

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету управління, адміністрування та туризму

Свгеній РУДНІЧЕНКО

«01» вересня 2025 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Управління мерчендайзинговою діяльністю і культура торгівлі

Назва дисципліни

Призначення Робочої програми	Для освітніх програм різних спеціальностей
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Мова навчання	Українська
Обсяг дисципліни, кредитів ЄКТС	4
Статус дисципліни	Вибіркова
Факультет	Управління, адміністрування та туризму
Кафедра	Економічної теорії, підприємництва та торгівлі

Форма здобуття освіти	Обсяг дисципліни		Кількість годин						Форма семестрового контролю
			Аудиторні заняття					Самостійна робота (в т.ч. ІРС)	Залік
	Кредити ЄКТС	Години	Разом	Лекції	Лабораторні роботи	Практичні заняття	Семінарські заняття		
Д	4	120	34	16		18		86	+
З	4	120	12	8		4		108	+

Робоча програма складена  канд. екон. наук, доц. **Сергій ДРАЖНИЦЯ**

Схвалена на засіданні кафедри Економічної теорії, підприємництва та торгівлі

Протокол від 29.08.2025 р. № 1 Зав. кафедри  **Лариса ЛЮБОХИНЕЦЬ**

2. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Дисципліна «Управління мерчендайзинговою діяльністю і культура торгівлі» є вибірковою дисципліною, яка займає важливе місце у підготовці фахівців освітнього ступеня «магістр» за різними спеціальностями.

Мета дисципліни. Формування особистості фахівця, здатного вирішувати типові та складні завдання творчого пошуку у галузі мерчендайзингової діяльності та культури торгівлі, формування навичок та умінь, які допоможуть здобувачам здійснювати управлінську, організаційну, методичну, діагностичну, інноваційну діяльність при управлінні мерчендайзинговою діяльністю та культури торгівлі торговельно-посередницьких підприємств.

Предмет дисципліни. Науково-методичні, теоретичні та прикладні підходи до організації здійснення та управління бізнес-процесами мерчендайзингової діяльності та культури торгівлі.

Завдання дисципліни. Формування у здобувачів системи знань та умінь з управління мерчендайзинговою діяльністю та культури торгівлі як науки, її предмету, методів та функцій; розкриття основних рис та особливостей розвитку мерчендайзингової діяльності та культури торгівлі; ознайомлення здобувачів із сучасними процесами та шляхами вирішення проблем в галузі мерчендайзингу та культури торгівлі.

Результати навчання. Здобувач, який успішно завершив вивчення дисципліни, має: *визначати, аналізувати* проблеми мерчендайзингової діяльності та культури торгівлі торговельних підприємств та *розробляти* заходи щодо їх вирішення; *розробляти* та *впроваджувати* мерчендайзингові заходи для забезпечення якості діяльності торговельних підприємств і *визначати* їх ефективність; *розподіляти* завдання та *закріплювати* відповідальність, *стимулювати* діяльність та *здійснювати* контроль в організації мерчендайзингової діяльності та культури торгівлі; *аналізувати* та *планувати* мерчендайзингову діяльність торговельних підприємств та впроваджувати заходи, щодо підвищення рівня культури торгівлі.

3. Структура залікових кредитів дисципліни

Назва розділу (теми)	Форма навчання					
	Денна			Заочна		
	Кількість годин, відведених на:					
	лекції	практичні заняття	СРС	лекції	практичні заняття	СРС
1. Зміст та завдання мерчендайзингу.	2	2	10	2	2	12
2. Методологічні основи впровадження мерчендайзингу.	2	2	10			12
3. Мерчендайзингові принципи та методи управління торгівлею.	2	2	10			14
4. Презентація товарів та її ефективність.	2	2	10	2		14
5. Рекламно-інформаційна робота в магазині як елемент мерчендайзингу.	2	2	10			14
6. Управління комплексом мерчендайзингу.	2	2	12	2	2	14
7. Інформаційні системи в управлінні мерчендайзингом.	2	2	12			14
8. Формування системи торговельного обслуговування на ринку товарів та послуг і культура торгівлі.	2	2+2	12	2		14
Разом за семестр	16	18	86	8	4	108

4. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Зміст лекційного курсу

Номер лекції	Теми лекції, її анотації	Кількість годин
1.	Зміст та завдання мерчандайзингу. 1.1. Поняття та суть мерчандайзингу. 1.2. Підходи та методи мерчандайзингу. 1.3. Управління і контроль мерчандайзинговою діяльністю. 1.4. Функції та завдання мерчандайзингу. Література: [1, с. 7-11 З, 5–6].	2
2.	Методологічні основи впровадження мерчендайзингу. 2.1. Комплекс мерчандайзингу як загальний процес управління продажем товарів. 2.2. Загальні принципи та закономірності мерчандайзингу. 2.3. Основні методи мерчандайзингу. 2.4 Прибутковість товару як основа мерчандайзингових рішень. Література: [1, с. 22-31З, 5–6].	2
3.	Мерчандайзингові принципи та методи управління торгівлею. 3.1. Основні принципи мерчандайзингу як технології. 3.2. основні правила та рекомендації мерчандайзингової діяльності. 3.3. Методи управління потоками покупців. 3.4 Методи стимулювання продажу товарів. Література: [1, с. 7-13, 6].	2
4.	Презентація товарів та її ефективність. 4.1. Візуальна презентація товарів. 4.2. Аудіо та інші способи презентації товарів. 4.3. Планування торгового залу. 4.4. Ефективність використання площі та обладнання. Література: [1, с. 38-57, 3–6].	2
5.	Рекламно-інформаційна робота в магазині як елемент мерчендайзингу. 5.1. Просування товарів у роздрібній торгівлі. 5.2. Функції, види та засоби реклами. 5.3. Внутрішньо-магазинні рекламні засоби. 5.4. Атмосфера та імідж магазину. Література: [1, с. 71-110, 3–6].	2
6.	Управління комплексом мерчендайзингу. 6.1. Суть та структура комплексу мерчандайзингу. 6.2. Організація та контроль комплексу мерчандайзингу. 6.3. Проблеми застосування мерчандайзингу. 12.2 Суть, зміст і порядок розробки стандартів мерчендайзингу. Література: [1, с. 58-71, 3, 5–6].	2
7.	Інформаційні системи в управлінні мерчандайзингом. 7.1. Суть та завдання інформаційних систем управління мерчандайзингом. 7.2. Функції та вимоги до інформаційних систем управління мерчандайзингом. 7.3. Характеристика програмного продукту ABM Shelf. 7.4. Характеристика програмного продукту MobileSOP. Література: [7].	2
8.	Формування системи торговельного обслуговування на ринку товарів та послуг і культура торгівлі. 8.1. Система торговельного обслуговування: суть, зміст, принципи організації. 8.2. Характеристика складових системи торговельного обслуговування. 8.3. Поняття та складові елементи культури торгівлі. 8.4. Культура обслуговування покупців та показники її ефективності. Література: [4].	2
Разом за семестр:		16

Перелік оглядових лекцій для здобувачів заочної форми здобуття освіти

Номер лекції	Теми лекцій, їх анотації	Кількість годин
1	Зміст та завдання мерчандайзингу. 1.1. Поняття та суть мерчандайзингу. 1.2. Підходи та методи мерчандайзингу. 1.3. Управління і контроль мерчандайзинговою діяльністю. 1.4. Функції та завдання мерчандайзингу. Література: [1, с. 7-11 3, 5–6].	2
2	Презентація товарів та її ефективність. 4.1. Візуальна презентація товарів. 4.2. Аудіо та інші способи презентації товарів. 4.3. Планування торгового залу. 4.4. Ефективність використання площі та обладнання. Література: [1, с. 38-57, 3–6].	2
3	Управління комплексом мерчендайзингу. 6.1. Суть та структура комплексу мерчандайзингу. 6.2. Організація та контроль комплексу мерчандайзингу. 6.3. Проблеми застосування мерчандайзингу. 12.2 Суть, зміст і порядок розробки стандартів мерчендайзингу. Література: [1, с. 58-71, 3, 5–6].	2
4	Формування системи торговельного обслуговування на ринку товарів та послуг і культура торгівлі. 8.1. Система торговельного обслуговування: суть, зміст, принципи організації. 8.2. Характеристика складових системи торговельного обслуговування. 8.3. Поняття та складові елементи культури торгівлі. 8.4. Культура обслуговування покупців та показники її ефективності. Література: [4].	2
Разом за семестр		8

4.2 Зміст практичних занять

Перелік практичних занять для здобувачів денної форми здобуття освіти

№ практичного заняття	Тема практичного заняття	Кількість годин
1	Зміст та завдання мерчандайзингу. Література: [1, с. 7-11 3, 5–6].	2
2	Методологічні основи впровадження мерчендайзингу. Література: [1, с. 22-313, 5–6].	2
3	Мерчандайзингові принципи та методи управління торгівлею. Література: [1, с. 7-13, 6].	2
4	Презентація товарів та її ефективність. Література: [1, с. 38-57, 3–6].	2
5	Рекламно-інформаційна робота в магазині як елемент мерчендайзингу. Література: [1, с. 71-110, 3–6].	2
6	Управління комплексом мерчендайзингу. Література: [1, с. 58-71, 3, 5–6].	2
7	Інформаційні системи в управлінні мерчандайзингом. Література: [7].	2

8	Формування системи торговельного обслуговування на ринку товарів та послуг і культура торгівлі. Література: [4].	4
Разом за семестр		18

Перелік практичних занять для здобувачів заочної форми здобуття освіти

№ практичного заняття	Тема практичного заняття	Кількість годин
1	Мерчендайзингові принципи та методи управління торгівлею. Література: [1, с. 7-13, 6].	2
2	Формування системи торговельного обслуговування на ринку товарів та послуг і культура торгівлі. Література: [4].	2
Разом за семестр		4

У процесі виконання практичних робіт з дисципліни здобувачі набувають практичних навичок, зокрема із: формування стандартів мерчендайзингу, формування планogram торговельного залу, розміщення торговельного обладнання та оформлення товарів в торговельному залі магазинів, організації та контролю за мерчендайзинговою діяльністю, оформлення інтер'єру та екстер'єру магазину, оформлення рекламних матеріалів в магазині, використання інформаційних технологій в процесі реалізації функцій мерчендайзингу.

