

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

**Навчально – науковий інститут денної освіти
Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри



П.Ю. Балабан

(підпис) (підпис, прізвище)

«11» 09 2021 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

навчальної дисципліни «Мерчандайзинг»

освітня програма «Товарознавство і торговельне підприємництво»,

спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
код назва спеціальності

галузь знань 07 Управління та адміністрування
код назва галузі знань

ступінь вищої освіти молодший бакалавр

Робоча програма навчальної дисципліни «Мерчандайзинг» схвалена та рекомендована до використання в освітньому процесі на засіданні кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

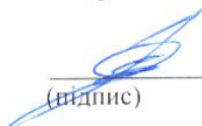
Протокол від «02» вересня 2021 року № 1

Полтава 2021

Укладач: Лісіца В.В., к.е.н., доцент.

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньої програми «Товарознавство і торговельне підприємництво» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» ступеня молодший бакалавр


(підпис)

О.О. Горячова
(ініціали, прізвище)

« 12 » вересня 2021 року

Розділ 1. Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1 - Опис навчальної дисципліни Мерчандайзинг

Місце у структурно-логічній схемі підготовки	<i>Пререквізити:</i> Організація торгівлі <i>Постреквізити:</i> -	
Мова викладання	Українська	
Статус дисципліни: вибіркова		
Курс/семестр вивчення	2/4	
Кількість кредитів ЄКТС/кількість модулів	5/2	
Денна форма навчання:		
Кількість годин: – загальна кількість: - 150.		
- лекції: 20 год.		
- практичні заняття: 40 год.		
- самостійна робота: 90 год.		
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): ПМК		
Заочна форма навчання:		
Кількість годин: – загальна кількість: 3 семестр - 150.		
- лекції: 3 семестр - 4.		
- практичні заняття: 3 семестр - 6.		
- самостійна робота: 3 семестр – 140.		
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): ПМК.		

Розділ 2. Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Метою вивчення навчальної дисципліни Мерчандайзинг є формування у студентів системи теоретичних знань, вмінь та практичних навичок щодо застосування мерчандайзингу виробничими/постачальницькими та роздрібними підприємствами в просуванні товарів до споживачів в місці продажу..

Таблиця 2 - Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none"> • використовувати базові знання з торгівлі й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях (ПР01); • застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в торговельній діяльності (ПР02); • організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржо- 	<ul style="list-style-type: none"> • здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК01); • здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях (ЗК02); • здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК06); • здатність працювати в команді (ЗК07); • критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності (СК01);

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>вої діяльності (ПР05);</p> <ul style="list-style-type: none"> • вміння працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягти професійних цілей. (ПР06); • вміння вирішувати професійні завдання з організації діяльності торговельних структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів (ПР 17) 	<ul style="list-style-type: none"> • здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур (СК02); • здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин (СК03); • здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності торговельних структур (СК04).

Розділ 3. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1. Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі

Тема 1. Теоретичні основи мерчандайзингу.

Поняття та еволюція мерчандайзингу. Цілі, завдання та функції мерчандайзингу. Поведінка споживачів як основа мерчандайзингу, управління поведінкою покупців. Поняття про тривірневу концепцію мерчандайзингу. Основні відмінності цілей мерчандайзингу виробника/постачальника та магазину. Обмеження щодо застосування технологій мерчандайзингу. Інструменти та правила мерчандайзингу.

Тема 2. Реалізація концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі

Ефективна організація торговельного простору магазину. Види планування торговельного залу. Основні показники ефективності використання торговельної площі магазину. Концепції розміщення товарних груп у торговельному залі, вимоги до організації основних зон торговельного залу магазину, послідовність розміщення відділів і секцій у торговельному залі. Система розміщення торговельного обладнання в торговельному залі магазину. Організація руху покупців в торговельному залі. Особливості та принципи організації торгового простору магазинів різної спеціалізації. Особливості поведінки покупців у торговельному залі. Атмосфера магазину. Колір, система освітлення, запахи в торговельному залі магазину, їх взаємозв'язок зі спеціалізацією магазину та цільовою групою покупців, вплив на процес продажу. Викладка та розміщення товарів, принципи й основні концепції представлення товару, правила розміщення товару на полицях, вплив місця розміщення місця розміщення товару на обсяги продажу, визначення оптимального розміру викладки, фейсінг, розробка та побудова планограм.

Тема 3. Мерчандайзинг продовольчих товарів

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 4. Мерчандайзинг непродовольчих товарів

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.

