

	<p><b>СИЛАБУС</b>  <b>НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</b>  <b>«МЕРЧЕНДАЙЗИНГ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ»</b></p> <p><b>Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський)</b>  <b>Спеціальність: <u>241 Готельно-ресторанна справа</u></b>  <b>Рік навчання: <u>4-й, семестр 8-й</u></b>  <b>Кількість кредитів ECTS: <u>5 кредитів</u></b>  <b>Назва кафедри: <u>Менеджменту</u></b>  <b><u>зовнішньоекономічної діяльності,</u></b>  <b><u>готельно-ресторанної справи та</u></b>  <b><u>туризму</u></b></p> <p><b>Мова викладання: <u>українська</u></b></p>
<b>Лектор курсу</b>	<b>д.е.н., доц. Головня Олена Михайлівна</b>
<b>Контактна інформація лектора (e-mail)</b>	<b><u>elen@vsau.vin.ua, ellens@meta.ua</u></b>

## ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Мерчендайзинг в готельно-ресторанному господарстві» є вибірковою компонентою ОПП.

Загальний обсяг дисципліни 150 год.: лекції - 26 год.; практичні заняття - 24 год., самостійна робота - 100 год.

Формат проведення: лекції, практичні заняття, консультації.

Підсумковий контроль – залік.

При вивченні даної дисципліни можуть використовуватись знання, отримані з такої дисципліни: «Сервісологія», «Маркетинг готельно-ресторанного господарства».

Основні положення навчальної дисципліни можуть застосовуватися при проходженні виробничої практики та виконанні кваліфікаційної роботи.

### Призначення навчальної дисципліни

У ході вивчення курсу студенти дізнаються про особливості мерчендайзингових підходів до ведення готельно-ресторанного бізнесу, специфіку організації ефективних продажів послуг та ресторанної продукції, що базується на комплексі заходів спрямованих на стимулювання продажу через привертання уваги споживачів за допомогою їх вигіднішого розміщення. Здобувачі зможуть опанувати теоретичні знання та сформувані практичні вміння і компетентності на основі ознайомлення із методами і підходами мерчендайзингу щодо обслуговування споживачів у готельно-ресторанних закладах.

### **Мета вивчення навчальної дисципліни**

Метою дисципліни є формування спеціальних професійних знань у студентів теоретичних основ, щодо впровадження мерчандайзингу у закладах готельно-ресторанного господарства, опанування мерчандайзингових технологій, як засобу активації попиту відвідувачів, підвищення ефективності діяльності закладів готельно-ресторанного господарства за рахунок стимулювання бажання споживача відвідати певний заклад готельно-ресторанного господарства, вибрати та купити певну страву чи кулінарну продукцію, підвищити рівень продажу ресторанної продукції шляхом максимального наближення її до потреб клієнта.

### **Завдання вивчення дисципліни**

Завдання навчальної дисципліни полягають в формуванні знань і розуміння методології застосування мерчандайзингових підходів, заснованих на збалансованому розподіленні пізнавальних ресурсів споживача і не пов'язаних із несумісними з етичними нормами маніпуляціями з поведінкою, що дозволить підвищити конкурентоспроможність закладів індустрії гостинності.

### **ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ, ЯКИХ НАБУВАЄ ЗДОБУВАЧ ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ ВІДПОВІДНО ДО ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен сформулювати такі програмні компетентності:

*інтегральну компетентність (ІК):*

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують концепції гостинності і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

*загальні компетентності (ЗК):*

ЗК 1. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, вести здоровий спосіб життя.

ЗК 3. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями

ЗК 4. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 7. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

ЗК 9. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

*спеціальні (фахові) компетентності (СК):*

СК 2. Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.

СК 6. Здатність проектувати технологічний процес виробництва продукції і послуг та сервісний процес реалізації основних і додаткових послуг у підприємствах (зкладах) готельно-ресторанного та рекреаційного господарства

СК 7. Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.

СК 8 Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів

СК 13. Здатність здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

### **ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНО ДО ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

ПРН 5. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

ПРН 7. Організувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

ПРН 8. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг.

ПРН 10. Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів.