4.3. Зміст самостійної (у т.ч. індивідуальної) роботи

Самостійна робота здобувачів усіх форм здобуття освіти полягає у систематичному опрацюванні програмного матеріалу з відповідних джерел інформації, підготовці до виконання практичних робіт, тестування з теоретичного матеріалу тощо.

Студенти заочної форми здобуття освіти виконують ще й контрольну роботу. Вимоги до її виконання та варіанти визначаються методичними рекомендаціями до виконання контрольних робіт, які кожний здобувач вищої освіти отримує у викладача у період настановної сесії. Крім цього до послуг студентів сторінка навчальної дисципліни у Модульному середовищі для навчання, де розміщені Робоча програма дисципліни та необхідні документи з її навчально-методичного забезпечення.

Зміст самостійної роботи здобувачів денної форми навчання

Номер тижня	Вид самостійної роботи	Кількість годин
1	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до практичного заняття, одержання ІДЗ.	4
2	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до практичного заняття	4
3	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до практичного заняття	4
4	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до практичного заняття	4
5	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до практичного заняття	4
6	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до практичного заняття	4
7	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до практичного заняття	4
8	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до тестового контролю з тем 1-4	6
9	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до практичного заняття	4
10	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до практичного заняття	6

11	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до практичного заняття	6
12	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до практичного заняття	6
13	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до практичного заняття	6
14	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до практичного заняття	6
15	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до практичного заняття	6
16	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до захисту ІДЗ	6
17	Опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до тестового контролю з тем 5-8. Захист ІДЗ.	6
	Разом за семестр	86

На самостійне опрацювання студентів виносяться визначені у методичних рекомендаціях до практичних занять та самостійної роботи питання з кожної теми. Керівництво самостійною роботою та контроль за виконанням індивідуального завдання здійснюється викладачем згідно з розкладом консультацій у позаурочний час.

Вимоги до виконання контрольної роботи (для студентів заочної форми здобуття освіти) та індивідуального домашнього завдання (для студентів денної форми здобуття освіти) викладені в Модульному середовищі для навчання на сторінці навчальної дисципліни.

4.4. Орієнтовна тематика індивідуального завдання для самостійної роботи студентів

1. Зміст і особливості комерційної діяльності підприємств.
2. Комерційне посередництво у конкурентному середовищі.
3. Особливості комерційно-посередницьких структур сфери товарного обігу.
4. Види і форми посередницької діяльності у сфері товарного обігу.
5. Трансформація відносин власності в посередницькій діяльності.
6. Організація господарських зв'язків у посередницькій діяльності.
7. Форми грошових розрахунків посередницьких організацій із партнерами.
8. Господарські договори у комерційній діяльності.
9. Порядок зміни та розірвання договірних відносин посередників.
10. Організація комерційної роботи з оптової закупівлі товарів.
11. Комерційна робота з оптового продажу товарів.
12. Комерційна діяльність підприємств роздрібної торгівлі.
13. Сутність та склад товарних запасів посередницьких підприємств.
14. Управління товарними запасами посередницьких підприємств.
15. Особливості закупівлі товарів на оптових ярмарках-виставках.
16. Організація торгівлі на товарній біржі.
17. Торгівля на аукціонах і конкурсах.
18. Особливості комерційної роботи при здійсненні експортно-імпортних операцій.
19. Комерційна логістика в роздрібній торгівлі.
20. Формування і регулювання асортименту товарів на посередницьких підприємствах.
21. Матеріальні ресурси як основа комерційної діяльності.
22. Шляхи розвитку матеріально-технічної бази сучасних комерційних підприємств.
23. Планування прибутковості посередницького підприємства.
24. Оцінка фінансового стану посередницького підприємства.
25. Посередницька діяльність у каналах розподілу.
26. Маркетингові комунікації у комерційній діяльності.
27. Комунікаційна політика у здійсненні збутової комерційної діяльності.
28. Діяльність посередників з формування попиту на товари і послуги.
29. Дослідження кон'юнктури ринку посередницькими підприємствами.
30. Інтерактивні методи посередницької діяльності.

5. ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Процес навчання з дисципліни ґрунтується на використанні традиційних та сучасних технологій, зокрема: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (бесіда, демонстрування, спостереження, з використанням кейсів, розв'язування задач, презентацій), самостійна робота (індивідуальне домашнє завдання, опрацювання теоретичного матеріалу).

Процес навчання з дисципліни ґрунтується на використанні традиційних та сучасних методів навчання, зокрема: методи навчання за джерелом передачі і сприймання інформації (словесні (пояснення, дискусія, консультування), практичні (розв'язування ситуаційних задач), наочні (демонстрування, ілюстрування, спостереження); за логікою передачі і сприймання навчальної інформації; за рівнем самостійності пізнавальної діяльності (методи проблемного викладу, частково пошукові); методи стимулювання і мотивації учіння, інтерактивні; метод аналізу конкретних ситуацій (case-study) з використанням технологій візуалізації, інформаційно-комунікаційних та технологій дистанційного навчання (сервіс для проведення онлайн конференцій Zoom, Модульне середовище для навчання тощо).

6. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Поточний контроль здійснюється під час лекційних та практичних занять, а також у дні проведення контрольних заходів, встановлених робочою програмою і графіком навчального процесу. При цьому використовуються такі методи поточного контролю:

- усне опитування на практичному занятті;
- тестовий контроль теоретичного матеріалу з тем;
- презентація і захист результатів роботи над індивідуальними завданнями.

Підсумкова семестрова оцінка формується в автоматичному режимі програмними засобами ІС «Електронний університет» як сумарне (рейтингове) значення усіх поточних оцінок (балів). Здобувач вищої освіти, який набрав з будь-якого виду навчальної роботи, суму балів нижчу за 60 відсотків від максимального балу, не отримує позитивної оцінки, поки не виконає обсяг роботи, передбачений Робочою програмою. Здобувач вищої освіти, який набрав позитивний середньозважений бал (60 відсотків і більше від максимального балу) з усіх видів поточного контролю, вважається таким, який виконав програму курсу у повному обсязі. Ліквідація академічної заборгованості здійснюється у період екзаменаційної сесії або за графіком, встановленим деканатом відповідно до «Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ».

7. ПОЛІТИКА ДИСЦИПЛІНИ

Політика навчальної дисципліни загалом визначається системою вимог до здобувача вищої освіти, що передбачені чинними положеннями Університету про організацію і навчально-методичне забезпечення освітнього процесу. Зокрема, проходження інструктажу з техніки безпеки; відвідування занять з дисципліни є обов'язковим. За об'єктивних причин (підтверджених документально) теоретичне навчання за погодженням із лектором може відбуватись в індивідуальному режимі. Успішне опанування дисципліни передбачає необхідність підготовки до практичних занять (вивчення теоретичного матеріалу з теми, активно працювати на занятті, розв'язувати задачі, брати участь у дискусіях щодо прийнятих рішень при виконанні здобувачами задач).

Здобувачі вищої освіти зобов'язані дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт у встановлені терміни, передбачених робочою програмою навчальної дисципліни. Пропущене практичне заняття здобувач зобов'язаний відпрацювати у встановлений викладачем термін, але не пізніше, ніж за два тижні до кінця теоретичних занять у семестрі.

Засвоєння студентом теоретичного матеріалу з дисципліни оцінюється за результатами опитування під час практичних занять, тестування й виконання індивідуального домашнього завдання. Виконання індивідуального завдання є не обов'язковим, але бажаним, так як без виконання ІДЗ здобувач не зможе отримати високу кількість балів та, відповідно, оцінку, та завершується його здачею на перевірку у терміни, встановлені графіком самостійної роботи. У якості ІДЗ здобувач може підготувати реферат або тези доповіді на конференцію за однією з тем навчальної дисципліни при дотриманні узгоджених з викладачем термінів його виконання.

Здобувач вищої освіти, виконуючи самостійну роботу з дисципліни, має дотримуватися політики доброчесності (заборонені списування, підказки, плагіат, використання штучного інтелекту (без вірного цитування)). У разі порушення політики академічної доброчесності в будь-яких видах навчальної роботи здобувач вищої освіти отримує незадовільну оцінку і має повторно виконати завдання з відповідної теми (виду роботи), що передбачені робочою програмою. Будь-які форми порушення академічної доброчесності під час вивчення навчальної дисципліни не допускаються та не толеруються.

У межах вивчення навчальної дисципліни здобувачам вищої освіти передбачено визнання і зарахування результатів навчання, набутих шляхом неформальної освіти, що розміщені на доступних платформах, які сприяють формуванню компетентностей і поглибленню результатів навчання, визначених робочою програмою дисципліни, або забезпечують вивчення відповідної теми та/або виду робіт з програми навчальної дисципліни (детальніше у Положенні про порядок визнання та зарахування результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ).

8. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧІВ У СЕМЕСТРІ

Оцінювання академічних досягнень здобувача вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ». При поточному оцінюванні виконаної здобувачем роботи з кожної структурної одиниці і отриманих ним результатів викладач виставляє йому певну кількість балів із призначених робочою програмою для цього виду роботи. При цьому кожна структурна одиниця (робота) може бути зарахована, якщо здобувач набрав не менше 60 відсотків (мінімальний рівень для позитивної оцінки) від максимально можливої суми балів, призначеної структурній одиниці.

Будь-які форми порушення академічної доброчесності не допускаються та не толеруються.

Отриманий здобувачем бал за зарахований вид навчальної роботи (структурну одиницю) після її оцінювання викладач виставляє в електронному журналі обліку успішності здобувачів вищої освіти. За умови виконання усіх видів навчальної роботи за результатами поточного контролю протягом вивчення навчальної дисципліни, встановлених її Робочою програмою, здобувачі освіти з навчальної дисципліни отримують підсумкову оцінку. Позитивну підсумкову оцінку здобувач може отримати, якщо за результатами поточного контролю набере від 60 до 100 балів. Семестрова підсумкова оцінка розраховується в автоматизованому режимі в інформаційній підсистемі «Електронний журнал» (ІС «Електронний університет») і відповідно до накопиченої суми балів визначається оцінка за інституційною шкалою та шкалою ЄКТС (див. таблицю 8.4), яка заноситься в екзаменаційну відомість, а також до Індивідуального навчального плану здобувача вищої освіти.

