



## СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «МЕРЧАНДАЙЗИНГ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр

Спеціальність **241 «Готельно – ресторанна справа»**

Освітня програма «Готельно – ресторанна справа»

Рік навчання 4 , семестр 7

Форма навчання денна

Кількість кредитів ЄКТС 4

Мова викладання українська (українська, англійська, німецька)

**Лектор дисципліни:**

**Мосіюк С.І.**

**Контактна інформація  
лектора (e-mail):**

**4stefani2@gmail.com**

**Сторінка дисципліни в  
eLearn :**

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=5103>

### ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Навчальна дисципліна «Мерчандайзинг» призначена для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня відповідно до ОПП підготовки бакалаврів за галуззю знань 24 «Сфера обслуговування» за спеціальністю 241 «Готельно – ресторанна справа».

Актуальність вивчення даної дисципліни зумовлюється швидким розвитком готельно-ресторанного господарства, постійним відкриттям нових закладів, підвищенням рівня конкуренції в сфері гостинності, тому курс «Мерчандайзинг» є невід'ємною частиною програми підготовки фахівців з готельно – ресторанної справи.

Мета навчальної дисципліни «Мерчандайзинг» є формування системи поглядів та спеціальних знань у сфері мерчандайзингу та практичних навичок з питань організації мерчандайзингу підприємств готельно – ресторанного бізнесу.

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.

### СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

| Тема                                                                                | Години<br>(лекції/ практичні,<br>семінарські) | Результати навчання                                                                                                                                      | Завдання                                                                                                       | Оцінювання |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>1 семестр</b>                                                                    |                                               |                                                                                                                                                          |                                                                                                                |            |
| <b>Модуль 1</b>                                                                     |                                               |                                                                                                                                                          |                                                                                                                |            |
| Тема 1.<br>Мерчандайзинг і його роль в сучасному готельно-ресторанному господарстві | 3/3/13                                        | <b>Знати:</b><br>- цілі та основні принципи мерчандайзингу;<br>- завдання, ключові концепції, правила і принципи, а також інструментарій мерчандайзингу; | Здача індивідуальної чи практичної роботи.<br>Написання тестів, есе.<br>Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в | 10         |
| Тема 2.<br>Управління                                                               | 2/2/13                                        |                                                                                                                                                          |                                                                                                                | 10         |

|                                                                                                                       |        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                   |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-----|
| поведінкою<br>споживача як<br>технологія<br>мерчандайзингу                                                            |        | - основоположні документи, що забезпечують правила ефективного обслуговування клієнтів;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | elearn)<br>Розв'язок задач, тощо. |     |
| Тема 3.<br>Маркетингова концепція споживчої цінності готельної послуги                                                | 2/2/13 | - визначальні положення організації системи мерчандайзингу у компаніях сфери обслуговування;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                   | 10  |
| Тема 4.<br>Мерчандайзингові підходи до формування концепції та управління закладом готельно-ресторанного господарства | 2/2/13 | вміти:<br>- знаходити причинно-наслідкові зв'язки між явищами та процесами мерчандайзингу;<br>- визначати необхідні роботи щодо планування зовнішнього простору підприємства та прилеглої території, а також внутрішнього простору та елементів обслуговування;<br>- застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища; |                                   | 10  |
| Тема 5.<br>Організація внутрішнього та зовнішнього простору в закладах готельного господарства                        | 2/2/13 | - застосовувати механізми обґрунтування управлінських рішень щодо організації системи мерчандайзингу підприємств індустрії гостинності                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                   | 10  |
| Тема 6.<br>Організація внутрішнього та зовнішнього простору в закладах ресторанного господарства                      | 2/2/13 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                   | 10  |
| Тема 7.<br>Мерчандайзинг у системі маркетингових комунікацій                                                          | 2/2/12 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                   | 10  |
| Всього за 1 семестр                                                                                                   |        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                   | 70  |
| Екзамен                                                                                                               |        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                   | 30  |
| Всього за курс                                                                                                        |        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                   | 100 |

### ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

|                                                  |                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</b> | Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний). |
| <b>Політика щодо</b>                             | Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені                                                                                                                                             |

|                                    |                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>академічної доброчесності:</b>  | (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу                                                            |
| <b>Політика щодо відвідування:</b> | Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету) |

### ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

| Рейтинг студента, бали | Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків |               |
|------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------|
|                        | екзаменів                                                    | заліків       |
| 90-100                 | відмінно                                                     | зараховано    |
| 74-89                  | добре                                                        |               |
| 60-73                  | задовільно                                                   |               |
| 0-59                   | незадовільно                                                 | не зараховано |