ПРН 11. Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства.

Вивчення даної компоненти формує у студентів вищої освіти ряд соціальних навичок (soft skills): комунікативність (реалізується через: метод роботи в парах та групах, метод самопрезентації), робота в команді (реалізується через: метод проектів), лідерські навички (реалізується через: робота в групах, метод проектів, метод самопрезентації).

## ПЛАН ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назви теми	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
1	Тема 1. Роль мерчандайзингу в діяльності закладу	2	2	10
2	Тема 2. Професійний мерчандайзинг у комерційній діяльності підприємств	2	2	6
3	Тема 3. Інструменти та правила мерчандайзингу	2	2	10
4	Тема 4. Реалізація другого рівня концепції мерчандайзингу: організація внутрішнього простору закладу	2	2	10
5	Тема 5. Організація роботи мерчендайзера	2	2	4
6	Тема 6. Фірмовий стиль закладів готельно-ресторанного бізнесу	2	2	10
7	Тема 7. Естетична організація середовища закладів готельно-ресторанного закладу	2	2	6
8	Тема 8. Роль інтер'єру та озеленення у формуванні іміджу закладу готельно-ресторанного господарства	2	2	8
9	Тема 9. Комунікативні та візуальні інструменти мерчендайзингу в готельно-ресторанному господарстві	2	2	8
10	Тема 10. Нейромаркетинг в готельно-ресторанному господарстві	2	2	8
11	Тема 11. Інноваційні рішення в готельно-ресторанному господарстві	2	-	8
12	Тема 12. Додаткові готельні послуги як показник якості, конкурентоспроможності та культури обслуговування	2	2	6
13	Тема 13. Створення концепції закладу готельно-ресторанного господарства, як складова мерчандайзингу	2	2	6
<b>Разом</b>		<b>26</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

Самостійна робота студента (СРС) — це форма організації навчального процесу, при якій заплановані завдання виконуються студентом без безпосередньої участі викладача. СРС є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від обов'язкових навчальних занять.

Мета самостійної роботи студентів: розвиток творчих здібностей та активізацій розумової діяльності студентів; формування в студентів потреби безперервного самостійного поповнення знань; здобуття студентом глибокої системи знань як ознаки міцності знань; самостійна робота студентів як результат морально-вольових зусиль.

Методичне керівництво самостійною роботою студента з дисципліни Мерчандайзинг в готельно-ресторанному господарстві здійснює викладач.

Метою СРС є засвоєння навчальної програми в повному обсязі та послідовне формування у студентів самостійності як риси характеру, що відіграє суттєву роль у підготовці сучасного фахівця вищої кваліфікації.

В ході самостійної роботи студент має перетворитися в активного учасника навчального процесу, набути здатність самостійного оволодіння теоретичними і практичними компетенціями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі.

### Види самостійної роботи здобувача

№	Вид самостійної роботи	Години	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Самостійна робота з метою підготовки до поточних аудиторних занять	26	щотижнево	Усне та письмове опитування
2	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	26	2 рази на семестр	Усне та письмове опитування
3	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	24	2 рази на семестр	Виступ в аудиторії з презентацією, усний захист, дискусія в групі на тему презентації
4	Підготовка до модульного контролю та іспиту	24	3 рази на семестр	Тестування у системі Сократ
<b>Разом</b>		<b>100</b>		

### РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

#### Основна література

1. 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).
2. Данкеєва 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).
3. 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).
4. 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).

5. 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).
6. 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).
7. 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).
8. 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).
9. 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).

