

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Економічний факультет

Кафедра підприємництва, торгівлі та прикладної економіки

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**МЕРЧАНДАЙЗИНГ**

*Каталог 2 вибіркових дисциплін*

**Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти**

**Галузь знань**

**D Бізнес, адміністрування та право**

**07 Управління та адміністрування**

Затверджено на засіданні кафедри  
Протокол № 3 від 28 жовтня 2025 р.

м. Івано-Франківськ – 2025

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	Мерчандайзинг
<b>Викладач (-і)</b>	Ціжма Оксана Анатоліївна, старший викладач кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки
<b>Контактний телефон викладача</b>	+380509140302
<b>Е-mail викладача</b>	oksana.tsizhma@pnu.edu.ua
<b>Формат дисципліни</b>	Очний, заочний
<b>Обсяг дисципліни</b>	3 кредити ЄКТС, 90 год.
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	<a href="https://d-learn.pnu.edu.ua/">https://d-learn.pnu.edu.ua/</a>
<b>Консультації</b>	Консультації проводяться відповідно до Графіку консультацій, розміщеному на сайті кафедри <a href="https://kptpe.pnu.edu.ua/hrafik-provedennia-konsultatsij/">https://kptpe.pnu.edu.ua/hrafik-provedennia-konsultatsij/</a>
<b>2. Анотація до навчальної дисципліни</b>	
<p><b>Мерчандайзинг</b> – це одна з основоположних дисциплін для професійних діячів ринку, чий бізнес полягає в реалізації товарів і послуг кінцевим споживачам.</p> <p><b>Предметом</b> вивчення дисципліни «<b>Мерчандайзинг</b>» є мерчандайзингова діяльність роздрібних та виробничих (збутових) підприємств..</p> <p><b>Об’єкт дослідження</b> дисципліни «<b>Мерчандайзинг</b>» – процес організації системи мерчандайзингу у сучасних роздрібних підприємствах.</p>	
<b>3. Мета та цілі навчальної дисципліни</b>	
<p><b>Метою</b> викладання навчальної дисципліни «<b>Мерчандайзинг</b>» є формуванні у здобувачів вищої освіти сучасного наукового світогляду та системи спеціальних знань у сфері мерчандайзингу та практичних навичок з питань організації мерчандайзингу роздрібних та виробничих/збутових підприємств.</p> <p>Основними <b>завданнями</b> вивчення дисципліни «<b>Мерчандайзинг</b>» є формуванні вмінь та знань із теоретичних основ мерчандайзингу; використання навичок щодо основних інструментів та правил мерчандайзингу; дослідження мерчандайзингу зовнішнього вигляду магазину та прилеглої території; ознайомлення із організацією внутрішнього простору магазину; управління загальними правилами викладки товарів, дослідження атмосфери магазину як фактору ефективної торгівлі; використання POS-матеріалів; організації системи мерчандайзингу в компанії; набуття навичок підвищення ефективності реалізації товарів кінцевому споживачу</p> <p>Основними <b>цілями</b> вивчення дисципліни «<b>Мерчандайзинг</b>» є плани, яких компанія повинна досягти, щоб підвищити успішність бізнесу та збільшити прибуток і дохід, зокрема використовуючи навички щодо основних інструментів та правил мерчандайзингу; досліджуючи мерчандайзинг зовнішнього вигляду магазину та прилеглої території; ознайомлюючись із організацією внутрішнього простору магазину; управляючи загальними правилами викладки товарів, досліджуючи атмосферу магазину тощо.</p> <p>У результаті вивчення навчальної дисципліни «<b>Мерчандайзинг</b>» студент повинен <b>знати</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– зміст поняття про мерчандайзинг як науку, проблему та навчальну дисципліну;</li> <li>– основні інструменти та правила мерчандайзингу;</li> <li>– види технологічного планування торговельної зали та основні принципи зонування магазину з метою формування руху покупців;</li> <li>– елементи формування образу магазину;</li> <li>– групи розміщення товарів в торговельній точці;</li> <li>– системи і способи викладення товарів;</li> <li>– принципи, види та критерії викладення товарів в торговельній точці;</li> <li>– правила комерційного показу товарів;</li> <li>– підходи щодо організації комплексу просування товарів в торговельній точці;</li> <li>– номенклатуру POS-матеріалів(Point of Sale materials);</li> <li>– основні підходи щодо організації роботи мерчандайзера.</li> </ul>	

**Студент повинен вміти:**

– підбирати відповідні види торговельно-технологічного обладнання для викладення запасів товарів;

– визначати методи просування товарів в торговельній точці;

– вибирати підходи щодо організації роботи мерчандайзера.

