**Тема 1. Теоретичні основи мерчандайзингу**

1.Основні поняття та функції мерчандайзингу

2.Характеристика концепцій мерчандайзингу

3.Основні етапи розвитку та становлення мерчандайзингу в Україні

2. Розв’язання ситуаційних завдань.

1. Оцініть можливості застосування технологій мерчендайзингу в

наступних умовах

⁻ інтернет-магазин, що торгує брендовим одягом

⁻ магазин, що торгує мобільними телефонами

⁻ магазин, що торгує канцелярськими товарами

⁻ магазин, розташований СМТ

⁻ магазин-філіал в іншій країні

⁻ магазин, що торгує кондитерськими виробами

⁻ продаж онлайн-курсів

⁻ особисті продажу.

3. Питання для самоконтролю та дискусій

1. Перерахуйте завдання в мерчандайзингу, та дайте відповідну

характеристику.

2. Наведіть приклад об'єкту і суб'єктів мерчандайзингу у мережі АТБ.

3.Назвіть основні принципи мерчандайзингу, та дайте повну характеристику.

4. Наведіть приклади основних функцій мерчандайзингу