Модуль 2. Організація системи мерчандайзингу в компанії

Тема 5. Використання POS-матеріалів

Визначення і класифікація POS-матеріалів. Функціональні зони використання POS-матеріалів. Правила використання POS-матеріалів у магазині, ефективність їх використання.

Тема 6. Організація системи мерчандайзингу в компанії

Організація служби мерчандайзингу в роздрібній компанії. Функції та обов'язки мерчандайзера в роздрібній компанії, план роботи в торговельному залі. Система стимулювання і мотивації мерчандайзерів, вимоги до професійної компетенції мерчандайзера. Мерчандайзинг-бук. Показники ефективності мерчандайзингу.

Організація системи мерчандайзингу виробника/постачальника. Побудова взаємовідносин виробничих і збутових компаній з роздрібними мережами. Організація місця продажу продукції виробника/постачальника в магазині. Проведення спеціальних акцій виробником/постачальником у магазині. Організація служби мерчандайзингу у виробничій/збутовій компанії. Функції та обов'язки мерчандайзера у виробничій/збутовій компанії.

Розділ 4. Тематичний план навчальної дисципліни

Таблиця 4.1 - Тематичний план навчальної дисципліни Мерчандайзинг для студентів денної форми навчання

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
Модуль 1. Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі					
Тема 1. Тема 1. Основи мерчандайзингу.. Лекція 1. 1.1. Поняття та еволюція мерчандайзингу. Цілі, функції мерчандайзингу. 1.2. Задачі мерчандайзингу виробника та роздрібного торговця. 1.3. Поняття про трирівневу концепцію мерчандайзингу.	2	Практичне заняття 1 Дослідження еволюції концепції мерчандайзингу та її сучасної інтерпретації. 1.1. Поняття та еволюція мерчандайзингу. Цілі, функції мерчандайзингу. 1.2. Задачі мерчандайзингу виробника та роздрібного торговця. 1.3. Поведінка споживачів як основа мерчандайзингу. 1.4. Поняття про трирівневу концепцію мерчандайзингу.	4	Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування; вирішення завдань, написання доповідей та рефератів.	15
Тема 2. Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі Лекція 2. 2.1. Реалізація першого рівня концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі. Інструменти та правила мерчандайзингу. 2.2. Види планування торговельного залу, їх переваги та недоліки. 2.3. Концепції розміщення товарних груп в торговельному залі магазину. Основні принципи організації основних зон торговельного залу магазину. 2.4. Особливості та принципи організації торгового	6	Практичне заняття 2 Аналіз інструментів мерчандайзингу, що застосовуються на 1, 2 та 3 рівнях концепції мерчандайзингу. Дослідження їх впливу на збільшення обсягів продажу товарів в точці продажу. Розробка та використання планogram в організації викладки товарів в магазинах різних форматів. 2.1. Реалізація першого рівня концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі. Інструменти та правила мерчандайзингу. 2.2. Види планування торговельного залу, їх переваги та	10	Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування; вирішення завдань, написання доповідей та рефератів.	15