Мати навички: підбору методики розрахунку необхідної площі для розміщення товарів з урахуванням питомої ваги групи в товарообігу; розроблення схеми технологічного планування торговельної зали з визначенням на ній зон розміщення і викладення конкретних груп і видів товарів.

Після вивчення початкової дисципліни студент повинен оволодіти такими **комунікаціями**:

здатність вибудовувати правильну модель системи викладки товару;

здатність формувати напрями мерчандайзингу в роздрібній та оптовій торгівлі;

здатність проводити мерчандайзингові заходи зважаючи на конкретну спеціалізацію торговельних підприємств.

Вивчаючи навчальну дисципліну студент набуває **автономності та відповідальності**, що проявляється у наступному:

здатність самостійно та неупереджено приймати рішення у процесі здійснення процесу мерчандайзингу;

здатність до формування та оформлення об'єктивних і обґрунтованих висновків щодо покращення процесу мерчандайзингу.

**4. Організація навчання**

Обсяг навчальної дисципліни 90 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин, ДФН / ЗФН
лекції	10 / 4
семінарські заняття	20 / 6
самостійна робота	60 / 80

## Ознаки курсу

Семестр	Галузь знань	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
5	D Бізнес, адміністрування та право	3	вибірковий

## Тематика курсу

Тема	кількість год.					
	Денна форма			Заочна форма		
	лек- ції	семіна- рські	самостій- на робота	лек- ції	семіна- рські	самостій- на робота
Тема 1. Теоретичні основи мерчандайзингу. Поведінка споживачів як компонент технології мерчандайзингу	2	2	5	1	1	6
Тема 2. Діяльність мерчандайзера в торговельній точці	1	2				
Тема 3. Мерчандайзинг зовнішнього вигляду магазину та прилеглої території. Організація внутрішнього простору магазину.	1	4	5	1	1	6
Тема 4. Загальні правила викладки товарів. Використання POS- матеріалів	2	4	5	1	-	7
Тема 5. Атмосфера магазину як фактор ефективної торгівлі.	1	2	5	1	1	7
Тема 6. Дослідження особливостей організації онлайн та офлайн системи мерчандайзингу	1	4	5	1	1	7
Тема 7. Інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу	2	2	5	1	1	7
Індивідуальне завдання	-	-	10	-	-	10
Усього годин	10	20	60	4	6	80

### 5. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання навчальної дисципліни

Знання, при формі семестрового підсумкового контролю-заліку, оцінюються як з теоретичної, так і з практичної підготовки відповідно до національної шкали за такими критеріями:

**зараховано:**

90 – 100 – здобувач освіти міцно засвоїв теоретичний матеріал, глибоко і всебічно знає зміст навчальної дисципліни, основні положення наукових першоджерел та рекомендованої літератури, логічно мислить і будує відповідь, вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичного матеріалу, висловлює своє ставлення до тих чи інших проблем, демонструє високий рівень засвоєння практичних навичок;

80 – 89 – здобувач освіти дуже добре засвоїв теоретичний матеріал, володіє основними аспектами з першоджерел та рекомендованої літератури, аргументовано викладає його; має практичні навички, висловлює свої міркування з приводу тих чи інших проблем, але припускається певних неточностей і похибок у логіці викладу теоретичного змісту або при аналізі практичного матеріалу;

70 – 79 – здобувач освіти добре засвоїв теоретичний матеріал, володіє основними аспектами з першоджерел та рекомендованої літератури, аргументовано викладає його; має практичні навички, висловлює свої міркування з приводу тих чи інших проблем, але припускається кількох неточностей і похибок у логіці викладу теоретичного змісту або при аналізі практичного матеріалу;

60 – 69 – здобувач освіти в основному опанував теоретичними знаннями навчальної дисципліни, орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, але непереконливо відповідає, плутає поняття, додаткові питання викликають невпевненість або відсутність стабільних знань; відповідаючи на запитання практичного характеру, виявляє значну кількість неточностей у знаннях, не вміє оцінювати факти та явища, пов'язувати їх із майбутньою діяльністю;

50 – 59 – здобувач освіти частково опанував теоретичними знаннями навчальної дисципліни, орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, але непереконливо відповідає, плутає поняття, додаткові питання викликають невпевненість або відсутність стабільних знань; відповідаючи на запитання практичного характеру, виявляє значну кількість неточностей у знаннях, не вміє оцінювати факти та явища, пов'язувати їх із майбутньою діяльністю;

**не зараховано:**

26 – 49 – здобувач освіти не опанував більшості навчального матеріалу дисципліни, не знає наукових фактів, визначень, майже не орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, відсутні наукове мислення, практичні навички не сформовані.

1 – 25 здобувач освіти не володіє навчальним матеріалом дисципліни, не знає наукових фактів, визначень, не орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, відсутні наукове мислення, практичні навички не сформовані.

