СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«РІТЕЙЛ-МАРКЕТИНГ»

Спеціальність: _075____ «Маркетинг»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни*	Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
Семестр	Осінній семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	3/90
Мова викладання (українська, англійська)	українська
Що буде вивчатися (предмет навчання)	Дана навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця у розумінні особливостей маркетингових заходів ритейлу.
Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)	Оволодіння теоретичних і базових знань, засвоєння основних положень та підходів щодо особливості використання маркетингових інструментів у ритейлі та застосовувати ці інструменти та методи у практичній діяльності.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Розуміння сучасного ринку, який вимагає серйозного підходу, досліджень, обробки та аналізу інформації, без яких неможливо враховувати можливості будь-якого потенційного споживача. Виходячи на ринок, компанія повинна пропонувати не просто товар, а засіб вирішення проблеми для покупців. І в цій ситуації, виступає ритейл-маркетинг, успішна діяльність якого обов'язково призведе компанію до процвітання. Вміння оцінити дії роздрібного маркетингу в компанії має таке ж велике значення, як і всі інші кроки, які необхідно зробити для функціонування успішного бізнесу, адже абсолютно всі компанії хочуть домогтися успіху на своєму терені. А для процвітання компанії важлива система факторів: від правильно обраної стратегії, відмінної системи інформування, точного виконання програми маркетингу до повного задоволення потреб клієнтів, що є для нього головною метою.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Здатність розуміти сутність ритейл-маркетингу, його види та учасників, використовувати можливості збуту в маркетинговій діяльності підприємств, реалізовувати програми маркетингу підприємства в ритейлі, реалізовувати маркетингові стратегії, створювати системи маркетингу підприємства, створювати та реалізовувати проекти ритейл-маркетингу, будувати ефективну систему маркетингу підприємства в роздрібному продажі, застосовувати сучасні інструменти маркетингу для проведення підприємством заходів просування та збуту.
Навчальна логістика	**Зміст дисципліни:** Ритейл-маркетинг та історія його розвитку. Основні характеристики ритейу. Структура ринку ритейлу.

	Учасники ринку. Особливості рітейлу. Маркетингові можливості роздрібного ринку. Концепції маркетингу на ринку рітейлу. Елементи комплексу маркетингу роздрібного ринку. Формування системи рітейл-маркетингу підприємства. Маркетингові підходи до забезпечення ефективності рітейлу **Види занять:** лекції, практичні **Методи навчання:** навчальна дискусія, словесні, наочні, практичні; проблемні; частково-пошукові (евристичні); дослідницькі (наукові доповіді, наукові повідомлення). **Форми навчання:** очна (offline, online), заочна
Пререквізити	Знання з маркетингу, рітейл-маркетингу
Пореквізити	Знання з управління маркетингом на ринку рітейлу можуть бути використані під час вивчення курсів маркетингові дослідження роздрібного продажу, рітейл-маркетинг послуг, просування в роздрібній торгівлі
Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ	**Начальна та наукова література:** 1. Апопій В. Організація торгівлі : [підручник] / В. Апопій. – 3-тє вид. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 632 с. 2. Статистична інформація / Офіційний веб-ресурс Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua. 3. Економічний словник / [Й. Завадський, Т. Осовська, О. Юшкевич]. – К. : Кондор, 2006. – 356 с. 4. Кент Т. Розничная торговля : [учеб. для студ. вузов] / Т. Кент, О. Омар ; пер. с англ. – М. : ЮНИТИ ДАНА, 2007. – 719 с. 5. Сажин І. Як вижити рітейлеру в умовах нової української економіки. І на що робити ставку в розвитку бізнесу / І. Сажин // Forbes Україна. – 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://forbes.ua/ua/opinions/1372185yak-vizhiti-ritejleru-vumovah-novoyi-ukrayinskoyi-ekonomiki. 6. Структурні зміни та сучасні тенденції розвитку внутрішньої торгівлі України: монографія / Апопій В. В., Міщук І. П., Антонюк Я. М. та ін.; [за ред. проф. Апопія В. В.]. – Львів : “Новий Світ – 2000”, 2017. – 440 с. 4. Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні : монографія / [С. А. Давимука, Л. І. Федулова, Н. М. Попадинець та ін.; за заг. ред. С. А. Давимуки]; ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України”. – Львів, 2016. – 432 с. 9. Власова Н. О. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку : монографія / Н. О. Власова, О. В. Колючкова; Харківський державний університет харчування та торгівлі. – Х. : АдвАТМ, 2012. – 255 с. 10. Інформаційний сайт роздрібної торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.retailstudio.org. **Робоча програма (посилання на репозитарій):**
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторії теоретичного навчання, навчально-наукова лабораторія інформаційних систем маркетингу, мультимедійне обладнання
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Диференційований залік, тестування, практичне завдання
Кафедра	Маркетингу

Факультет	Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Викладач(і)	 **Фісун Юлія Володимирівна** **Посада:** старший викладач **Профайл викладача:** http://feba.nau.edu.ua/details-menu/34-kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/169-fisun-yuliya-volodimirivna **Тел.:** +380(44) 406-77-43 **E-mail:** *yuliia.fisun@npp.nau.edu.ua* **Робоче місце: 2.202**
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс
Лінк на дисципліну	