

Кропивницький фаховий коледж харчування та торгівлі

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні циклової комісії
товарознавства та підприємництва
протокол №1 від 30 серпня 2024 р.
Голова циклової комісії


Наталія ГРІН

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ БК 9 Реклама та мерчандайзинг	
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	076 «Підприємництво та торгівля»
Освітньо-професійна програма	Товарознавство та підприємництво
Рівень освіти	Фахова передвища освіта
Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова
Форма навчання	Денна
Семестр	ПЗСО – 3 БСО - 4
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/загальна кількість годин)	3 кредити/90 годин
Мова викладання	Українська
Розробник	Наталія ГРІН, викладач, спеціаліст вищої кваліфікаційної категорії.
Предмет вивчення навчальної дисципліни	Предметом вивчення навчальної дисципліни є сутність, засоби та види, механізм організації реклами та мерчандайзингу роздрібних та оптових підприємств.
Мета навчальної дисципліни	Надання спеціальних теоретичних знань в сфері реклами та мерчандайзингу, формування уявлення про функції, роль і місце реклами та мерчандайзингу в бізнесі, про основні канали поширення реклами, види та засоби реклами, рекомендації по організації реклами товарів і послуг, вивчення та застосування на практиці інструментів і технологій мерчандайзингу як засобу активізації попиту населення на товари народного споживання, підвищення ефективності діяльності роздрібних торговельних підприємств та підходів до оцінки ефективності мерчандайзингу.
Компетентності, заплановані знання та вміння	Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів освіти компетентностей та програмних результатів навчання відповідно до освітньо-професійної програми «Товарознавство та підприємництво», а саме: Загальні компетентності: ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. ЗК 6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

	Спеціальні компетентності: СК 1. Здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у підприємницькій та торговельній діяльності. СК 3. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких та торговельних структур. СК 4. Здатність визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності. СК 5. Здатність здійснювати діяльність із дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької та торговельної діяльності. СК 8. Здатність визначати та задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку. У результаті вивчення дисципліни здобувачі освіти знають: ○ поняття «реклами», функції, основні види і засоби реклами, сутність, структуру, форми рекламних звернень, основні види і відмінні особливості POS-матеріалів, сутність та види реклами в місцях продажу, нові перспективні напрямки в рекламі; ○ комплекс заходів, які здійснюються в торговельному залі та спрямовані на просування товару; ○ можливості та межі застосування ресурсів мерчандайзингу. вміють: ○ складати рекламні повідомлення, вибирати носії реклами з урахуванням особливостей діяльності підприємств і доцільності, ○ привертати увагу споживачів до нових товарів і спеціальних пропозицій; ○ створювати середовище в магазині, в якому відвідувачі отримали б задоволення від процесу здійснення покупки; ○ удосконалювати види і способи застосування реклами в місцях продажу; ○ забезпечувати доступність товарів для покупців при їх виборі без участі продавців-консультантів
Заплановані результати навчання	Програмні результати навчання РН 2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у підприємницькій та торговельній діяльності із професійною метою. РН 3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності. РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва та торгівлі. РН 5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької та торговельної діяльності. РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети. РН 7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні й теоретичні знання у сфері підприємницької та торговельної діяльності для подальшого використання у практичній діяльності. РН 9. Застосовувати інноваційні підходи у підприємницькій та торговельній діяльності. РН 10. Визначати характеристику товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності за допомогою сучасних методів.

