

Тема 5. Реалізація першого рівня концепції мерчандайзингу: зовнішній вигляд магазину та прилеглої території. Вітринистика

Мета й завдання: трактування реалізації першого рівня концепції мерчандайзингу; зовнішній вигляд магазину та прилеглої території; познайомитися з основами вітринистики.

План

- 1. Вітрини магазину, їх типи і завдання**
- 2. Принципи оформлення вітрин**

Вітрини, вітринистика. Вітрини магазину, їх типи і завдання. Основні завдання вітрини як функціонального елементу магазину. Вітрини відкритого типу. Вітрина закритого типу. Розподіл вітрин за оформленням. Види вітрин, їх пристрій, класифікація вітрин. Світові тренди в галузі вітринистики. Матеріали, що використовуються при оформленні вітрин. Вивчення вітринного простору. Вивчення типів вітрин.

Класифікація вітрин в магазинах залежно від товарної ознаки. Класифікація вітрин за характером оформлення в роздрібній торгівлі.

Принципи оформлення вітрин магазину. Основні правила оформлення вітрин. Композиція, візуальний потік, фокусні точки, ритм, симетрія, асиметрія. Колір у вітринистиці: правила, колірне коло, колористика. Розробка концепції вітрини: дослідницький модуль, дизайн-код вітрини, мудборд, ескізування. Меседж вітрини. Вітринні манекени.

Питання для обговорення:

1. Як правильно оформити вітрину, щоб привернути увагу покупців?
2. Скільки товару необхідно тримати в магазині, щоб потреба покупців була задовільнена?
3. Скільки товарів потрібно пропонувати покупцеві?
4. Що таке мерчандайзинг?
5. Які заходи входять до компетенції мерчандайзингу? .
6. Що спричинило можливість широкого застосування прямого маркетингу?
7. Що таке прямий маркетинг? У яких формах він може реалізовуватись?
8. Які переваги й недоліки в застосуванні персонального продажу?
9. Назвіть причини розповсюдження прямого маркетингу.
10. Охарактеризуйте етапи розробки комплексу маркетингового стимулювання.
11. Які підходи застосовують для складання бюджету комплексу маркетингового стимулювання?

Теми для рефератів виступів, презентацій:

1. Мерчандайзинг ювелірних виробів
2. Мерчандайзинг спортивного одягу
3. Мерчандайзинг спортивного взуття
4. Мерчандайзинг дитячих товарів
5. Мерчандайзинг верхнього одягу
6. Мерчандайзинг побутової техніки
7. Мерчандайзинг меблів
8. Мерчандайзинг аксесуарів
9. Мерчандайзинг будівельних матеріалів
10. Мерчандайзинг шкіряних та хутрових виробів
11. Мерчандайзинг миючих засобів
12. Мерчандайзинг дієтичних і діабетичних продуктів
13. Мерчандайзинг бакалійних товарів (круп, макаронних виробів, олії).

Література:

1. Парфентенко І. А. Застосування трирівневої концепції мерчандайзингу для формування купівельної лояльності. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 62. С. 342-348. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2018_62_46.
2. Розумей С. Б. Візуальний мерчандайзинг (вітриністика) як засіб просування товару. *Бізнес-навігатор*. 2018. Вип. 2-2. С. 47-51. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2018_2-2_11.
3. Селезньова О. О. Вплив візуального мерчандайзингу на формування лояльності клієнтів. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. Т. 4, № 3. С. 44-54. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mardigt_2020_4_3_8.