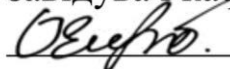


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри готельно-ресторанного
та туристичного бізнесу
протокол № 2 від 07.09.2020 р.
завідувач кафедри
 Олена ОРЛЕНКО

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ
МЕРЧАНДАЙЗИНГ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа

Галузь знань 24 Сфера обслуговування

Херсон 2020

Назва освітньої компоненти	Мерчандайзинг у ресторанному господарстві
Викладач (і)	Носова Ірина Олександрівна
Посилання на сайт	http://www.kspu.edu/About/Faculty/FBP/ChairGenengineerTraining/Monografii_ychebniki_metodicheskie_rekomendacii.aspx
Контактний тел..	+380508773944
Е-mail викладача:	Nosova.irina5704@gmail.com
Графік консультацій	

1. Анотація до курсу

Навчальна дисципліна/освітня компонента «Мерчандайзинг у ресторанному господарстві» складена для студентів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа». У ході вивчення курсу студенти дізнаються про особливості мерчандайзингових підходів до ведення 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 мерчандайзингу щодо обслуговування споживачів у ресторанних закладах.

Оцінювання навчальної діяльності здобувачів на практичних заняттях проводиться з урахуванням його здатностей аналізувати навчальний матеріал, володіти термінологією; проявляти творчий підхід до виконання практичних завдань (презентації, інтелектуальні карти, розробки стратегій мерчандайзингу тощо).

2. Мета та завдання курсу

Мета викладання навчальної дисципліни/освітньої компоненти «Мерчандайзинг в ресторанному господарстві» є формування спеціальних професійних знань у студентів теоретичних основ, щодо впровадження мерчандайзингу у закладах ресторанного господарства, опанування мерчандайзингових технологій, як засобу активації попиту відвідувачів, підвищення ефективності діяльності закладів ресторанного господарства за рахунок стимулювання бажання споживача відвідати певний заклад ресторанного господарства, вибрати та купити певну страву чи кулінарну продукцію, підвищити рівень продажу ресторанної продукції шляхом максимального наближення її до потреб клієнта.

3. Компетентності та програмні результати навчання

Загальні компетентності:

ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності

ФК2 – Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність .

ФК9 – Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.

Результати навчання

ПРН 10 Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства.

ПРН 18 Розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів
Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.

4. Обсяг курсу на поточний навчальний рік

Кількість кредитів/годин	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
3/90	20	20	50

5. Ознаки курсу

Рік викладання	Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний/ вибірковий
2020-2021	7	241 Готельно-ресторанна справа	4	вибірковий

6. Технічне й програмне забезпечення/обладнання

Мультимедійне обладнання, столові прибори та білизна.

7. Політика курсу

Політика ректорату спрямована на академічну доброчесність, прозорість та законність діяльності. На сайті Херсонського державного університету викладено нормативні документи де визначено принципи (відповідальності, справедливості, академічної свободи, взаємоповаги, безпеки і законності) та правила поведінки студентів і працівників університету, що базуються на відповідних законах і якими керується кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу у своїй діяльності. Діяльність кафедри і ректорату з питань запобігання та виявлення корупції здійснюється на основі чинного законодавства України

Організація навчального процесу здійснюється на основі кредитно-модульної системи відповідно до вимог Болонського процесу із застосуванням модульно-рейтингової системи оцінювання успішності студентів. Зараховуються бали, набрані при поточному оцінюванні, самостійній роботі та бали підсумкового оцінювання. При цьому обов'язково враховується присутність студента на заняттях та його активність під час виконання практичних робіт.

Неприпустимі: пропуски та запізнення на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття (крім випадків, передбачених навчальним планом та методичними рекомендаціями викладача); списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання, наявність незадовільних оцінок за 50% і більше зданого теоретичного і практичного матеріалу