### Додаткова література

1. Bacik R. Marketing instrument of improving hotel management service: evidence of Visegrad group countries. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2019. № 1. Р. 208-220.
2. Korzh N. Selection of the optimal set of revenue management tools in hotels. *Technology audit and production reserves*. 2018. № 1(4). Р. 16-21.
3. Zhigulin A. Developing a competitiveness management model for entrepreneurial structures in the hotel and restaurant business. *Technology audit and production reserves*. 2022. № 2(4). Р. 11-15.
4. Головня О.М. Сучасні детермінанти системних соціально-економічних трансформацій готельного бізнесу. *Бізнес-інформ*. 2019. № 5. С. 111-116.
5. Головня О.М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах формування соціально орієнтованої національної економіки. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 1. С.
6. Д'яконова А. К. Інноваційні напрямки розвитку закладів готельного господарства. *Економіка харчової промисловості*. 2021. Т. 13, Вип. 1. С. 62-68. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp\\_2021\\_13\\_1\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2021_13_1_8).
7. Іващенко А.В. Моделювання процесів управління закупівлею товарів у готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка. Фінанси. Право*. 2019. № 7/1. С. 14-17.
8. Кичко І. І. Перспективи використання системи оцінювання персоналу підприємств готельного бізнесу за критеріями компетентності та особистого внеску. *Ефективна економіка*. 2021. № 3. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2021\\_3\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2021_3_9).
9. Луцяк В.В., Ставська Ю.В., Головня О.М. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у рестораних підприємств: розроблення функціональних харчових продуктів. *Вісник*

*Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2018. №1 (24). С. 103-113.

10. Масленніков Є. І. Траєкторія формування конкурентоспроможності та структурних перетворень у готельно-ресторанному сегменті національної економіки. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2021. № 1. С. 48-56. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/itgtsse\\_2021\\_1\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/itgtsse_2021_1_8).

11. Медведєв Г. В. Перспективи категоризації готельних господарств та уніфікація систем оцінювання. *Інновації та технології в сфері послуг та харчування*. 2020. № 2. С. 90-98. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/itsph\\_2020\\_2\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/itsph_2020_2_12).

12. Павлова О. О. Піар-технології в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2018. Вип. 36(1). С. 159-162. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu\\_filol\\_2018\\_36\(1\)\\_44](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2018_36(1)_44).

13. Симонович Н. Визначальні особливості професійної підготовки майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи. *Нова педагогічна думка*. 2021. № 2. С. 39-42. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd\\_2021\\_2\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd_2021_2_9).

14. Ставська Ю.В. Готельний бізнес в сучасних умовах: актуальні проблеми та тенденції розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2019. Випуск 35. С. 284-289. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/35-2019>

#### **Інформаційні ресурси**

1. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. URL: [kmu.gov.ua](http://kmu.gov.ua)
2. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: [me.gov.ua](http://me.gov.ua)
3. Офіційний сайт Держкомстату України. URL: [ukrstat.gov.ua](http://ukrstat.gov.ua)
4. Правила мерчендайзингу. URL: <https://spar.ua/blogs/pravila-merchandayzingu>
5. Принципи мерчендайзингу, які потрібно знати кожному. URL: <https://planohero.com/uk/blog/merchandising-principles/>
6. Основи мерчендайзингу для підприємців. URL: <https://skynum.ua/blog/osnovy-merchandaizinga-dlya-predprinimatelei>

## СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ ДО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У кінці семестру, здобувач вищої освіти може набрати до 60% підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру, до 10% за показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності і до 30% підсумкової оцінки – за результатами підсумкового контролю.

### Розподіл балів за видами навчальної діяльності

	Вид навчальної діяльності	Бали
<b>Атестація 1</b>		
1	Уважність на лекціях, наявність конспективних записів	6
2	Участь у роботі на практичних заняттях	6
3	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	6
4	Виконання контрольних робіт, тестування	6
5	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	6
<b>Всього за атестацію 1</b>		<b>30</b>
<b>Атестація 2</b>		
6	Уважність на лекціях, наявність конспективних записів	6
7	Участь у роботі на практичних заняттях	6
8	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	6
9	Виконання контрольних робіт, тестування	6
10	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	6
<b>Всього за атестацію 2</b>		<b>30</b>
Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності		<b>10</b>
<b>Підсумкове тестування</b>		<b>30</b>

Якщо здобувач упродовж семестру за підсумками контрольних заходів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він не допускається до заліку. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками контрольних заходів є виконання індивідуальної творчої роботи (презентації).

Програма навчальної дисципліни передбачає врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.



## Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для заліку
90-100	A	зараховано
82-89	B	
75-81	C	
66-74	D	
60-65	E	
35-59	FX	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни