товарів	141
3.10.1. Особливості викладки макаронних виробів	142
3.10.2. Особливості викладки олії	144
3.10.3. Особливості викладки кави та чаю	145
ТЕМА 4. МЕРЧАНДАЙЗИНГ ТОВАРІВ НЕПРОДОВОЛЬЧОЇ ГРУПИ	152
4.1. Мерчандайзинг парфумерно-косметичної продукції	152
4.2. Мерчандайзинг готового одягу	156
4.2.1. Викладка одягу для дорослих	170
4.2.2. Викладка одягу для вагітних	177
4.2.3. Викладка трикотажних виробів	177
4.3. Вивіска жіночої білизни	179
4.4. Викладка/вивіска дитячої та чоловічої білизни	180
4.5. Мерчандайзинг дитячих товарів	180
4.6. Викладка хутряних виробів	183
4.7. Викладка тканин	184
4.8. Особливості викладки постільної білизни	185
4.9. Викладка взуття	186
4.10. Мерчандайзинг спортивних товарів	191
4.11. Мерчандайзинг модного одягу	194
4.12. Мерчандайзинг ювелірних виробів	198
4.13. Викладка наручних годинників	206
4.14. Викладка окулярів	207
4.15. Мерчандайзинг побутової техніки та електроніки	208

4.16. Мерчандайзинг товарів для дому, будівельних і оздоблювальних матеріалів	213
4.17. Мерчандайзинг книжкової продукції.	219
ТЕМА 5. ВИКОРИСТАННЯ POS-МАТЕРІАЛІВ.	228
5.1. Сутність рекламно-інформаційної підтримки в магазині	228
5.2. Визначення і класифікація POS-матеріалів	230
5.3. Функціональні зони використання POS-матеріалів. Правила оформлення POS-матеріалами	232
ТЕМА 6. ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ В КОМПАНІЇ	238
6.1. Організація системи мерчандайзингу у роздрібній компанії	239
6.2. Організація системи мерчандайзингу у виробничій/збутовій компанії	245
Практичні завдання та рекомендації щодо їх виконання до модуля 1	258
Тестові завдання до модуля 1	292
Індивідуальне завдання до модуля 1	305
Порядок і критерії оцінювання знань студентів	307
Перелік питань і типових завдань, що виносяться на модульний контроль (за темами)	308
Підсумкове оцінювання знань студентів	310
Список рекомендованої навчально-методичної літератури.	315
Глосарій	320