

АТЕСТАЦІЯ 2. МЕРЧЕНДАЙЗИНГ В МАГАЗИНІ

Тема 7. Реалізація третього рівня концепції мерчандайзингу: викладка товарів

Мета й завдання: вивчити принципи та способи викладки товарів; познайомитися з видами викладки, дослідити загальні правила викладки товарів, що використовуються в мерчандайзингу.

ПЛАН

1. Принципи та способи викладки товарів
2. Види викладки
3. Загальні правила викладки товарів, що використовуються в мерчандайзингу

Ключові терміни теми:

Правила ефективного розташування товарів на поличному просторі. Визначення оптимального розміру викладки. Контроль за викладками. Правило оптимального використання простору торгового залу. Фактори, що формують планування магазину. Коефіцієнт ефективності використання загальної площі магазину. Види планування торгового залу. Ефективне розміщення і поділ товарних груп. Правило «золотого трикутника». Розташування основних і додаткових точок продажу. Комплекс просування товарів на місцях продажу. Роль внутримагазинної реклами та інструментів стимулювання збуту. Ефективна організація цінників на різних місцях продажу. Засоби оформлення місць продажу товару. Основні види та правила розміщення рекламних матеріалів. Основні принципи використання чуттєвих компонентів в магазині. Фактори, що впливають на продажу в роздрібних торгових точках. Оформлення внутримагазинного простору. Сезонний мерчандайзинг.

Питання для обговорення:

1. Що включає загальний комплекс робіт з розміщення товарів?
2. За якими принципами здійснюється групування товарів для їх розміщення в продовольчих магазинах?
3. За якими принципами здійснюється групування товарів для їх розміщення в непродовольчих магазинах?
4. Назвіть етапи процесу розроблення схеми розміщення товарів.
5. Які основні показники визначення оптимальності торгових площ розміщення товарів?
6. Визначте різницю між заставною та експозиційною площею магазину.
7. Що розуміється під викладенням товару?

8. Які види торговельно-технологічного обладнання використовуються для викладення товару?

9. В чому різниця між товарною та декоративною викладкою?

10. Що таке основна і спеціальна викладка?

11. Які є системи викладення товарів?

12. Які є способи викладення товарів?

13. Назвіть принципи викладення товарів.

14. Які є критерії викладення товарів?

15. Охарактеризуйте основні правила комерційного показу товарів.

16. Які є типи рекламного викладення?

Теми для рефератів виступів, презентацій:

Типізація закладів торгівлі, її сутність і значення:

1. Концепт-стор
2. Аутлет
3. Стоковий магазин
4. Павільйони, кіоски, палатки, торговельні автомати
5. Палатки, торговельні автомати
6. Інтернет-магазини
7. Ресторан
8. Кафе
9. Ідальня
10. Бар
11. Пауер-центр

Література:

1. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. Київ: Кондор-видавництво, 2017. 368 с. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream>

2. Внутрішня торгівля України : монографія / А.А. Мазаракі, В.Д. Лагутін, А.Г. Герасименко; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А.А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 864 с. URL: <https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/508cf1120fbd640bbc5337b81b163898.pdf>

3. Головня О. М. Виставково-ярмаркова діяльність як інтеграційний інструмент реалізації інтересів АПК. *Проблеми економіки*. 2022. №1 (51). С. 20–25.