

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 10 «Мерчандайзинг»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності / освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	4 курс, 7 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Милько Інна Петрівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу, основ маркетингу
Що буде вивчатися	Мерчандайзинг як технологія маркетингу на підприємствах роздрібної торгівлі. Розміщення торговельно-технологічного обладнання та формування типу руху покупців у торговій залі магазину. Основні принципи та правила викладки товарів у торговій залі магазину. Інтегровані маркетингові комунікації у місцях продажу. Використання POS-матеріалів. Управління роздрібним продажем товарів із застосуванням інструментів мерчандайзингу
Чому це цікаво/треба вивчати	Вивчення освітнього компоненту сприятиме оволодінню знань та практичних навичок ефективної реалізації товарів та послуг кінцевим споживачам, ознайомлення з основами підготовки майбутнього фахівця для реалізації професійних функцій у сфері продажів, формування клієнтської бази, використання маркетингових інструментів стимулювання та активізації продажів товарів та послуг.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні

	знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Загальні компетентності: ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Фахові компетентності: ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.