8. Схема курсу

Тиждень, дата, години	Тема, план, кількість годин (аудиторної та самостійної)	Форма навчального заняття	Список рекомендованих джерел (за нумерацією розділу 11)	Завдання	Максимальна кількість балів
Модуль 1. Етико-культурні компоненти у готельно-ресторанному бізнесі					
Тиждень 1 Дата ____, академічних годин <u>4</u>	Тема 1: Суть і значення мерчандайзингу. План 1. Еволюція виникнення мерчандайзингу. 2. Основні поняття, види і завдання мерчандайзингу. 3. Роль мерчандайзингу в ресторанному господарстві. 4. Основні принципи та прийоми мерчандайзингу в ресторанному господарстві. (2/2)	Лекція	1. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг. – Київ: «Знання», 2009. – 310с. 2. Мерчандайзинг: Сб.статей по теорії і практиці мерчандайзинга /Под общ. Ред.. Е.В. Ромата. – Харків: Студцентр, 2003. – 264с. 3. Ординський І. Азбука мерчандайзинга// http://mark-info.ua	Опрацювання лекції	
	Тема 1: Організація діяльності відділу мерчандайзингу План Обговорення питань:	Практика	1. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг. – Київ: «Знання», 2009. – 310с. 2. Ординський І. Азбука мерчандайзинга// http://mark-info.ua 3. Смит П.Р. Маркетинговые коммуникации. Комплексный подход.- К: Знання-прес, 2003. - 796с. 4. Эстрелинг С. Мерчандайзинг в розничной	Виконання завдань практичного заняття	10

	<p>1. Цілі та завдання мерчандайзингу</p> <p>2. Організація діяльності відділу мерчандайзингу у ресторанному господарстві</p> <p>Практичне завдання</p> <p>Використовуючи мережу Internet ознайомитися із складом робочого портфелю мерчандайзера (2/5)</p>		<p>торговле: Пер. с англ./Эстрелинг С. Флоттман Э., Джерниган М. Маршалл С – 3-е изд. – СПб.: Питер 2004. http://merchandising.by</p>		
<p>Тиждень 2</p> <p>Дата __,</p> <p>академічних</p> <p>годин 4</p>	<p>Тема 2. Теоретичні засади мерчандайзингу.</p> <p>План</p> <p>1. Характеристика психологічних і пізнавальних ресурсів людини. 2. Управління поведінкою відвідувачів як технологія мерчандайзингу. 3. Мотивація та управління поведінкою відвідувачів на основі сприйняття і відчуттів. 4. Організація</p>	<p>Лекція</p>	<p>1. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / Гаркавенко С. С. – 7-ме вид. – К. : Лібра, 2010. — 720 с.</p> <p>2. Мерчандайзинг: Сб.статей по теории и практике мерчандайзинга /Под общ. Ред.. Е.В. Ромата. – Харьков: Студцентр, 2003. – 264с.</p> <p>3. Новітній маркетинг : навч. посібник / [Є. В. Савельєв, С. І. Чеботар, Д. А. Штефаніч та ін.] ; за ред. Є. В. Савельєва. – К. : Знання, 2008. – 420 с. – (Вища освіта ХХІ століття).</p> <p>4. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг кредитно-модульний курс : навч. посіб. / Тягунова Н. М., Лісіца В. В., Іванов Ю. В. – К. : Центр учбової л-ри, 2014. – 332 с.</p>	<p>Опрацювання лекції</p>	

	мотивації у закладі. (2/2)				
	<p>Тема 2 Особливості викладки продуктів в ресторанах</p> <p>План</p> <p>1. Використовуючи мережу Internet ознайомитися з особливостями викладки різних типів ресторанної продукції на конкретних прикладах</p> <p>2. Підготувати доповідь на тему (на вибір): Особливості викладки продукції</p> <ul style="list-style-type: none"> • бакалейної • молочної (сир, морозиво, інше) • овочів, фруктів • м'ясородуктів, риби • напоїв та інше <p>(2/5)</p>	Практика	<p>1. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг. – Київ: «Знання», 2009. – 310с.</p> <p>2. Ординський І. Азбука мерчандайзинга// http://mark-info. ua</p> <p>3. Червак Р. Мерчандайзинг: искусство торговца / Р.Червак, В.Бандарук, Л.Синило. – К.: Из-во А.Капусти, 2003. – 306с.</p> <p>4. Эстрелинг С. Мерчандайзинг в розничной торговле: Пер. с англ./Эстрелинг С. Флотман Э., Джерниган М. Маршалл С – 3-е изд. – СПб.: Питер 2004. http://merchandising.by</p>	Виконання завдань практичного заняття	10
Тижень 3 Дата __, академічних годин 4	Тема 3. Мерчандайзингові підходи до формування концепції та управління	Лекція	<p>1. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / Гаркавенко С. С. – 7-ме вид. – К. : Лібра, 2010. — 720 с.</p> <p>2. Мерчандайзинг: Сб.статей по теории и практике мерчандайзинга /Под общ. Ред.. Е.В. Ромата. – Харьков: Студцентр, 2003. – 264с.</p>	Опрацювання лекції	