#### Шкала оцінювання для заліку

університетська	національна	шкала ЄКТС
90 – 100	зараховано	<b>A</b>
80-89		<b>B</b>
70-79		<b>C</b>
60-69		<b>D</b>
50-59		<b>E</b>
26-49	Не зараховано	<b>FX</b>
1-25		<b>F</b>

	<p><b>100 балівна – (100 балів протягом семестру)</b>  Поточний контроль 0-40 балів;  Контрольна робота 0-20 балів;  Індивідуальне завдання 0-20 балів;  Самостійна робота 0-20 балів;</p>			
	Поточне тестування та самостійна робота			Сума балів з навчальної дисципліни
	Модуль 1		Модуль 2	
	<b>Поточний контроль</b>	<b>Контрольна робота</b>	<b>Індивідуальне завдання</b>	<b>Самостійна робота</b>
	Усне опитування, тестування	Письмова робота	Презентація	Тестування (КСР)
	40 балів	20	20 балів	20 балів
	<b>100 балів</b>			<b>100</b>
Семінарські заняття	Поточні оцінки, які можуть студенти отримати під час семінарських занять (або тестування в системі дистанційного навчання) сумуються і розраховується середнє арифметичне Поточне тестування по окремих темах може проводитись у системі дистанційного навчання – результат відображається у відсотках, максимум 100%. Середній бал за поточний контроль переводиться у 40 бальну шкалу.			
Вимоги до контрольної роботи	Передбачено виконання контрольної роботи, яка проводиться в кінці вивчення курсу на семінарському занятті (0-20 балів). Контрольна робота включає такі види завдань: 1. Теоретичне завдання (0-5 балів) 2. Ситуаційне завдання (0-5 балів) 3. Творче завдання (0-5 балів) 4. Тестові завдання 5 тести (0-5 балів) У випадку online контрольна робота проходить в режимі тестування в системі дистанційного навчання (d-learn.pnu.edu.ua) 40 тестів по 0,5 бала (20 балів) (дві спроби – кращий результат).			
Вимоги до індивідуального завдання	Вивчення дисципліни передбачає обов'язкове виконання індивідуального завдання – (ІЗ). Індивідуальні завдання (ІЗ) виконується у вигляді презентації від 5 до 10 слайдів з вказанням назви завдання, шифру групи та прізвища виконавця. Розподіл завдань здійснює викладач в межах групи або лекційного потоку (згідно порядкового номеру чи іншим способом (можна використати метод роботи в малих групах), координатор староста. Оформляють ІЗ у вигляді презентації за допомогою інструментів Power Point, Prezi, Canva чи ін. (захист відбувається на останньому практичному занятті, презентація надсилається викладачу на електронну пошту). Максимальна оцінка за ІЗ становить 100 балів.			
Самостійна робота	Студент опрацьовує питання, що призначенні для самостійного вивчення і для контролю за самостійною роботою (КСР) проходить тестування в системі дистанційного навчання (25 тестових питань, дві спроби – кращий результат). Результат відображається у відсотках, максимум 100%, при виставленні в журнал множиться на коефіцієнт 0,1. Максимальна оцінка за тестування становить 20 балів.			
Підсумковий контроль	Підсумковий семестровий контроль оцінюється від 0 до 100 балів і переводиться у національну шкалу шкалу ЄКТС. <b>Підсумковою формою контролю є залік, який виставляється як сума балів за модулями.</b> Підсумковий бал виставляється на останньому практичному занятті. Система оцінювання сформована так, щоб студент виконав у повній мірі кожен			

вид завдань.

Бали за завдання можна отримати у дистанційній формі (у разі дії карантинних/військових обмежень (перебуваючи на індивідуальному графіку навчання)).

Якщо студент набрав менше 50 балів. Дозволяється, як виняток, з дозволу декана економічного факультету за заявою, погодженою з кафедрою підприємництва, торгівлі та прикладної економіки, одноразове виконання студентом додаткових видів робіт з навчальної дисципліни (відпрацювання пропущених занять, перескладання змістових модулів, виконання індивідуальних завдань тощо) для підвищення оцінок за змістові модулі.

Здобувача вищої освіти, який не ліквідував академічну заборгованість у встановлені терміни без поважної причини, **відраховують** з університету за академічну неуспішність або за його згодою направляють на **повторне вивчення навчальної дисципліни** (планується за рахунок власного часу студента і не фінансується з бюджетних коштів).

## 6. Політика навчальної дисципліни

**Письмові роботи.** Виконання індивідуального завдання оформляють у вигляді презентації за допомогою інструментів Power Point, Prezi, Canva чи ін.

