

Орієнтовний перелік тем індивідуальних навчально-дослідних завдань

1. Основні складові мерчендайзингу.
2. Практика мерчендайзингу.
3. Особливості мерчендайзингу в аптеках.
4. Практичні аспекти викладки товарів.
5. Використання POS- матеріалів в торгівлі.
6. Типові помилки при викладці товарів.
7. Реклама на моніторах в місцях продажу.
8. Загальна схема впровадження мерчендайзингу в роздрібних мережах.
9. Перехресний мерчендайзинг в торгівлі.
10. Особливості викладки сирів.
11. Особливості використання музики в торгівельних закладах.
12. Манекен як функціональна одиниця оформлення магазину.
13. Основні формати торгових підприємств в Україні.
14. Застосування світла, кольору і запахів в роздрібній торгівлі.
15. Особливості викладки бакалейної продукції.
16. Особливості викладки молочної продукції (йогуртів та сиру).
17. Особливості викладки у відділі „Овочі і фрукти».
18. Особливості викладки у відділі „Заморожені продукти».
19. Особливості викладки м'яса і м'ясопродуктів.
20. Особливості викладки алкогольної продукції.
21. Особливості викладки побутової техніки і електроніки.
22. Особливості викладки в магазинах взуття.
23. Особливості викладки в магазинах одягу.
24. Особливості викладки в магазинах „Товари для дому».
25. Поняття мерчендайзингу та його принципи.
26. Інструменти мерчендайзингу.
27. Задачі мерчендайзингу товаровиробника і роздрібних продавців.
28. Фасад магазину і прилегла територія.
29. Загальний зовнішній вигляд торгового залу.
30. Викладка і представлення одиниці товару в торговому залі.
31. Робота персоналу в фірмовому магазині.
32. Способи спрямування уваги на товар.
33. Особливості викладки дрібних і габаритних товарів.
34. Зовнішній вигляд продавця. Жести, міміка.
35. Варіанти спілкування продавця з покупцем.
36. Інструменти боротьби за покупця в місцях торгівлі.
37. Роль кольору і освітлення в виборі покупця.
38. Вплив кольору та асоціацій на вибір покупця.

39. РОС-матеріали і можливості їх використання.
40. Вимоги до торгових представників.
41. Методи роботи торгового представника з клієнтом.
42. Пам'ятка мерчендайзеру.
43. Сім правил мерчендайзинга.
44. 'Три кита «мерчендайзингу».
45. Формування товарного запасу.
46. Правило ФІФО в мерчендайзингу.
47. Особливості планування торгових приміщень.
48. 'Перехресний' мерчендайзинг.
49. 'Золотий трикутник' в супермаркетах.
50. Трьохрівнева концепція мерчендайзинга.
51. Мерчендайзинг: суть, методи організації.
52. Зміст та завдання мерчендайзингу.
53. Основні елементи мерчендайзингу.
54. Розміщування і викладка товарів у магазині.
55. Суть і принципи організації розміщування товарів у торговому залі.
56. Суть і принципи організації викладання товарів у магазині.
57. Ефективність використання торгових площ магазинів.
58. Суть та система показників ефективності в торгівлі.
59. Показники ефективності використання торгової площі магазину.
60. Основні принципи мерчендайзингу.