	<p>закладом ресторанного господарства.</p> <p>План</p> <p>1 Створення концепції закладу ресторанного господарства, як складова мерчандайзингу.</p> <p>2. Правила пропонування страв у ЗРГ (2/2)</p>		<p>3. Новітній маркетинг : навч. посібник / [Є. В. Савельєв, С. І. Чеботар, Д. А. Штефанич та ін.] ; за ред. Є. В. Савельєва. – К. : Знання, 2008. – 420 с. – (Вища освіта XXI століття).</p> <p>4. Скибінський С. В. Маркетинг : підручник / Скибінський С. В. – Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2000. – Ч. 1. – 640 с.</p> <p>5. Смит П.Р. Маркетинговые коммуникации. Комплексный подход.- К: Знання-прес, 2003. - 796с.</p> <p>6. Эстрелинг С. Мерчандайзинг в розничной торговле: Пер. с англ./Эстрелинг С. Флоттман Э., Джерниган М. Маршалл С – 3-е изд. – СПб.: Питер 2004. http://merchandising.by</p>		
	<p>Тема 3: Мерчандайзинг в системі технологій маркетингу і менеджменту</p> <p>План</p> <p>1. Кожному студенту відвідати два заклади кулінарії (на вибір).</p> <p>2. Оцінити їх роботу з точки зору основних правил і принципів мерчандайзингу</p> <p>3. Визначити який з них є більш комфортабельним для споживача. (2/5)</p>	<p>Практика</p>	<p>1. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / Гаркавенко С. С. – 7-ме вид. – К. : Лібра, 2010. – 720 с.</p> <p>2. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг. – Київ: «Знання», 2009. – 310с.</p> <p>3. Мерчандайзинг: Сб.статей по теории и практике мерчандайзинга /Под общ. Ред.. Е.В. Ромата. – Харьков: Студцентр, 2003. – 264с.</p> <p>4. Новітній маркетинг : навч. посібник / [Є. В. Савельєв, С. І. Чеботар, Д. А. Штефанич та ін.] ; за ред. Є. В. Савельєва. – К. : Знання, 2008. – 420 с. – (Вища освіта XXI століття).</p> <p>5. Скибінський С. В. Маркетинг : підручник / Скибінський С. В. – Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2000. – Ч. 1. – 640 с.</p> <p>6. Смит П.Р. Маркетинговые коммуникации. Комплексный подход.- К: Знання-прес, 2003. - 796с.</p> <p>7. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг кредитно-модульний курс : навч. посіб. / Тягунова Н. М., Лісіца В. В., Іванов Ю. В. – К. : Центр учбової л-ри, 2014. – 332 с.</p>	<p>Виконання завдань практичного заняття</p>	<p>10</p>