**Академічна доброчесність.** Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення в університеті, враховуючи Положення про запобігання академічному плагіату (<https://efund.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2024/02/34-05-polozhennia-pro-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu.pdf>), Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти ([https://efund.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/11/34-06\\_2022-polozhennia-pro-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-ta-inshym-porushenniam-akademichnoi-dobrochesnosti-1.pdf](https://efund.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/11/34-06_2022-polozhennia-pro-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-ta-inshym-porushenniam-akademichnoi-dobrochesnosti-1.pdf))..

**Відвідування занять** є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій.

**Неформальна освіта.** Результати неформальної освіти можуть зараховуватись відповідно до «Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2022/11/neformalna-osvita.pdf>

**Використання штучного інтелекту (ШІ)** дозволяється як допоміжного інструменту відповідно до ПОЛОЖЕННЯ про політику відповідального використання технологій штучного інтелекту (<https://efund.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2025/09/25-022025-polozhennia-pro-polityku-vidpovidalnoho-vykorystannia-tekhnolohij-shi.pdf>).

**Додаткові бали** +10 балів за участь у конференції: виступ або тези; до 10 балів за сертифікат неформальної освіти, враховуючи Порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти (<https://surl.li/wmmuhb>).

## 7. Рекомендована література

### Нормативно-правові акти:

1. Конституція України: Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30.
2. Господарський кодекс України від 16 січня 2003р. № 436 – IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 18-22. Ст. 144.
3. Цивільний кодекс України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023>
4. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
5. Закон України “Про захист прав споживачів” від 10 січня 2002 року № 2949- III. // Все про бухгалтерський облік. 24 с.
6. Закон України “Про захист прав споживачів” від 10 червня 2023, № 78, ст.276. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3153-20#Text>
7. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
8. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>

Підручники та посібники, наукові публікації

1. 9 критеріїв Інтернет-магазину, які перетворюють відвідувача в покупця. URL: <http://surl.li/imibs>
2. 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/jsrui/bitstream>
3. Григоренко Т. М. Класифікація видів мерчандайзингу. Бізнес Інформ. 2020. № 5. С. 511-515. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2020\\_5\\_70](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2020_5_70).
4. Данкєєва О. М. Аналіз перцепції споживачами простору мерчандайзингу в роздрібних торговельних мережах. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка*. 2018. Т. 23, Вип. 1. С. 55-58. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu\\_econ\\_2018\\_23\\_1\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2018_23_1_13).
5. Заячківська Г. А. Візуальний мерчандайзинг як засіб впливу на поведінку споживачів. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 6(1). С. 69-74. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu\\_ekon\\_2019\\_6\(1\)\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2019_6(1)_15).
6. Лозовська, Г. М. (2023). Психокolorистика та кольорові рішення для магазинів як важливий аспект підвищення ефективності мерчандайзингу. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*, (7). <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-04-09>.
7. Мазаракі А. А. Мерчандайзинг : навч. посіб. для студентів ВНЗ. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 291 с.
8. Мазур Н. А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібник. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 192 с. URL: <http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/3444/Ekonomikatorhovelnoho-pidpriemstva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
9. Маркетинг і менеджмент інновацій URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
10. Маркетинг і реклама. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
11. Національна бібліотека України ім. В. Вернадського НАН України. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>
12. 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](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2018_62_46).
13. 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](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2018_2-2_11).
14. 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](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mardigt_2020_4_3_8).
15. Скопенко Н.С. Онлайн-мерчандайзинг як інструмент активізації маркетингової поведінки підприємства на онлайн-ринку / Н.С. Скопенко, Л.В. Капінус, О.О. Лелека. *Науковий погляд: економіка та управління*, № 2 (82) / 2023. С. 74-80.
16. Соломянюк Н. Н. Візуальний мерчандайзинг як інструмент управління роздрібним продажем. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2018. № 12. С. 56-64. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu\\_2018\\_12\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2018_12_8).
17. Шалева О. І. Мерчандайзингові технології стимулювання імпульсних покупок у роздрібній торгівлі. *Підприємництво і торгівля*. 2018. Вип. 23. С. 144-149. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg\\_2018\\_23\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2018_23_26).
18. Шимко О. В. Мерчандайзинг у системі управління торговельним підприємством. *Бізнес Інформ*. 2020. № 1. С. 383-390. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2020\\_1\\_50](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2020_1_50)
19. Якою має бути картка товару. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/what-a-product-card-should-be>

#### **Наочні матеріали**

Ціжма О.А. Мерчандайзинг: методичні рекомендації до семінарських занять, індивідуальної та самостійної роботи для студентів галузі знань 07 Управління та адміністрування ОР Бакалавр. Івано-Франківськ: Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2025. 25 с.

**Ціжма Оксана Анатоліївна,  
старший викладач кафедри підприємництва,  
торгівлі та прикладної економіки**