

Міністерство освіти і науки України
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи

 **І.В. Гунько**
« 30 » **серпня** **2021** р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мерчендайзинг в готельному господарстві

Рівень вищої освіти Перший (бакалаврський)

Галузь знань 24 Сфера обслуговування

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа

Освітньо-професійна програма Готельно-ресторанна справа

Вінниця - 2021 р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Мерчендайзинг в готельному господарстві». Рівень вищої освіти перший (бакалаврський), галузь знань 24 Сфера обслуговування, спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа, освітньо-професійна програма Готельно-ресторанна справа, 2021 р., 18 с.


Розробник: д.е.н., доцент менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, готельно-ресторанної справи та туризму Головня О.М.

Лектор: д.е.н., доцент менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, готельно-ресторанної справи та туризму Головня О.М.

Викладачі, які проводять практичні заняття: д.е.н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, готельно-ресторанної справи та туризму Головня О.М.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, готельно-ресторанної справи та туризму

Протокол від “_25_” серпня 2020 року, № _1_

Завідувач кафедри к.е.н., доцент Ставська Ю.В. ()
(підпис)

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні навчально-методичної комісії факультету економіки та підприємництва

Протокол від “_25_” серпня 2020 року № 1

Голова комісії факультету  О.В. Левчук

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні науково-методичної комісії університету

Протокол від “26” серпня 2020 року № 1

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5	24 Сфера обслуговування 241 Готельно-ресторанна справа ОПП Готельно-ресторанна справа Перший (бакалаврський)	Вибіркова	
Атестацій - 2		Рік підготовки:	
		3 -й	
Загальна кількість годин – 150		Семестр	
		5-й	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 8		Лекції	
		16 год	
		Практичні, семінарські	
		14 год	
		Лабораторні	
		Самостійна робота	
		120 год	
		Індивідуальні завдання: год.	
		Вид контролю: іспит	

Програма навчальної дисципліни передбачає перезарахування кредитів освітніх компонентів, отриманих студентами, які навчались за програмою академічної мобільності, неформальної та інформальної освіти за наявності відповідних підтверджуючих документів. Передбачено розробка аудіокурсу, дистанційних online курсів для здобувачів з особливими освітніми проблемами (інклюзивної освіти).

Призначення навчальної дисципліни. Курс «Мерчендайзинг в готельному господарстві» відноситься до циклу дисциплін, що формує профіль майбутнього бакалавра, озброюючи його основами теорії та практики управління товарними запасами, ефективною викладкою та представленням товарів у торговельній точці та основними засадами та інструментами мерчайдайзингу в готелях.

Мета вивчення навчальної дисципліни

Мета викладання навчальної дисципліни – Метою дисципліни є організація та управління торговельно-технологічними процесами за допомогою оптимізації планування торговельного залу, розміщення обладнання і позиціонування товару з урахуванням психологічних особливостей покупців, із використанням факторів регулювання уваги та інших складових природної системи людини в сфері обслуговування.

Компетентності та результати навчання

Завдання дисципліни спрямовані на формування у студентів компетентності щодо:

Інтегральна компетентність: 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 03. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями

ЗК 04. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 09. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Спеціальні (фахові) компетентності (ФК):

СК 04. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.

СК 05. Здатність управляти підприємством, приймати рішення у господарській діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК 06. Здатність проектувати технологічний процес виробництва продукції і послуг та сервісний процес реалізації основних і додаткових послуг у підприємствах (закладах) готельно-ресторанного та рекреаційного господарства.

СК 07. Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.

СК 08. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів

СК 11. Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності;

Програмні результати:

ПРН 02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також суміжних наук.

ПРН 04. Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства.

ПРН 05. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

ПРН 06. Аналізувати, інтерпретувати і моделювати на основі існуючих наукових концепцій сервісні, виробничі та організаційні процеси готельного та ресторанного бізнесу.

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

Також 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).

Передумови для вивчення дисципліни

Мерчендайзинг в готельному господарстві належить до навчальної дисциплін вибіркової компоненти, освітній компонент циклу професійної підготовки;

- при вивченні даної дисципліни використовуються знання, отримані з таких дисциплін (пререквізитів): «Сервісологія», «Управління комерційною діяльністю», «Маркетинг», «Діловий етикет», «Інфраструктура в готельно-ресторанному господарстві».

- основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні таких дисциплін (постреквізитів): «Стратегічне управління», «Проектування об'єктів готельно-ресторанного бізнесу».

2. Програма навчальної дисципліни

АТЕСТАЦІЯ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕРЧЕНДАЙЗИНГУ

- Тема 1. Роль мерчандайзингу в торговельній діяльності підприємства
- Тема 2. Основні напрями розвитку і розміщення об'єктів торговельної мережі
- Тема 3. Оцінка ефективності функціонування підприємств роздрібно́ї торгівлі
- Тема 4. Інструменти та правила мерчандайзингу
- Тема 5. Фірмовий стиль
- Тема 6. Інструменти мерчандайзингу в торговому залі
- Тема 7. Інструменти боротьби за покупця в місцях торгівлі
- Тема 8. Організація роботи мерчендайзера

АТЕСТАЦІЯ 2.

МЕРЧЕНДАЙЗИНГ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

- Тема 9. Естетична організація середовища готелю
- Тема 10. Роль інтер'єру у формуванні іміджу готелю
- Тема 11. Додаткові готельні послуги як показник якості, конкурентоспроможності та культури обслуговування
- Тема 12. Інноваційні рішення в готельному господарстві
- Тема 13. Колір в естетичній організації середовища готелю
- Тема 14. Аромотерапія в готельному господарстві
- Тема 15. Стимулювання збуту в торгових об'єктах

3. Структура навчальної дисципліни

ТЕМИ	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усьог о	у тому числі					усьог о	у тому числі				
		л	п	ла б	інд	с.р .		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Атестація 1. Теоретичні основи мерчендайзингу												
Тема 1. Роль мерчендайзингу в торговельній діяльності підприємства	6	2	-			4						
Тема 2. Основні напрями розвитку і розміщення об'єктів торговельної мережі	10	-	2			8						
Тема 3. Оцінка ефективності функціонування підприємств роздрібно торгівлі	10	-	2			8						
Тема 4. Інструменти та правила мерчендайзингу	10	2	-			8						
Тема 5. Фірмовий стиль	10	-	2			8						
Тема 6. Інструменти мерчендайзингу в торговому залі	10	-	2			8						
Тема 7. Інструменти боротьби за покупця в місцях торгівлі	10	2	-			8						
Тема 8. Організація роботи мерчендайзера	10	2	-			8						
Разом	76	8	8			60						
Атестація 2. Мерчендайзинг в готельному господарстві												
Тема 9. Естетична організація середовища готелю	14	2	-			12						
Тема 10. Роль інтер'єру у формуванні іміджу готелю	10	2	-			8						
Тема 11. Додаткові готельні послуги як показник якості, конкурентоспроможності та культури обслуговування	10	-	2			8						
Тема 12. Інноваційні рішення в готельному господарстві	10	-	2			8						
Тема 13. Колір в естетичній організації середовища готелю	10	2	-			8						
Тема 14. Аромотерапія в готельному господарстві	10	2	-			8						
Тема 15. Стимулювання збуту в готельних об'єктах	10	-	2			8						
Разом	74	8	6			60						
Усього годин	150	16	14			120						

4. Теми лекцій

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Атестація 1. Теоретичні основи мерчендайзингу			
1	Тема. Роль мерчандайзингу в торговельній діяльності підприємства	2	
2	Тема. Інструменти та правила мерчандайзингу	2	
3	Тема. Інструменти боротьби за покупця в місцях торгівлі	2	
4	Тема 8. Організація роботи мерчендайзера	2	
	Разом	8	
Атестація 2. Мерчендайзинг в готельному господарстві			
5	Тема. Естетична організація середовища готелю	2	
6	Тема. Роль інтер'єру та озеленення у формуванні іміджу готелю	2	
7	Тема. Колір в естетичній організації середовища готелю	2	
8	Тема. Аромотерапія в готельному господарстві	2	
	Разом	8	
	Всього	16	

5. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Атестація 1. Теоретичні основи мерчендайзингу			
1	Тема. Основні напрями розвитку і розміщення об'єктів торговельної мережі	2	
2	Тема. Оцінка ефективності функціонування підприємств роздрібно́ї торгівлі	2	
3	Тема. Фірмовий стиль	2	
4	Тема. Інструменти мерчендайзингу в торговому залі	2	
	Разом	8	
Атестація 2. Мерчендайзинг в готельному господарстві			
5	Тема. Додаткові готельні послуги як показник якості, конкурентоспроможності та культури обслуговування	2	
6	Тема. Інноваційні рішення в готельному господарстві	2	
7	Тема. Стимулювання збуту в готельних об'єктах	2	
	Разом	6	
	Всього	14	

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Атестація 1. Теоретичні основи мерчендайзингу			
1	Тема 1. Роль мерчендайзингу в торговельній діяльності підприємства	4	
2	Тема 2. Основні напрями розвитку і розміщення об'єктів торговельної мережі	8	
3	Тема 3. Оцінка ефективності функціонування підприємств роздрібно́ї торгівлі	8	
4	Тема 4. Інструменти та правила мерчендайзингу	8	
5	Тема 5. Фірмовий стиль	8	
6	Тема 6. Інструменти мерчендайзингу в торговому залі	8	
7	Тема 7. Інструменти боротьби за покупця в місцях торгівлі	8	
8	Тема 8. Організація роботи мерчендайзера	8	
	Разом	60	
Атестація 2. Мерчендайзинг в готельному господарстві			
9	Тема 9. Естетична організація середовища готелю	12	
10	Тема 10. Роль інтер'єру та озеленення у формуванні іміджу готелю	8	
11	Тема 11. Додаткові готельні послуги як показник якості, конкурентоспроможності та культури обслуговування	8	
12	Тема 12. Інноваційні рішення в готельному господарстві	8	
13	Тема 13. Колір в естетичній організації середовища готелю	8	
14	Тема 14. Аромотерапія в готельному господарстві	8	
15	Тема 15. Стимулювання збуту в готельних об'єктах	8	
	Разом	60	
	Всього	120	

Основні види самостійної роботи здобувача

№	Вид самостійної роботи	Години	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Самостійна робота з метою підготовки до поточних аудиторних занять	30	щотижнево	Усне та письмове опитування
2	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	30	2 рази на семестр	Усне та письмове опитування
3	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	30	2 рази на семестр	Виступ в аудиторії з презентацією, усний захист, дискусія в групі на тему презентації
4	Підготовка до модульного контролю та іспиту	30	3 рази на семестр	Тестування у системі Сократ
Разом		120		

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 Мерчендайзинг в готельному 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.

Орієнтовний перелік тем індивідуальних навчально-дослідних завдань

1. Методика мерчандайзингу в готельному господарстві.
2. Теорія рефлексів з точки зору мерчандайзингу.
3. Формування іміджу закладу готельного господарства за допомогою мерчандайзингу.
4. Цінова політика закладу готельного господарства з точки зору мерчандайзингу.
5. Франчайзинг, як метод розвитку мережі закладів готельного господарства.
6. Особливості використання музики в закладах готельного господарства.
7. Фасад закладу готельного господарства.
8. Загальний зовнішній вигляд торгового залу.
9. Викладка і представлення одиниці товару в торговому залі.
10. Роль кольору і освітлення в закладі готельного господарства.
11. Вплив кольору та асоціацій на вибір покупця.
12. РОС-матеріали і можливості їх використання.
13. Вимоги до торгових представників.
14. Методи роботи торгового представника з клієнтом.
15. Пам'ятка мерчендайзеру.
16. Сім правил мерчендайзинга.
17. «Три кита» мерчендайзинга.
18. Формування товарного запасу.
19. Особливості планування торгових приміщень.
20. «Перехресний» мерчендайзинг.
21. «Золотий трикутник» в мерчендайзингу.
22. Трьохрівнева концепція мерчендайзинга.
23. Мерчендайзинг: суть, методи організації.
24. Зміст та завдання мерчендайзингу.
25. Основні елементи мерчендайзингу.
26. Основні принципи та правила мерчендайзингу в закладах готельного господарства.
27. Основні складові мерчендайзингу.
28. Практика мерчендайзингу в готельному бізнесі.
29. Особливості мерчендайзингу в закладах готельного бізнесу.
30. Практичні аспекти викладки товарів.
31. Використання ПОС-матеріалів в торгівлі.
32. Типові помилки при викладці товарів.
33. Реклама на моніторах в місцях продажу.