<p>Тиждень 4 Дата __, академічних годин 4</p>	<p>Тема 3. (продовження) Мерчандайзингові підходи до формування концепції та управління закладом ресторанного господарства. План 3. Мерчандайзингові прийоми при обслуговуванні. 4. Мерчандайзингові підходи до естетики оформлення страв. 5. Усне опитування (2/2)</p>	<p>Лекція</p>	<p>1. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / Гаркавенко С. С. – 7-ме вид. – К. : Лібра, 2010. – 720 с. 2. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг. – Київ: «Знання», 2009. – 310с. 3. Новітній маркетинг : навч. посібник / [Є. В. Савельєв, С. І. Чеботар, Д. А. Штефаніч та ін.] ; за ред. Є. В. Савельєва. – К. : Знання, 2008. – 420 с. – (Вища освіта ХХІ століття). 4. Скибінський С. В. Маркетинг : підручник / Скибінський С. В. – Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2000. – Ч. 1. – 640 с. 5. Смит П.Р. Маркетинговые коммуникации. Комплексный подход.- К: Знання-прес, 2003. - 796с. 6. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг кредитно-модульний курс : навч. посіб. / Тягунова Н. М., Лісіца В. В., Іванов Ю. В. – К. : Центр учбової л-ри, 2014. – 332 с. 7. Эстрелинг С. Мерчандайзинг в розничной торговле: Пер. с англ./Эстрелинг С. Флоттман Э., Джерниган М. Маршалл С – 3-е изд. – СПб.: Питер 2004. http://merchandising.by</p>	<p>Опрацювання лекції</p>	<p>5</p>
	<p>Тема 4. Організація внутрішнього простору закладу ресторанного господарства План 1. Розробити концепцію та план ресторанного закладу «Ресторан моєї мрії» використовуючи теоретичні основи та ПОС – матеріали</p>	<p>Практика</p>	<p>1. Кириченко К. Війна за сантиметри. Переваги аутсорінга мерчандайзингу / Кириченко К. // Нова торгівля. – 2005. – № 8. – С. 28–32. 2. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг. – Київ: «Знання», 2009. – 310с. 3. Ординський І. Азбука мерчандайзинга// http:// mark-info. Ua 4. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг кредитно-модульний курс : навч. посіб. / Тягунова Н. М., Лісіца В. В., Іванов Ю. В. – К. : Центр учбової л-ри, 2014. – 332 с. 5. Червак Р. Мерчандайзинг: искусство тореадора / Р.Червак, В.Бандарук, Л.Синило. – К.: Из-во А.Капусти, 2003. – 306с.</p>	<p>Виконання завдань практичного заняття</p>	<p>5</p>

	2. Самостійна робота Завдання оформити з використанням можливостей презентації (2/5)		6. Эстрелинг С. Мерчандайзинг в розничной торговле: Пер. с англ./Эстрелинг С. Флоттман Э., Джерниган М. Маршалл С – 3-е изд. – СПб.: Питер 2004. http://merchandising.by		5
Модуль 2. Формування культури працівника готельно-ресторанної справи					
Тиждень 5 Дата __, академічних годин 4	Тема 4. Організація внутрішнього простору в закладах ресторанного господарства. План 1. Сучасні технології планування торгівельних залів в закладах ресторанного господарства. 2. Зонування і розподіл площі. 3. Організація внутрішнього простору. 4. Інтер'єр та атмосфера в закладах ресторанного господарства (2/2)	Лекція	1. Кириченко К. Війна за сантиметри. Переваги аутсорінга мерчандайзингу / Кириченко К. // Нова торгівля. – 2005. – № 8. – С. 28–32. 2. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг. – Київ: «Знання», 2009. – 310с. 3. Мерчандайзинг: Сб.статей по теорії і практиці мерчандайзинга /Под общ. Ред.. Е.В. Ромата. – Харьков: Студцентр, 2003. – 264с. 4. Ординський І. Азбука мерчандайзинга// http:// mark-info. ua 5. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг кредитно- модульний курс : навч. посіб. / Тягунова Н. М., Лісіца В. В., Іванов Ю. В. – К. : Центр учбової л-ри, 2014. – 332 с. 6. Червак Р. Мерчандайзинг: искусство тореадора / Р.Червак, В.Бандарук, Л.Синило. – К.: Из-во А.Капусти, 2003. – 306с. 7. Эстрелинг С. Мерчандайзинг в розничной торговле: Пер. с англ./Эстрелинг С. Флоттман Э., Джерниган М. Маршалл С – 3-е изд. – СПб.: Питер 2004. http://merchandising.by	Опрацювання лекції	
	Тема 4. (продовження) Організація внутрішнього простору закладу	Практика	1. Кириченко К. Війна за сантиметри. Переваги аутсорінга мерчандайзингу / Кириченко К. // Нова торгівля. – 2005. – № 8. – С. 28–32. 2. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг. – Київ: «Знання», 2009. – 310с.	Виконання завдань практичного заняття	5

	ресторанного господарства План 1. Виступи студентів з презентаціями. (2/5)		3. Мерчандайзинг: Сб.статей по теорії і практиці мерчандайзинга /Под общ. Ред.. Е.В. Ромата. – Харьков: Студцентр, 2003. – 264с. 4. Ординський І. Азбука мерчандайзинга// http://mark-info.ua 5. Червак Р. Мерчандайзинг: искусство тореадора / Р.Червак, В.Бандарук, Л.Синило. – К.: Из-во А.Капусти, 2003. – 306с.		
Тиждень 6 Дата __, академічних годин 4	Тема 5. Мерчандайзингові підходи до формування та управління асортиментом продукції в закладах ресторанного господарства. План 1. Класифікація асортименту з позиції мерчандайзингу. 2. Властивості асортименту товарів. (2/2)	Лекція	1. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / Гаркавенко С. С. – 7-ме вид. – К. : Лібра, 2010. — 720 с. 2. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг. – Київ: «Знання», 2009. – 310с. 3. Новітній маркетинг : навч. посібник / [Є. В. Савельєв, С. І. Чеботар, Д. А. Штефаніч та ін.] ; за ред. Є. В. Савельєва. – К. : Знання, 2008. – 420 с. – (Вища освіта ХХІ століття). 4. Ординський І. Азбука мерчандайзинга// http://mark-info. Ua 5. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг кредитно-модульний курс : навч. посіб. / Тягунова Н. М., Лісіца В. В., Іванов Ю. В. – К. : Центр учбової л-ри, 2014. – 332 с. 6. Эстрелинг С. Мерчандайзинг в розничной торговле: Пер. с англ./Эстрелинг С. Флоттман Э., Джерниган М. Маршалл С – 3-е изд. – СПб.: Питер 2004. http://merchandising.by	Опрацювання лекції	
	Тема 5: Аналіз меню ресторанного закладу План 1. Проаналізувати існуюче меню ресторанного закладу 2. Визначте	Практика	1. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг. – Київ: «Знання», 2009. – 310с. 6. Ординський І. Азбука мерчандайзинга// http://mark-info. Ua 2. Эстрелинг С. Мерчандайзинг в розничной торговле: Пер. с англ./Эстрелинг С. Флоттман Э., Джерниган М. Маршалл С – 3-е изд. – СПб.: Питер 2004. http://merchandising.by	Виконання завдань практичного заняття	10

	<p>можливості його врівноваження</p> <p>3. Розробіть концепцію формування асортименту страв (2/5)</p>				
<p>Тиждень 7</p> <p>Дата __, академічних годин 4</p>	<p>Тема 5. (продовження) Мерчандайзингові підходи до формування та управління асортиментом продукції в закладах ресторанного господарства.</p> <p>План</p> <p>3. Збалансування асортименту за глибиною і шириною.</p> <p>4. Управління асортиментом на основі ABC і XYZ – аналізу (2/2)</p>	<p>Лекція</p>	<p>1. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг. – Київ: «Знання», 2009. – 310с.</p> <p>2. Мерчандайзинг: Сб.статей по теорії і практиці мерчандайзинга /Под общ. Ред.. Е.В. Ромата. – Харків: Студцентр, 2003. – 264с.</p> <p>3. Ординський І. Азбука мерчандайзинга// http://mark-info.ua</p> <p>4. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг кредитно-модульний курс : навч. посіб. / Тягунова Н. М., Лісіца В. В., Іванов Ю. В. – К. : Центр учбової л-ри, 2014. – 332 с.</p> <p>5. Эстрелинг С. Мерчандайзинг в розничной торговле: Пер. с англ./Эстрелинг С. Флоттман Э., Джерниган М. Маршалл С – 3-е изд. – СПб.: Питер 2004. http://merchandising.by</p>	<p>Опрацювання лекції</p>	
	<p>Тема 6. Розробка дизайну та стилю меню</p> <p>План</p> <p>1. Визначити стильові рішення меню за власним вибором</p>	<p>Практика</p>	<p>1. Кириченко К. Війна за сантиметри. Переваги аутсорінга мерчандайзингу / Кириченко К. // Нова торгівля. – 2005. – № 8. – С. 28–32.</p> <p>2. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг. – Київ: «Знання», 2009. – 310с.</p> <p>3. Мерчандайзинг: Сб.статей по теорії і практиці мерчандайзинга /Под общ. Ред.. Е.В. Ромата. – Харків: Студцентр, 2003. – 264с.</p>	<p>Виконання завдань практичного заняття</p>	<p>10</p>