<p>простору магазинів різної спеціалізації.</p> <p>2.5. Атмосфера магазину, її складові. Колір, система освітлення, запахи в торговельному залі магазину.</p> <p>2.6. Аромамаркетинг, вплив музики та інших складових атмосфери магазину на процес продажу.</p> <p>2.7. Способи та правила викладки товарів в торговельному залі.</p> <p>2.8. Визначення розміру викладки товарів. Розробка планограм.</p>		<p>недоліки.</p> <p>2.3. Концепції розміщення товарних груп в торговельному залі магазину. Основні принципи організації основних зон торговельного залу магазину.</p> <p>2.4. Особливості та принципи організації торгового простору магазинів різної спеціалізації.</p> <p>2.5. Атмосфера магазину, її складові. Колір, система освітлення, запахи в торговельному залі магазину.</p> <p>2.6. Аромамаркетинг, вплив музики та інших складових атмосфери магазину на процес продажу.</p> <p>2.7. Способи та правила викладки товарів в торговельному залі.</p> <p>2.8. Визначення розміру викладки товарів. Розробка планограм.</p>			
<p>Тема 3. Мерчандайзинг продовольчих товарів Лекція 3.</p> <p>3.1. Особливості мерчандайзингу гастрономічних товарів.</p> <p>3.2. Мерчандайзинг бакалійних товарів.</p> <p>3.3. Мерчандайзинг молочних товарів, м'яса та м'ясопродуктів.</p> <p>3.4. Особливості мерчандайзингу сільськогосподарської, замороженої продукції.</p> <p>3.5. Особливості мерчандайзингу алкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральної води та соків.</p>	4	<p>Практичне заняття 3</p> <p>Дослідження та аналіз особливостей застосування інструментів мерчандайзингу найбільш поширених груп продовольчих товарів в процесі їх реалізації в точці продажу.</p> <p>3.1. Особливості мерчандайзингу гастрономічних товарів.</p> <p>3.2. Мерчандайзинг бакалійних товарів.</p> <p>3.3. Мерчандайзинг молочних товарів, м'яса та м'ясопродуктів.</p> <p>3.4. Особливості мерчандайзингу сільськогосподарської, замороженої продукції.</p> <p>3.5. Особливості мерчандайзингу алкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральної води та соків.</p>	6	<p>Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування; вирішення завдань, написання доповідей та рефератів.</p>	15
<p>Тема 4. Мерчандайзинг непродовольчих товарів. Лекція 4.</p> <p>4.1. Особливості мерчандайзингу побутової техніки та електроніки.</p> <p>4.2. Особливості мерчандайзингу чоловічого та жіночого одягу.</p> <p>4.3. Особливості мерчандайзингу дитячого одягу та</p>	4	<p>Практичне заняття 4</p> <p>Дослідження та аналіз особливостей застосування інструментів мерчандайзингу найбільш поширених груп непродовольчих товарів в процесі їх реалізації в точці продажу.</p> <p>4.1. Особливості мерчандайзингу побутової техніки та електроніки.</p> <p>4.2. Особливості мерчандайзи-</p>	6	<p>Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування; вирішення завдань, написання доповідей та рефератів.</p>	15

іграшок. 4.4. Особливості організації системи мерчандайзингу в ювелірних магазинах. 4.5. Особливості мерчандайзингу в книжкових супермаркетах.		нгу чоловічого та жіночого одягу. 4.3. Особливості мерчандайзингу дитячого одягу та іграшок. 4.4. Особливості організації системи мерчандайзингу в ювелірних магазинах. 4.5. Особливості мерчандайзингу в книжкових супермаркетах.			
Разом по модулю 1	16		26		60
Модуль 2. Організація системи мерчандайзингу в компанії					
Тема 5. Використання POS-матеріалів Лекція 5. 5.1. Сутність рекламно-інформаційної підтримки в магазині. 5.2. Визначення і класифікація POS – матеріалів. 5.3. Функціональні зони використання POS – матеріалів. Правила оформлення POS – матеріалами.	2	Практичне заняття 5 Провести дослідження впливу POS – матеріалів на зростання обсягів продажу товарів різних груп. Дослідити та проаналізувати використання POS – матеріалів в магазинах різних форматів. 5.1. Сутність рекламно-інформаційної підтримки в магазині. 5.2. Визначення і класифікація POS – матеріалів. 5.3. Функціональні зони використання POS – матеріалів. 5.4. Правила оформлення POS – матеріалами.	6	Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування; вирішення завдань, написання доповідей та рефератів.	15
Тема 6. Організація системи мерчандайзингу в компанії Лекція 6. 6.1. Організації мерчандайзингу в роздрібній компанії. Функціональні обов'язки та вимоги до мерчандайзера в роздрібній компанії. 6.2. План роботи мерчандайзера в торговельному залі. Стандарт мерчандайзингу. 6.3. Цілі та задачі мерчандайзингу виробника / постачальника. Організація служби мерчандайзингу в виробничій / збутовій компанії. Функціональні обов'язки супервайзера та мерчандайзера. 6.4. Зміст та методика розробки мерчандайзинг-бук.	2	Практичне заняття 6 Дослідити організаційну структуру відділу мерчандайзингу та посадові інструкції мерчандайзера в роздрібній компанії. Дослідити процес планування та звітності з мерчандайзингу. Проаналізувати підходи до розробки стандарту мерчандайзингу та його впровадження в діяльність організації. 6.1. Організації мерчандайзингу в роздрібній компанії. Функціональні обов'язки та вимоги до мерчандайзера в роздрібній компанії. 6.2. План роботи мерчандайзера в торговельному залі. Стандарт мерчандайзингу. 6.3. Цілі та задачі мерчандайзингу виробника / постачальника. Організація служби мерчандайзингу в виробничій / збутовій компанії. Функціональні обов'язки супервайзера та мерчандайзера. 6.4. Зміст та методика розроб-	8	Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування; вирішення завдань, написання доповідей та рефератів.	15