Таблиця 8.1.– Структурування дисципліни за видами навчальної роботи і оцінювання результатів навчання студентів денної форми здобуття освіти

Аудиторна робота				Контрольні заходи		Самос-тійна робота	Разом
							Сума балів
Практичні заняття (мінімум – 4 контрольних точок)				Тестовий контроль:		ІДЗ*	
T.1-T.2	T.3-T.4	T.5-T.6	T.7-T.8	T*1-5	T6-15		
Кількість балів за вид навчальної роботи (мінімум-максимум)							
6-10	6-10	6-10	6-10	9-15	9-15	18-30	60-100**
24-40				18-30		18-30	

Примітка: *ІДЗ – індивідуальне домашнє завдання; Т* – тема навчальної дисципліни;

**За набрану з будь-якого виду навчальної роботи з дисципліни кількість балів, нижче встановленого мінімуму, здобувач отримує незадовільну оцінку і має її перездати у встановлений викладачем (деканом) термін. Інституційна оцінка встановлюється відповідно до таблиці 8.4.

Таблиця 8.2.– Структурування дисципліни за видами навчальної роботи і оцінювання результатів навчання студентів заочної форми здобуття освіти

Аудиторна робота		Самостійна, індивідуальна робота			Разом
					Сума балів
Практичне заняття		Контрольна робота	Тестовий контроль		
Т.3	Т.7	Якість виконання та захист роботи	Т1-4	Т5-8	
Кількість балів за кожний вид навчальної роботи (мінімум-максимум)					
12-20	12-20	18-30	9-15	9-15	60-100
24-40		18-30	18-30		

Оцінювання якості виконання контрольної роботи студентами заочної форми здобуття освіти

Контрольна робота передбачає виконання трьох завдань – два теоретичних і одне – практичне. Зміст завдань наведено в методичних рекомендаціях до виконання контрольної роботи. При оцінюванні контрольної роботи враховуються якість її виконання та захист, кожен з цих показників оцінюються максимально: кожне з теоретичних завдань – 10 балами, практичне завдання 10 балами, загальна максимальна сума балів становить 30. Критерії оцінювання контрольної роботи:

Таблиця 8.3.– Розподіл балів між завданнями контрольної роботи здобувача вищої освіти

Види завдань	Для кожного окремого виду завдань		
	Мінімальний (достатній) бал	Потенційні позитивні бали* (середній бал)	Максимальний (високий) бал
Теоретичне питання № 1	6	8	10
Теоретичне питання № 2	6	8	10
Практичне завдання	6	8	10
Всього балів	18	...	30

Примітка. *Позитивний бал за контрольну роботу, відмінний від мінімального (18 балів) та максимального (30 балів), знаходиться в межах 19-29 балів та розраховується як сума балів за усі структурні елементи (завдання) контрольної роботи.

Кожне завдання контрольної роботи здобувача вищої освіти оцінюється з використанням нижченаведених у таблиці 8.4 критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувача вищої освіти (щодо визначення достатнього, середнього та високого рівня досягнення результатів навчання).

Оцінювання на практичних заняттях

Оцінка, яка виставляється за практичне заняття, складається з таких елементів: усне опитування студентів на знання теоретичного матеріалу з теми; вільне володіння студентом спеціальною термінологією і уміння професійно обґрунтувати прийняті рішення при розв'язуванні задач; результати самостійних робіт.

При оцінюванні результатів навчання здобувачів вищої освіти на практичних заняттях викладач користується наведеними нижче критеріями:

Таблиця 8.4. – Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувача вищої освіти

Оцінка та рівень досягнення здобувачем результатів навчання	Узагальнений зміст критерія оцінювання
Відмінно (високий)	Здобувач вищої освіти глибоко і у повному обсязі опанував зміст навчального матеріалу, легко в ньому орієнтується і вміло використовує понятійний апарат; уміє пов'язувати теорію з практикою, вирішувати практичні завдання, впевнено висловлювати і обґрунтовувати свої судження. Відмінна оцінка передбачає логічний виклад відповіді мовою викладання (в усній або у письмовій формі), демонструє якісне оформлення завдань. Здобувач не вагається при видозміні запитання, вміє робити детальні та узагальнюючі висновки, демонструє практичні навички з вирішення фахових завдань. При відповіді допустив дві–три несуттєві <i>похибки</i> .
Добре (середній)	Здобувач вищої освіти виявив повне засвоєння навчального матеріалу, володіє понятійним апаратом, орієнтується у вивченому матеріалі; свідомо використовує теоретичні знання для вирішення практичних задач; виклад відповіді грамотний, але у змісті і формі відповіді можуть мати місце окремі неточності, нечіткі формулювання правил, закономірностей тощо. Відповідь здобувача вищої освіти будується на основі самостійного мислення. Здобувач вищої освіти у відповіді допустив дві–три <i>несуттєві помилки</i> .
Задовільно (достатній)	Здобувач вищої освіти виявив знання основного програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та практичної діяльності за професією, справляється з виконанням практичних завдань, передбачених програмою. Як правило, відповідь здобувача вищої освіти будується на рівні репродуктивного мислення, здобувач вищої освіти має слабкі знання структури навчальної дисципліни, допускає неточності і <i>суттєві помилки</i> у відповіді, вагається при відповіді на видозмінене запитання. Разом з тим, набув навичок, необхідних для виконання нескладних практичних завдань, які відповідають мінімальним критеріям оцінювання і володіє знаннями, що дозволяють йому під керівництвом викладача усунути неточності у відповіді.
Незадовільно (недостатній)	Здобувач вищої освіти виявив розрізнені, безсистемні знання, не вміє виділяти головне і другорядне, допускається помилок у визначенні понять, перекидає їх зміст, хаотично і невпевнено викладає матеріал, не може використовувати знання при вирішенні практичних завдань. Як правило, оцінка «незадовільно» виставляється здобувачеві вищої освіти, який не може продовжити навчання без додаткової роботи з вивчення навчальної дисципліни.