	2. Самостійна робота. Розробити дизайн меню 3. Визначити цінову політику меню (2/5)		4. Ординський І. Азбука мерчандайзинга// http://mark-info.ua 5. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг кредитно-модульний курс : навч. посіб. / Тягунова Н. М., Лісіца В. В., Іванов Ю. В. – К. : Центр учбової л-ри, 2014. – 332 с. 6. Червак Р. Мерчандайзинг: искусство тореадора / Р.Червак, В.Бандарук, Л.Синило. – К.: Из-во А.Капусти, 2003. – 306с.		5
Тиждень 8 Дата __, академічних годин 4	Тема 6. Викладка товарів на основі технологій мерчандайзингу. План 1. Суть, види та принципи викладки продукції і товарів в закладах ресторанного господарства. 2. Оформлення вітрин у закладах ресторанного господарства. 3. Ефективна презентація страв та товарів у закладах ресторанного господарства. (2/2)	Лекція	1. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг. – Київ: «Знання», 2009. – 310с. 2. Мерчандайзинг: Сб.статей по теорії и практике мерчандайзинга /Под общ. Ред.. Е.В. Ромата. – Харьков: Студцентр, 2003. – 264с. 3. Новітній маркетинг : навч. посібник / [Є. В. Савельєв, С. І. Чеботар, Д. А. Штефаніч та ін.]; за ред. Є. В. Савельєва. – К. : Знання, 2008. – 420 с. – (Вища освіта ХХІ століття). 4. Ординський І. Азбука мерчандайзинга// http://mark-info.ua 5. Скибінський С. В. Маркетинг : підручник / Скибінський С. В. – Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2000. – Ч. 1. – 640 с. 6. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг кредитно-модульний курс : навч. посіб. / Тягунова Н. М., Лісіца В. В., Іванов Ю. В. – К. : Центр учбової л-ри, 2014. – 332 с. 7. Эстрелинг С. Мерчандайзинг в розничной торговле: Пер. с англ./Эстрелинг С. Флоттман Э., Джерниган М. Маршалл С – 3-е изд. – СПб.: Питер 2004. http://merchandising.by	Опрацювання лекції	
	Тема 7: Розробка технологій мерчандайзингу у закладах ресторанного господарства	Практика	1. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / Гаркавенко С. С. – 7-ме вид. – К. : Лібра, 2010. – 720 с. 2. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг. – Київ: «Знання», 2009. – 310с.	Виконання завдань практичного заняття	10

	<p>План</p> <p>1. Розробити та обґрунтувати стратегію якісного та прискореного обслуговування у закладах ресторанного господарства різних типів (на вибір студента)</p> <p>2. Самостійна робота. Підготувати презентацію (2/5)</p>		<p>3. Мерчандайзинг: Сб.статей по теорії і практиці мерчандайзинга /Под общ. Ред.. Е.В. Ромата. – Харьков: Студцентр, 2003. – 264с.</p> <p>4. Новітній маркетинг : навч. посібник / [Є. В. Савельєв, С. І. Чеботар, Д. А. Штефанич та ін.] ; за ред. Є. В. Савельєва. – К. : Знання, 2008. – 420 с. – (Вища освіта ХХІ століття).</p> <p>5. Скибінський С. В. Маркетинг : підручник / Скибінський С. В. – Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2000. – Ч. 1. – 640 с.</p> <p>6. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг кредитно-модульний курс : навч. посіб. / Тягунова Н. М., Лісіца В. В., Іванов Ю. В. – К. : Центр учбової л-ри, 2014. – 332 с.</p>		5
<p>Тиждень 9</p> <p>Дата __,</p> <p>академічних</p> <p>годин 4</p>	<p>Тема 7.</p> <p>Мерчандайзинг у системі маркетингових комунікацій.</p> <p>План</p> <p>1. Реклама як засіб управління поведінкою людей.</p> <p>2. Види рекламних засобів та умови їх застосування.</p> <p>3. Сутність семплінгу.</p> <p>4. Семплінг у системі мерчандайзингу.</p> <p>5. Усне опитування</p>	Лекція	<p>1. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / Гаркавенко С. С. – 7-ме вид. – К. : Лібра, 2010. – 720 с.</p> <p>2. Мерчандайзинг: Сб.статей по теорії і практиці мерчандайзинга /Под общ. Ред.. Е.В. Ромата. – Харьков: Студцентр, 2003. – 264с.</p> <p>3. Новітній маркетинг : навч. посібник / [Є. В. Савельєв, С. І. Чеботар, Д. А. Штефанич та ін.] ; за ред. Є. В. Савельєва. – К. : Знання, 2008. – 420 с. – (Вища освіта ХХІ століття).</p> <p>4. Скибінський С. В. Маркетинг : підручник / Скибінський С. В. – Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2000. – Ч. 1. – 640 с.</p> <p>5. Смит П.Р. Маркетинговые коммуникации. Комплексный подход.- К: Знання-прес, 2003. - 796с. А.Капусти, 2003. – 306с.</p>	Опрацювання лекції	5