		ки мерчандайзинг-бук		
Разом по модулю 2	4		14	30
Всього	20		40	90

Таблиця 4.2 - Тематичний план навчальної дисципліни Мерчандайзинг для студентів заочної форми навчання

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
Модуль 1. Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі					
<p>Тема 1. Тема 1. Основи мерчандайзингу. Лекція 1.</p> <p>1.1. Поняття та еволюція мерчандайзингу. Цілі, функції мерчандайзингу.</p> <p>1.2. Задачі мерчандайзингу виробника та роздрібного торговця.</p> <p>1.3. Поняття про трирівневу концепцію мерчандайзингу.</p>	2	Дослідження еволюції концепції мерчандайзингу та її сучасної інтерпретації.		Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування; вирішення завдань, написання доповідей та рефератів.	24
Тема 2. Мерчандайзинг в роздрібній торгівлі		<p>Практичне заняття 2</p> <p>Аналіз інструментів мерчандайзингу, що застосовуються на 1, 2 та 3 рівнях концепції мерчандайзингу. Дослідження їх впливу на збільшення обсягів продажу товарів в точці продажу.</p> <p>Розробка та використання планogram в організації викладки товарів в магазинах різних форматів.</p> <p>2.1. Реалізація першого рівня концепції мерчандайзингу в роздрібній торгівлі. Інструменти та правила мерчандайзингу.</p> <p>2.2. Види планування торговельного залу, їх переваги та недоліки.</p> <p>2.3. Концепції розміщення товарних груп в торговельному залі магазину. Основні принципи організації основних зон торговельного залу магазину.</p> <p>2.4. Особливості та принципи організації торгового простору магазинів різної спеціалізації.</p> <p>2.5. Атмосфера магазину, її складові. Колір, система освіт-</p>	4	Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування; вирішення завдань, написання доповідей та рефератів.	24

		лення, запахи в торговельному залі магазину. 2.6. Аромамаркетинг, вплив музики та інших складових атмосфери магазину на процес продажу. 2.7. Способи та правила викладки товарів в торговельному залі. 2.8. Визначення розміру викладки товарів. Розробка планogram.			
Тема 3. Мерчандайзинг продовольчих товарів		Дослідження та аналіз особливостей застосування інструментів мерчандайзингу найбільш поширених груп продовольчих товарів в процесі їх реалізації в точці продажу.		Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування; вирішення завдань, написання доповідей та рефератів.	24
Тема 4. Мерчандайзинг непродовольчих товарів		Дослідження та аналіз особливостей застосування інструментів мерчандайзингу найбільш поширених груп непродовольчих товарів в процесі їх реалізації в точці продажу.		Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування; вирішення завдань, написання доповідей та рефератів.	24
Разом по модулю 1	2		4		96
Модуль 2. Організація системи мерчандайзингу в компанії					
Тема 5. Використання POS-матеріалів		Провести дослідження впливу POS – матеріалів на зростання обсягів продажу товарів різних груп. Дослідити та проаналізувати використання POS – матеріалів в магазинах різних форматів.		Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування; вирішення завдань, написання доповідей та рефератів.	20
Тема 6. Організація системи мерчандайзингу в компанії Лекція 6. 6.1. Організації мерчандайзингу в роздрібній компанії. Функціональні обов'язки та вимоги до мерчандайзера в роздрібній компанії. 6.2. План роботи мерчандайзера в торговельному залі. Стандарт мерчандайзингу. 6.3. Цілі та задачі мерчандайзингу виробника / постачальника. Організація служби мерчандайзингу в	2	Практичне заняття 6 Дослідити організаційну структуру відділу мерчандайзингу та посадові інструкції мерчандайзера в роздрібній компанії. Дослідити процес планування та звітності з мерчандайзингу. Проаналізувати підходи до розробки стандарту мерчандайзингу та його впровадження в діяльність організації. 6.1. Організації мерчандайзингу в роздрібній компанії. Функціональні обов'язки та вимоги до мерчандайзера в роздрібній компанії. 6.2. План роботи мерчандайзера в торговельному залі. Стан-	2	Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування; вирішення завдань, написання доповідей та рефератів.	24

виробничій / збутовій компанії. Функціональні обов'язки супервайзера та мерчандайзера. 6.4. Зміст та методика розробки мерчандайзинг-бук.		дарт мерчандайзингу. 6.3. Цілі та задачі мерчандайзингу виробника / постачальника. Організація служби мерчандайзингу в виробничій / збутовій компанії. Функціональні обов'язки супервайзера та мерчандайзера. 6.4. Зміст та методика розробки мерчандайзинг-бук			
Разом по модулю 2	2		2		44
Всього	4		6		140