ІДЗ здобувача вищої освіти оцінюється аналогічно з використанням вищенаведених у таблиці 8.4 критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувача вищої освіти (мінімальний позитивний бал – 18 балів, максимальний – 30 балів). При підготовці тез доповідей на конференцію у якості ІДЗ здобувач вищої освіти отримує максимальний бал (30) за його виконання.

Оцінювання результатів тестового контролю

Кожен з двох тестів, передбачених робочою програмою, складається із 25 тестових завдань. Максимальна сума балів, яку може набрати студент за результатами тестування, складає 30.

Відповідно до таблиці 8.1 «Структурування видів робіт» за тематичний контроль здобувач залежно від кількості правильних відповідей може отримати від 9 до 15 балів:

Таблиця 8.5. – Розподіл балів в залежності від наданих правильних відповідей на тестові завдання

Кількість правильних відповідей	1–13	15–16	17–22	23–25
Відсоток правильних відповідей	0-59	60-74	75-89	90-100
Кількість балів	-	9	12	15

На тестування відводиться 30 хвилин. Правильні відповіді студент записує у талоні відповідей. Студент може також пройти тестування і в онлайн режимі у Модульному середовищі для навчання на сторінці навчальної дисципліни. Тестування здобувачів вищої освіти у Модульному середовищі для навчання автоматично оцінюються за критеріями, наведеними у таблиці вище.

При отриманні негативної оцінки тест слід перездати до терміну наступного контролю.

Підсумкова семестрова оцінка за інституційною шкалою і шкалою ЄКТС визначається в автоматизованому режимі після внесення викладачем результатів оцінювання з усіх видів робіт до електронного журналу. Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС у наведеній таблиці 8.6.

Таблиця 8.6 – Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС

Оцінка ЄКТС	Рейтингова шкала балів	Інституційна шкала (Опис рівня досягнення здобувачем вищої освіти запланованих результатів навчання з навчальної дисципліни)	
		Залік	Іспит/диференційований залік
A	90-100	Зараховано	Відмінно/Excellent – високий рівень досягнення запланованих результатів навчання з навчальної дисципліни, що свідчить про безумовну готовність здобувача до подальшого навчання та/або професійної діяльності за фахом
B	83-89		Добре/Good – середній (максимально достатній) рівень досягнення запланованих результатів навчання з навчальної дисципліни та готовності до подальшого навчання та/або професійної діяльності за фахом
C	73-82		Задовільно/Satisfactory – Наявні мінімально достатні для подальшого навчання та/або професійної діяльності за фахом результати навчання з навчальної дисципліни
D	66-72		
E	60-65		
FX	40-59	Незараховано	Незадовільно/Fail – Низка запланованих результатів навчання з навчальної дисципліни відсутня. Рівень набутих результатів навчання є недостатнім для подальшого навчання та/або професійної діяльності за фахом
F	0-39		Незадовільно/Fail – Результати навчання відсутні

Семестрова підсумкова оцінка виставляється, якщо загальна сума балів, яку набрав студент з дисципліни за результатами поточного контролю, знаходиться у межах від 60 до 100 балів. При цьому за інституційною шкалою ставиться оцінка «Зараховано/Не зараховано», а за шкалою ЄКТС – буквене позначення оцінки, що відповідає набраній студентом сумі балів відповідно до таблиці Співвідношення.

10. ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

1. Дайте узагальнене визначення поняття «Мерчандайзинг».
2. Назвіть та коротко охарактеризуйте основні види мерчандайзингу.
3. Розкрийте суть мерчандайзингу.
4. Назвіть та охарактеризуйте основні напрями мерчандайзингу.
5. Охарактеризуйте основні підходи до організації мерчандайзинга в магазині.
6. Охарактеризуйте основні етапи впровадження та управління мерчандайзингу.