9. Система оцінювання та вимоги

Поточний контроль з дисципліни «Мерчандайзинг у ресторанному господарстві» – це оцінювання навчальних досягнень здобувача вищої освіти протягом навчального семестру з усіх видів аудиторної роботи (лекції та практичні заняття). Поточний контроль відображає поточні навчальні досягнення здобувача вищої освіти в освоєнні програмного матеріалу дисципліни; спрямований на необхідне корегування самостійної роботи здобувача вищої освіти. Поточний контроль здійснюється лектором.

з/п	Види навчальної діяльності (робіт)	Модуль 1	Модуль 2	Сума балів
Обов'язкові види навчальної діяльності (робіт)				
1.	Аудиторна робота (заняття у дистанційному режимі)			
	- практична робота № 1	10		10
	- практична робота № 2	10		10
	- практична робота № 3	10		10
	- практична робота № 3	10		10
	- практична робота № 5		10	10
	- практична робота № 6		10	10
	- практична робота № 7		10	10
2.	Самостійна робота	5	5	10
3.	Усне опитування	5	5	10
4.	Залік		10	10
5.	Разом балів	50	50	100

10. Критерії оцінювання відповіді та бали результатів навчання

Семестровий (підсумковий) контроль з дисципліни «Мерчандайзинг у ресторанному господарстві» визначено навчальним планом – залік.

Підсумкова оцінка за вивчення предмета виставляється за шкалами: національною, 100 – бальною, ECTS і фіксується у відомості та заліковій книжці здобувача вищої освіти. Складений залік з оцінкою «незадовільно» не зараховується і до результату поточної успішності не додається. Щоб ліквідувати академічну заборгованість з навчальної дисципліни, здобувач вищої освіти складає залік повторно, при цьому результати поточної успішності зберігаються.

Структура проведення семестрового контролю доводиться до відома здобувачів вищої освіти на першому занятті.

Оцінка з дисципліни за семестр, що виставляється у «Відомість обліку успішності», складається з урахуванням результатів поточного, атестаційного й семестрового контролю і оформлюється: за національною системою, за 100-бальною шкалою та за шкалою ECTS

Сума балів /	Оцінка ЄКТС		Оцінка за національною шкалою / National grade
90-100	A	Excellent	Відмінно
82-89	B	Good	Добре
74-81	C		
64-73	D	Satisfactory	Задовільно
60-63	E		
35-59	FX	Fail	Незадовільно з можливістю повторного складання
1-34	F		Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Критерії оцінювання та бали

Бали	Оцінка	Критерії оцінювання	Рівень компетентності
90-100	Відмінно (А)	<p>Здобувач демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних роботах, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології, методи та підходи у організації мерчандайзингу у ресторанних закладах. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються.</p> <p>Зменшення 100-балової оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого силабусом навчальної дисципліни, або здобувач проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.</p>	<p>Високий</p> <p>Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в силабусі навчальної дисципліни. Власні пропозиції здобувача в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.</p>

82-89	Добре (B)	Здобувач демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи мерчандайзингу у ресторанних закладах. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.	Достатній Забезпечує здобувачеві самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни
74-81	Добре (C)	Здобувач в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.

		поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	
64-73	Задовільно (D)	Здобувач засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни
60-63	Задовільно (E)	Здобувач має певні знання, передбачені програмою дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, що визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень здобувач з труднощами пояснює правила вирішення практичних завдань. Виконання практичних індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язки з іншими дисциплінами.	Середній Є мінімально допустимий у всіх складових програми дисципліни
35-59	Незадовільно з можливістю повторного складання (FX)	Здобувач може відтворити окремі фрагменти навчальної дисципліни. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни здобувач виконав, працював він пасивно, його відповіді	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни

		на практичних заняттях в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу у здобувача відсутнє.	
0-34	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни (F)	Здобувач повністю не виконав вимог програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумковому етапі навчання фрагментарні.	Незадовільний. Здобувач не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни.

