



Мардар, М. Р. Сучасні методи просування товарів [Текст] : лаб. практикум: навч. посіб. / М. Р. Мардар, Г. М. Лозовська, І. А. Устенко. - Херсон : Вид. ФОП Грінь Д.С., 2018. - 130 с. : табл., рис. - Бібліогр.: с. 110-112. - ISBN 978-966-930-225-0.

Навчальний посібник «Сучасні методи просування товарів. Лабораторний практикум» розкриває наступні питання: організацію ефективного просування та продажу товарів (позиціонування товарів, стимулювання збуту,

виставкову діяльність, інструменти сенсорного маркетингу та ін.), а також інструменти мерчандайзингу як засобу підвищення продажів товарів.

Навчальний посібник призначений для підготовки студентів вищих навчальних закладів різних форм навчання освітнього ступеня бакалавр, магістр за спеціальностями 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

ВСТУП

Метою викладання навчальної дисципліни «Сучасні методи просування товарів» є оволодіння знаннями та навичками просування товарів з метою прийняття ефективних виробничих, організаційних і наукових рішень на рівні сучасних вимог; надання та засвоєння знань щодо системи, методів та алгоритмів маркетингових комунікацій, зарубіжного досвіду товаропросування; формування у майбутнього фахівця теоретичних і практичних знань та вмінь щодо впровадження мерчандайзингу на підприємстві, отримання студентами знань та навичок щодо сучасних методів, механізмів та інструментів мерчандайзингу, методів підвищення рівня продажу продукції шляхом максимального наближення до клієнта.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Сучасні методи просування товарів» є засвоєння студентами загальних принципів просування товарів на цільовому сегменті ринку; подання системи знань з інформаційного забезпечення процесу просування; оволодіння методами прогнозування й моделювання ринкових процесів в комунікаційній діяльності; надання студентам уміння грамотно користуватися методами брендингу та PR; формування навичок проведення та аналізу PR-проектів на

підприємствах; використання показників підприємства і методів оцінювання ефективності просування; формування у студентів компетентності щодо викладки товарів на експозиційному обладнанні, розміщення рекламних матеріалів в торгівельних місцях, можливості представлення максимально можливого асортименту товару.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

- сучасні методи просування товарів;
- роль і значення маркетингу на ринку товарів;
- особливості розробки маркетингових засобів просування

продукції;

- теорію з питань розробки та застосування заходів мерчандайзингу;
- основні концепції мерчандайзингу торгових точок; методичний інструментарій реалізації основних принципів мерчандайзингу.

вміти:

- визначати конкурентне положення підприємства;
- проводити позиціонування товару на цільовому сегменті

ринку;

- розробляти напрямки диференціювання товарів;
- визначати комплекс заходів для формування маркетингової програми й оцінювати їх ефективність;
- розробляти концепцію фірмового стилю, використовуючи зовнішні і внутрішні методи мерчандайзингу;
- планувати торговий зал згідно концепції мерчандайзингу; представляти асортимент товару максимально інформативно;
- створювати рекламні матеріали в місцях торгівлі.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ОРГАНІЗАЦІЯ ЕФЕКТИВНОГО	
ПРОСУВАННЯ ТА ПРОДАЖУ ТОВАРІВ.....	6
Лабораторна робота № 1 Позиціонування товару, який рекламується.....	6
Лабораторна робота № 2 Стимулювання збуту товарів.....	9
Лабораторна робота № 3 Роль виставкової діяльності при просуванні товарів.....	17
Лабораторна робота № 4 Аналіз товарних знаків, фірмового стилю, брендингу.....	24
Лабораторна робота № 5 Розробка і аналіз ефективної маркетингової комунікації при просуванні товарів.....	29
Лабораторна робота № 6 Інструменти сенсорного	

маркетингу візуальний (колір).....	36
Лабораторна робота № 7 Інструменти сенсорного маркетингу звуковий (звук).....	41
Лабораторна робота № 8 Інструменти сенсорного маркетингу арома (запах).....	44
Тестові завдання до розділу 1	52
РОЗДІЛ 2 ІНСТРУМЕНТИ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДАЖІВ ТОВАРІВ	57
Лабораторна робота № 9 Оцінка середнього товарного запасу та оборотності товарних запасів.....	57
Лабораторна робота № 10 Ефективність використання торговельної площі та персоналу.....	66
Лабораторна робота № 11 Аналіз ефективності розміщення відділу в торговельному залі магазину.....	78
Лабораторна робота № 12 Розрахунок показників асортименту продукції.....	84
Лабораторна робота № 13 Оцінка асортименту на основі авс-аналізу.....	93
Тестові завдання до розділу 2	105
Список рекомендованих джерел	110
Додатки	113