34. Загальна схема впровадження мерчендайзингу в закладах харчування.
35. Перехресний мерчендайзинг в торгівлі.
36. Особливості використання музики в торгівельних закладах.
37. Цілі і завдання мерчендайзингу в готельному господарстві.
38. Основні формати торгових підприємств в Україні.
39. Застосування світла, кольору і запахів в роздрібній торгівлі.
40. Особливості просування страв у закладах готельного господарства.
41. Концепція розвитку закладу готельного господарства.
42. Мерчендайзингові підходи до естетики оформлення страв у ресторанах.
43. Прийоми мерчендайзингу при обслуговуванні клієнтів ресторану.
44. Особливості переконливого продажу.
45. Інтер'єр, як особливий елемент в мерчендайзингу готельного бізнесу.
46. Атмосфера закладу готельного господарства.
47. Зовнішні і внутрішні методи мерчендайзинга в закладах готельного господарства.
48. Особливості зонування простору залу в закладах готельного господарства.
49. Асортимент продукції в закладах готельного господарства.
50. Формування асортименту кулінарної продукції в закладах готельного господарства з позиції мерчендайзингу.
51. Особливості викладки продукції і товарів в закладах готельного господарства.
52. Оформлення вітрин у закладах готельного бізнесу.
53. Торгове обладнання закладів готельного господарства.
54. Пряма реклама в закладах готельного господарства.
55. Основні підходи до розробки концепції та дизайну меню у закладах готельного господарства.
56. Дієві засоби реклами готельного бізнесу.
57. Класифікація засобів внутрішньої реклами в закладах готельного господарства.
58. Основні завдання реклами готельного бізнесу.

8. Методи навчання

Відповіді на запитання і опитування думок студентів
Ділові бесіди
Брейнстормінг («мозковий штурм»)
Робота в малих групах
Аналіз історій і ситуацій.
Дискусії, дебати, полеміки
Моделювання професійної діяльності.
Презентації результатів виконаних завдань та досліджень в програмі PowerPoint.

Презентації здобувача та виступи на наукових заходах ВНАУ
 Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)
 Вирішення проблеми, з якою може зіткнутися фірма або установа – dilemma decision
 Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою
 Інші види індивідуальних та групових завдань.

9. Форми поточного та підсумкового контролю

Попередній контроль
 Проведення поточних письмових контрольних робіт
 Проведення колоквіуму
 Проведення поточного тестування
 Проведення підсумкової тестової перевірки знань
 Фронтальне усне опитування
 Індивідуальне усне опитування
 Перевірка конспекту лекцій
 Підсумковий контроль у вигляді екзамену
 Оцінка доповідей за критерієм відповідності змісту темі дослідження та повноти розкриття теми дослідження
 Оцінка презентацій за критеріями стильової єдності презентації, наявності графічної інформації та структурованості слайдів.

10. Критерії оцінювання результатів навчання

	Вид навчальної діяльності	Бали
Атестація 1		
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
	Всього за атестацію 1	30
Атестація 2		
6	Уважність на лекціях, наявність конспективних	6

	записів	
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
	Всього за атестацію 2	30
	Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності	10
	Підсумкове тестування	30
	Разом	100

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 - на екзамені.

Шкала оцінки знань студента

Оцінка за національною 4-бальною	Рейтинг студента, бали	Оцінка за шкалою ECTS
Відмінно	90 – 100	A
Добре	82-89	B
	75-81	C
Задовільно	66-74	D
	60-65	E
Незадовільно	35-59	FX
	1-34	F

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 чи екзамену.