	РН 11. Знати основи нормативно-правового забезпечення діяльності підприємницьких та торговельних структур і застосовувати їх на практиці. РН 14. Визначати потреби споживачів для формування асортименту товарів у підприємницькій та торговельній діяльності.
Зміст дисципліни	Програма навчальної дисципліни Модуль 1. Основи реклами та рекламної діяльності <i>Тема 1. Поняття торговельної реклами</i> Етапи розвитку рекламної діяльності. Реклама: сутність, цілі, завдання. Функції реклами. Роль реклами в системі маркетингових комунікацій. Основні сфери рекламної діяльності: маркетинг, бізнес, наука, мистецтво. Правове регулювання рекламної діяльності в Україні. Основні законодавчі заборони. Історія використання ЗМІ як засобів розповсюдження реклами. <i>Тема 2. Основні види реклами</i> Реклами та її місце в системі маркетингових комунікацій. Види та засоби реклами. Класифікація реклами. Усна реклама. Друкована реклама. Зовнішня реклама. Сучасні рекламні засоби зовнішньої реклами. <i>Тема 3. Рекламні звернення</i> Рекламне звернення: поняття, сутність, основні етапи та технології процесу розробки. Рекламний слоган. Структура рекламного звернення. Форми і стилі рекламних звернень. Художнє оформлення рекламних звернень. Змістовий модуль 2. Теоретичні основи мерчандайзингу <i>Тема 4. Поняття і сутність мерчандайзингу</i> Еволюція мерчандайзингу. Поняття про мерчандайзинг. Цілі та завдання мерчандайзингу. Принципи мерчандайзингу. Функції мерчандайзингу. Методи мерчандайзингу. Інструменти та правила мерчандайзингу. <i>Тема 5. Інструменти мерчандайзингу в місцях продажу</i> Сутність реклами в місцях продажу. Сутність викладки та її різновиди. Класифікація вітрин. Загальні правила викладки товарів. Використання простору в торговельному залі. Вивчення впливу принципів викладки товарів на зміну обсягів товарообороту. Поняття планограми. <i>Тема 6. POS – матеріали</i> Сутність рекламно – інформаційної підтримки в магазині. Визначення та класифікація POS – матеріалів. Функціональні зони використання POS – матеріалів. Правила оформлення POS – матеріалів. Вплив рекламних матеріалів на продаж. <i>Тема 7. Особливості мерчандайзингу окремих груп товарів</i> Поняття про товарні категорії. Мерчандайзинг молока та молочних товарів. Особливості викладки м'яса та м'ясопродуктів, ковбасної продукції. Мерчандайзинг кондитерських товарів. Мерчандайзинг бакалійних товарів. Особливості викладки заморожених, плодочових товарів. Мерчандайзинг алкогольних та безалкогольних напоїв. Мерчандайзинг непродовольчих товарів.
Міждисциплінарні зв'язки	- Маркетинг - Комерційна діяльність - Торговельне підприємництво

	- Організація і технологія торговельних процесів - Товарознавство харчових продуктів - Товарознавство непродовольчих товарів - Навчальна практика - Виробнича практика																						
Система оцінювання	Шкала оцінювання: національна та ЄКТС <table><tr><th>Сума балів за всі види навчальної діяльності</th><th>Оцінка ЄКТС</th><th>Оцінка за національною шкалою для заліку</th></tr><tr><td>90-100</td><td>A</td><td>зараховано</td></tr><tr><td>82-89</td><td>B</td><td rowspan="2">зараховано</td></tr><tr><td>75-81</td><td>C</td></tr><tr><td>68-74</td><td>D</td><td rowspan="2">зараховано</td></tr><tr><td>60-67</td><td>E</td></tr><tr><td>35-59</td><td>FX</td><td>не зараховано з можливістю повторного складання</td></tr><tr><td>1-34</td><td>F</td><td>не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни</td></tr></table>	Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою для заліку	90-100	A	зараховано	82-89	B	зараховано	75-81	C	68-74	D	зараховано	60-67	E	35-59	FX	не зараховано з можливістю повторного складання	1-34	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою для заліку																					
90-100	A	зараховано																					
82-89	B	зараховано																					
75-81	C																						
68-74	D	зараховано																					
60-67	E																						
35-59	FX	не зараховано з можливістю повторного складання																					
1-34	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни																					
Інформаційне забезпечення	Законодавчі акти та нормативно – правові документи 1. Про рекламу. Закон України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), № 270/96-ВР від 03.07.1996 зі змінами та доповн. URL: www.rada.gov.ua 2. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 № 2658- XII // Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1992, № 48. зі змінами та доповн. № 3005-IX від 21.03.2023 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text Основні підручники і посібники 1. Тягунова Н.В., Лісіца В.В. Мерчандайзинг. Кредитно – модульний курс: навчальний посібник. – К.: ЦНЛ, 2019. 332с. 2. Божкова В.В., Башук Т.О. Мерчандайзинг: навчальний посібник. – Суми: Університетська книга, 2023. 124 с. 3. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту: навчальний посібник. – К.: ЦНЛ, 2019. 200с. 4. Воронько-Невіднича Т.В., Калюжна Ю.П., Хурдей В.Д. Реклама і рекламна діяльність: навч. посібник. <i>Полтава. РВВ ПДАА</i>. 2018. 230 с. 5. Мельник І. М., Хомяк Ю. М. Мерчандайзинг: Навч. посіб. – К.: Знання, 2009. 309 с. 6. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М. Основи рекламної діяльності: Навчальний посібник. Дрогобич, 2007. 102 с. URL: http://tourlib.net/books_others/reklama.htm 7. Обрийко Б.А. Реклама і рекламна діяльність. Курс лекцій. – К.: МАУП, 2002. 240 с.																						