ĆW.1

**Mail:** mekalkatarzyna@poczta.umcs.lublin.pl

**Konsultacje:**

* Wtorki, godz. 13.15-14.45
* Czwartki, godz. 11.30-13.00, pokój 503

**Wymagania niezbędne do zaliczenia przedmiotu:**

* **Zaliczenie kolokwium końcowego**
* **Obecności** (1 dopuszczalna nieobecność, reszta **musi być usprawiedliwiona- do 2 tygodni** od powstania nieobecności). Każda dodatkowa nieobecność obniża ocenę o 0,5.

3 nieobecności pod rząd=brak zaliczenia ćwiczeń (kontakt mailowy)

* **Projekt**
* Aktywność na zajęciach/ praca w grupach(możliwość podniesienia oceny)

**Literatura:**

* B. Borusiak*„Merchandising”*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2005
* R. Pałgan*„Merchandising”,* Akademia Morska w Gdyni, Gdynia 2012
* T. Morgan *„Merchandising. Projektowanie przestrzeni sklepu”*, Wydawnictwo „Arkady”, Warszawa 2008- przykłady

**Projekt z przedmiotu *Merchandising i zarządzanie kategorią produktów*:**

1. Celem projektu jest przygotowanie planu **działań z zakresu merchandisingu** dla małego sklepu (do ok. 50 m2) – proszę wybrać jeden przypadek:
* ezoterycznego (sprzedającego akcesoria wróżbiarskie, literaturę itp.),
* „kolonialnego” (sprzedającego wyroby z egzotycznych dla nas i odległych krajów / dawnych kolonii),
* sprzedającego oryginalne plakaty propagandowe z okresu socjalizmu / komunizmu,
* sprzedającego torebki, torby i plecaki wykonywane ręcznie w kooperatywach w Ameryce Południowej,
* sprzedającego tylko kryminały,
* sprzedającego wyłącznie skarpetki,
* sprzedającego wyłącznie wędliny z dziczyzny.
1. Opracowanie w Word lub PowerPoint powinno mieć następującą strukturę (w wyjątkowych przypadkach można pominąć jeden lub dwa mniej ważne podpunkty):
2. **Wybór nazwy i lokalizacji sklepu**
3. **Segment docelowy**
4. **Asortyment towarów**
5. **Układ sklepu i system obsługi klienta**
6. **Sposób oznaczenia sklepu oraz ogólny projekt witryny sklepowej w pierwszym okresie funkcjonowania sklepu**
7. **Sposoby ekspozycji towarów**
8. **Kształtowanie atmosfery sklepu**
9. **Formy promocji sprzedaży / aktywizacji sprzedaży w pierwszym okresie funkcjonowania sklepu.**