7. Назвіть обов'язки мерчандайзера.
8. Назвіть та коротко охарактеризуйте основні етапи методу управління мерчандайзингом «Контур управління».
9. Охарактеризуйте основні осі мерчандайзингу.
10. Назвіть складові плану мерчандайзингу.
11. Охарактеризуйте основні елементи комплексу мерчандайзингу.
12. Назвіть основні принципи мерчандайзингу.
13. Охарактеризуйте такий принцип розміщення товарів у торговельному залі як «золотий трикутник».
14. Розкрийте суть планограми і мету її формування.
15. Назвіть основні види планограм, залежно від стратегії розміщення асортименту.
16. Назвіть правила ефективного мерчандайзингу.
17. Охарактеризуйте основні елементи мерчандайзингу.
18. Назвіть основні вимоги до реклами в точках продажу з точки зору мерчандайзингу.
19. Охарактеризуйте класифікацію POS-матеріалів.
20. Наведіть приклади конструкцій презентаційного характеру.
21. Наведіть приклади підставок (диспенсерів або холдерів) різних типів.
22. Наведіть приклади поліграфічної рекламної продукції.
23. Наведіть приклади напідложної графіки.
24. Наведіть приклади інших POS-матеріалів.
25. Назвіть основні напрямки діяльності та контролю у підприємствах торгівлі при застосуванні мерчандайзингу.
26. Охарактеризуйте основні проблеми у застосуванні мерчандайзингу у вітчизняній торгівлі.
27. Охарактеризуйте основні недоліки в роботі вітчизняних торговельних підприємств.
28. Розкрийте суть проблеми неспівпадіння економічних інтересів працівників роздрібних торговельних підприємств.
29. Розкрийте суть стандарту мерчандайзингу.
30. Охарактеризуйте традиційну структуру стандартів мерчандайзингу.
31. Наведіть обов'язкові елементи стандарту мерчандайзингу.
32. Охарактеризуйте основні переваги впровадження системи з автоматизації мерчандайзингу ABM Shelf.
33. Охарактеризуйте основні функції системи керування мерчандайзингом ABM Shelf.
34. Охарактеризуйте необхідність та результат планограмування в системі ABM Shelf.
35. Охарактеризуйте основні функції MobileSOP.
36. Охарактеризуйте можливості MobileSOP використання GPS методів.
37. Назвіть основну вимогу, що ставиться до прогресивних систем торговельного обслуговування.
38. Охарактеризуйте особливості організації системи торговельного обслуговування.
39. Розкрийте суть стандартного та індивідуального торговельного обслуговування.
40. Розкрийте суть роздрібного торговця.
41. Охарактеризуйте основні функції ритейлера (роздрібного торговця).
42. Розкрийте суть матеріальної культури.
43. Охарактеризуйте основні елементи підсистеми культури торгівлі.
44. Охарактеризуйте основні показники культури обслуговування покупців.

11. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Освітній процес з дисципліни «Управління мерчандайзинговою діяльністю та культура торгівлі» повністю і в достатній кількості забезпечений необхідною навчально-методичною літературою. Зокрема, викладачами кафедри підготовлені і видані такі роботи:

1. Любохинець Л.С. Управління мерчандайзинговою діяльністю та культура торгівлі : методичні рекомендації до вивчення дисципліни для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» / Л.С. Любохинець, С. А. Дrajниця, І.В. Лісовський. – Хмельницький : ХНУ, 2024. – 61 с. (електронний варіант).

2. Роздатковий матеріал: зразки планограм, рекламних матеріалів.

12. МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Інформаційна та комп'ютерна підтримка: ПК, планшет, смартфон або інший мобільний пристрій, проєктор. Програмне забезпечення: програми Microsoft Office або аналогічні, доступ до мережі Інтернет, робота з презентаціями.

Вивченню навчальної дисципліни сприятиме використання прикладних програм, таких як ABM Shelf, MobileSOP, тощо.

13. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Божкова В.В. Мерчандайзинг. Навчальний посібник. / В.В. Божкова, Т.О. Башук. Суми: Університетська книга, 2025.– 140с.
2. Данкеєва, О. М. Система управління мерчандайзингом у роздрібних торговельних мережах [Текст] [Текст] : автореферат дис. ...канд.екон.наук / Данкеєва О. М. ; 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Київ : КНЕУ ім.В.Гетьмана, 2019. – 24 с.
3. Мельник І.М. Мерчандайзинг : навч. посіб. / Мельник І. М., Хом'як Ю. М. - К. : Знання, 2021. - 309 с.
4. Міщук І.П. Організація торгівлі. Підручник / І.П. Міщук, В.М. Ребицький, С.І. Рудницький, Ю.М. Хом'як, В.В. Апопій. К.: Центр учбової літератури, 2019.– 630с.
5. Одарченко М.С. Опорний конспект лекцій «Мерчандайзинг» / Укладачі: М.С. Одарченко, Є.Б. Соколова, Л.І. Тренбач.– Харків: ХДУХТ, 2019.– 55с.
6. Тягунова Н.М. Мерчандайзинг: кредитно-модульний курс. Навчальний посібник / Н.М. Тягунова, В.В. Лісіца, Ю.В. Іванов.– К.: Центр учбової літератури, 2021.– 332с.
7. Автоматизація мерчандайзингу — growth hacking для ритейлу URL: <https://ua.ibagroupit.com/insights/goods-checker-merchandising-automation-for-retail/>.