11. Список рекомендованих джерел

Основна:

1. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / Гаркавенко С. С. – 7-ме вид. – К. : Лібра, 2010. – 720 с.
2. Кириченко К. Війна за сантиметри. Переваги аутсорінга мерчандайзингу / Кириченко К. // Нова торгівля. – 2005. – № 8. – С. 28–32.
3. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг. – Київ: «Знання», 2009. – 310с.
4. Мерчандайзинг: Сб.статей по теорії і практиці мерчандайзинга /Под общ. Ред.. Е.В. Ромата. – Харків: Студцентр, 2003. – 264с.
5. Новітній маркетинг : навч. посібник / [Є. В. Савельєв, С. І. Чеботар, Д. А. Штефаніч та ін.] ; за ред. Є. В. Савельєва. – К. : Знання, 2008. – 420 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
6. Ординський І. Азбука мерчандайзинга// [http:// mark-info. Ua](http://mark-info.ua)
7. Скибінський С. В. Маркетинг : підручник / Скибінський С. В. – Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2000. – Ч. 1. – 640 с.
8. Смит П.Р. Маркетинговые коммуникации. Комплексный подход.- К: Знання-прес, 2003. - 796с.
9. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг кредитно-модульний курс : навч. посіб. / Тягунова Н. М., Лісіца В. В., Іванов Ю. В. – К. : Центр учбової л-ри, 2014. – 332 с.
10. Червак Р. Мерчандайзинг: искусство тореадора / Р.Червак, В.Бандарук, Л.Синило. – К.: Из-во А.Капусти, 2003. – 306с.
11. Эстрелинг С. Мерчандайзинг в розничной торговле: Пер. с англ./Эстрелинг С. Флоттман Э., Джерниган М. Маршалл С – 3-е езд. – СПб.: Питер 2004. <http://merchandising.by>

Допоміжна:

12. Про захист прав споживачів : Закон України № 3161-IV (3161-15) від 01.12.2005 // Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 30. – С. 7, ст. 84.

13. Про підтвердження відповідності : Закон України від 17 травня 2001 року № 2406-III із змінами, внесеними згідно із Законом України № 882- VI від 15.01.2009 // Відомості Верховної Ради України. – 2009. – № 32. – С. 169.
14. Про заходи щодо підвищення якості вітчизняної продукції : Указ Президента України від 23 лютого 2001 року № 113 // Урядовий кур'єр. – 2001. – № 42. – С. 10.
15. Про стандартизацію: Закон України від 17.05.2001 р. № 2408-III // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 31. – С. 145.
16. Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні. – К. : Держстандарт України, 1998.
17. Про державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил та відповідальність за їх порушення : Декрет Кабінету Міністрів України від 8.04.1993 р. № 30-93 // Урядовий кур'єр. – 1993. – № 56 (166), 20 квітня.
18. Про забезпечення єдності вимірювань : Декрет Кабінету Міністрів України // Голос України. – 1995. – № 85 (585), 11 травня.
19. Апопій В. В. Організація торгівлі / Апопій В. В. – К. : Центр учбової л-ри, 2008. – 578 с.
20. Буймова Д. Библия мерчендайзинга. Полезная теория в искусстве продаж / Буймова Д. // Маркетолог. – 2001. – № 6. – С. 11. Buymova D.
21. Веллхофф А. A la decouverte du merchandising (Відкриваючи мерчендайзинг) / Веллхофф А., Массон Ж.-Е. – М. : Дюно, 2012. – 286 с.
22. Дайан А. Академія ринку: маркетинг / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар. – М. : Економіка, 2003. – 572 с.
23. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом. Навч. Посіб. - К: Кондор, 2003 - 293с.

Інтернет ресурси

24. Міністерство економіки України – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>
25. Нормативні акти України – Режим доступу: <http://www.nau.kiev.ua>
26. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.loyalty.info> – Назва з екрана.
27. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.ereklama.ru/useful/brand/0/html> – Назва з екрана.
28. [Електронний ресурс]: <http://www.management.com.ua>
29. [Електронний ресурс] / Р. Плис – Режим доступу: www.publicity.kiev.ua. – Назва з екрана.
30. [Електронний ресурс] / Г. - Ли Режим доступу: www.retail-ua.com - Назва з екрана.