Розділ 5. Система оцінювання знань студентів

Таблиця 5 – Розподіл балів за результатами вивчення навчальної дисципліни

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-4): відвідування занять (4 балів); виконання навчальних завдань (20 бали); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (18 балів); поточна модульна робота (15 балів)	65
Модуль 2 (теми 5-6): відвідування занять (2 балів); виконання навчальних завдань (10 бали); завдання самостійної роботи (4 балів); тестування (9 балів); поточна модульна робота (10 балів)	35
Разом	100

Таблиця 6 - Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Розділ 6. Інформаційні джерела

Основні

1. Тягунова Н.М. Мерчандайзинг: кредитно-модульний курс. навч. посіб./ Н.М. Тягунова, В.В. Лісіца, Ю.В. Іванов. – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 332 с.
2. Мазаракі А. А. Мерчандайзинг : навч. посібник / А. А. Мазаракі, Н. Б. Ільченко. – К. : КНТЕУ, 2015. – 292 с.
3. Мельник І.М., Хом'як Ю.М. Мерчандайзинг: Навч. посіб. – К. : Знання, 2009. – 309 с.
4. Божкова В.В., Башук Т.О. Мерчандайзинг: Навчальний посібник. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. -125 с.
5. Снегирева В.В. Книга мерчандайзера. – СПб.: Питер, 2005. – 384 с.

6. Сысоева С.В., Бузукова Е.А. Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице. – СПб.: Питер, 2019. -226 с.
7. Сысоева С.В., Крок Г.Г. Большая книга директора магазина. – СПб.: Питер, 2019. - 432 с

Додаткові

8. Бузукова Е. А . Ассортимент розничного магазина. Методы анализа и практические советы. – СПб.: Питер, 2007.
9. Веллхофф А., Массон Ж.-Э . Мерчандайзинг. Эффективные инструменты и управление товарными категориями. – М.: ИД Гребенникова, 2004.
10. Дион Дж ., Топпинг Т. Розничная торговля: Как открыть собственный магазин. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
11. Канаян К ., Канаян Р . Проектирование магазинов и торговых центров. – М.: ЮСК, 2005.
12. Канаян К., Канаян Р . Мерчандайзинг. – М.: РИП-Холдинг, 2001.
13. Крок Г. Визуальный мерчандайзинг, или как покупатель видит товар //www.retailclub.ru
14. Крок Г. Ювелирный магазин. Управление. Мерчандайзинг. М.: Изд-во «6 карат», 2005.
15. Леви М., Вейтц Б. Основы розничной торговли. СПб.: Питер, 2001.
16. Мачнев Е. В . Развлекунки: креатив в розничной торговле. – СПб.: Питер, 2005.
17. Сысоева С. В. Стандарт розничного магазина. Разработка инструкций и регламентов. – СПб.: Питер, 2007.
18. Современный супермаркет: Учебник по современным формам торговли. – М.: Издательство ВВРГ, 2005.
19. Сысоева С. Стандарт розничного магазина. Разработка инструкций и регламентов. СПб.: Питер, 2007.
20. Сысоева С. Тренинг продажи и обслуживания покупателей в розничном магазине. СПб.: Питер, 2007.
21. Ходаков А . Психология успешных продаж. – СПб.: Питер, 2001.
22. Шнаппауф Р. А . Практика продаж: Справочное пособие по всем ситуациям в сбыте. – М.: Интерэксперт, 2000.
23. Эстерлинг С., Флоттман Э., Джерниган М., Маршалл С. Мерчандайзинг в розничной торговле. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2004.

Електронні ресурси

1. <https://allretail.ua/ru>
2. <https://rau.ua/ru/>
3. <https://ua-retail.com/>
4. <https://retailers.ua/>
5. <https://promodo.ua/ua/blog/10-taktik-onlajn-merchandajzinga-dlya-velicheniya-prodazh.html#gref>
6. www.retailclub.ru
7. www.vitrina.ru
8. <https://vitrinistika.ru/>
9. <http://www.kanayan.biz/>

Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни

1. Банк тестів за курсом, які розміщені у програмній оболонці Open test.
2. Супровід лекцій за курсом з використанням Microsoft PowerPoint Presentation.
3. Лісіца В.В. Мерчандайзинг: дистанційний курс // В. В. Лісіца [Електронний ресурс] : Головний центр дистанційного навчання Полтавський університет економіки і торгівлі. – Режим доступу: <http://www2.el.puet.edu.ua/st/course/view.php?id=1420>