Додаткова

8. Апопій В.В. Організація торгівлі: підручник. – 2-ге видання., перероб. та доп. / В. В. Апопій, І. П. Міщук, В.М. Ребицький, С.І. Рудницький, Ю.М. Хом'як. – Київ. Центр учбової літератури. – 2018. – 632с.
9. Балабан П.Ю. Комерційна діяльність: підручник / П.Ю. Балабан. – Харків: Світ Книг, 2018. – 452с.
10. Балджи М.Д. Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник. / М.Д. Балджи, І.А. Допіра, В.О. Однолько. – Київ : Кондор-видавництво, 2017. – 368с.
11. Виноградська А.М. Технологія комерційного підприємства: навчальний посібник / А.М. Виноградська.– Київ: Центр навчальної літератури.– 2016.– 780 с.
12. Дrajниця С.А. Електронна комерція : навчальний посібник / С.А. Дrajниця.– Львів: Новий Світ-2000, 2018. – 182 с.
13. Дrajниця С.А. Етичні та естетичні аспекти культури торговельного обслуговування / С.А. Дrajниця, О.О. Юрчак, В.О. Босак // Вісник ХНУ. Економічні науки. №6.– Хмельницький: ХНУ.–2023. С. 85–88. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-324-6-13>
14. Живець А.М. Комерційна діяльність: навчальний посібник / А.М. Живець, О.О. Комліченко, В.І. Наконечна.– Херсон: ОЛДІ +, 2021.- 308с.

14. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Електронна бібліотека університету. [Електронний ресурс]. – Доступ до ресурсу: <http://library.khmnu.edu.ua/>.
2. Інституційний репозитарій ХНУ. [Електронний ресурс]. – Доступ до ресурсу: <http://elar.khmnu.edu.ua/jspui/?locale=uk>.
3. Модульне середовище для навчання. [Електронний ресурс]. – Доступ до ресурсу: <https://msn.khmnu.edu.ua/>.

УПРАВЛІННЯ МЕРЧАНДАЙЗИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТА КУЛЬТУРА ТОРГІВЛІ

Тип (статус) дисципліни	Вибіркова
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Мова викладання	Українська
Семестр	—
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	4,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Очна (денна) / заочна

Результати навчання. Здобувач, який успішно завершив вивчення дисципліни, має: *визначати, аналізувати* проблеми мерчандайзингової діяльності та культури торгівлі торговельних підприємств та *розробляти* заходи щодо їх вирішення; *розробляти* та *впроваджувати* мерчандайзингові заходи для забезпечення якості діяльності торговельних підприємств і *визначати* їх ефективність; *розподіляти* завдання та *закріплювати* відповідальність, *стимулювати* діяльність та *здійснювати* контроль в організації мерчандайзингової діяльності та культури торгівлі; *аналізувати* та *планувати* мерчандайзингову діяльність торговельних підприємств та впроваджувати заходи, щодо підвищення рівня культури торгівлі.

Зміст навчальної дисципліни. Зміст та завдання мерчандайзингу. Методологічні основи впровадження мерчандайзингу. Мерчандайзингові принципи та методи управління торгівлею. Презентація товарів та її ефективність. Рекламно-інформаційна робота в магазині як елемент мерчандайзингу. Управління комплексом мерчандайзингу. Інформаційні системи в управлінні мерчандайзингом. Формування системи торговельного обслуговування на ринку товарів та послуг і культура торгівлі.

Запланована навчальна діяльність: Мінімальний обсяг навчальних занять в одному кредиті ЄКТС навчальної дисципліни для другого (магістерського) рівня вищої освіти за денною формою здобуття освіти становить 8 годин; для заочної форми – 2–3 години на 1 кредит ЄКТС.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (рішення задач, розгляд ситуацій, дискусія), самостійна робота (ІДЗ).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, письмове опитування (тестування), захист ІДЗ.

Вид семестрового контролю: Залік.

Навчальні ресурси:

1. Божкова В.В. Мерчандайзинг. Навчальний посібник. / В.В. Божкова, Т.О. Башук. Суми: Університетська книга, 2025.– 140с.
2. Мельник І.М. Мерчандайзинг : навч. посіб. / Мельник І. М., Хом'як Ю. М. - К. : Знання, 2021. - 309 с.
3. Міщук І.П. Організація торгівлі. Підручник / І.П. Міщук, В.М. Ребицький, С.І. Рудницький, Ю.М. Хом'як, В.В. Апопій. К.: Центр учбової літератури, 2019.– 630с.
4. Тягунова Н.М. Мерчандайзинг: кредитно-модульний курс. Навчальний посібник / Н.М. Тягунова, В.В. Лісіца, Ю.В. Іванов.– К.: Центр учбової літератури, 2021.– 332с.
5. Автоматизація мерчандайзингу — growth hacking для рітейлу URL: <https://ua.ibagroupit.com/insights/goods-checker-merchandising-automation-for-retail/>.
6. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khmnu.edu.ua>.
7. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khmnu.edu.ua/asp/php_f/p1page_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Сергій ДРАЖНИЦЯ