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.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Усний виступ, письмові відповіді, виконання і захист творчої роботи, тестування	Критерії оцінювання
5	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: концептуальних знань; високого ступеню володіння станом питання; критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності. Правильно вирішив усі тестові завдання.
4	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена. Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
3	Відповідь фрагментарна. Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення. Студент з розумінням відтворює основні професійні знання та правильно виконує основні прийоми і технічні операції, необхідні для даної роботи. Виконує навчально-практичне завдання. Достатньо усвідомлено користується навчальною документацією. Потребує консультації викладача. При виконанні роботи припускається несуттєвих помилок і неточностей, які частково може виправити. Правильно вирішив половину тестових завдань.
2	Студент без достатнього розуміння відтворює компоненти професійних знань та недостатньо усвідомлено виконує основні прийоми і технічні операції. З частковою допомогою викладача виконує навчально-практичне або контрольне завдання. При виконанні роботи припускається помилок, які самостійно виправити не може. Результат виконаної роботи не відповідає якісним показникам. Кількість правильних відповідей недостатня.
1	Студент без достатнього розуміння відтворює компоненти професійних знань та недостатньо усвідомлено виконує основні прийоми і технічні операції. З частковою допомогою викладача виконує навчально-практичне або контрольне завдання. При виконанні роботи припускається помилок, які самостійно виправити не може. Результат виконаної роботи не відповідає якісним показникам. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
0	Студент з допомогою викладача відтворює на рівні розпізнання окремі компоненти професійних знань та виконує окремі елементи навчально-практичного або контрольного завдання. При виконанні роботи припускається суттєвих помилок. Результат виконаної роботи не відповідає якісним показникам. Не вирішив жодного тестового завдання.

13. Методичне забезпечення

1. Головня О.М. Мерчендайзинг в готельному господарстві. Програма навчальної дисципліни для бакалаврів галузі знань 1401 «Сфера обслуговування» напряму підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа», протокол № 3 від 29.11.2017, код 14585

2. Головня О.М. Мерчендайзинг в готельному господарстві. Методичні вказівки для проведення практичних занять з дисципліни для бакалаврів галузі знань 1401 «Сфера обслуговування» напряму підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа», протокол № 3 від 29.11.2017, код 14587

3. Головня О.М. Мерчендайзинг в готельному господарстві. Методичні вказівки з організації самостійної роботи з дисципліни для бакалаврів галузі знань 1401 «Сфера обслуговування» напряму підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа», протокол № 3 від 29.11.2017, код 14586

14. Рекомендовані джерела інформації Основні

1. Григоренко Т. М. Класифікація видів мерчендайзингу. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 511-515. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2020_5_70.

2. Данкеєва О. М. Аналіз перцепції споживачами простору мерчендайзингу 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.

3. Заячківська Г. А. Візуальний мерчендайзинг 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 мерчендайзингу для формування купівельної лояльності. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 62. С. 342-348. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2018_62_46.

5. Розумей С. Б. Візуальний мерчендайзинг (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.

6. Селезньова О. О. Вплив візуального мерчендайзингу 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.

7. Соломянюк Н. Н. Візуальний мерчендайзинг 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.

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.

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.

Допоміжні

1. Головня О.М. Сучасні детермінанти системних соціально-економічних трансформацій готельного бізнесу. *Бізнес-інформ*. 2019. № 5. С. 111-116.

2. 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.

3. 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.

4. Іващенко А.В. Моделювання процесів управління закупівлею товарів у готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка. Фінанси. Право*. 2019. № 7/1. С. 14-17.

5. 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.

6. Луцяк В.В., Ставська Ю.В., Головня О.М. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у ресторанних підприємствах: розроблення функціональних харчових продуктів. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2018. №1 (24). С. 103-113.

7. 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.

8. 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.

9. 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).

10. 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.

11. 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](http://www.market-infr.od.ua/uk/35-2019)