

**МЕЛІТОПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО**

ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАТИКИ, МАТЕМАТИКИ ТА ЕКОНОМІКИ

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Назва освітнього компонента <i>Нормативний/вибірковий</i>	Мерчандайзинг у сфері гостинності вибіркова
Ступінь освіти Бакалавр/магістр/доктор філософії Освітня програма	Бакалавр 241 Готельно-ресторанна справа Освітня програма «Готельно-ресторанне господарство та туристичний бізнес» J1 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг Освітня програма «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»
Рік викладання/ Семестр/ Курс (рік навчання)	2026-2027 / парний
Науково-педагогічний працівник	
Профайл науково-педагогічного працівника	
Контактний тел.	
E-mail:	
Сторінка курсу в ЦОДТ МДПУ ім. Б.Хмельницького	
Консультації	<i>Онлайн-консультації:</i> через систему ЦОДТ МДПУ ім. Богдана Хмельницького.

1. АНОТАЦІЯ

Програму освітнього компонента «Мерчандайзинг у сфері гостинності» складено відповідно до освітньої програми «Готельно-ресторанне господарство та туристичний бізнес», «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг».

У ході вивчення курсу здобувачі дізнаються про особливості мерчандайзингових підходів до ведення бізнесу сфери гостинності, специфіку організації ефективних продажів послуг та 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 сформувати практичні вміння і компетентності на основі ознайомлення із методами і підходами мерчандайзингу, щодо обслуговування споживачів у сфері гостинності. Оцінювання навчальної діяльності здобувачів на практичних заняттях проводиться з урахуванням його вмінню аналізувати навчальний матеріал, володіти термінологією; проявляти творчий підхід до виконання практичних завдань (презентації, інтелектуальні карти, розробки стратегій мерчандайзингу тощо).

Освітній компонент належить до циклу вибіркових.

Освітній компонент «Мерчандайзинг у сфері гостинності» спрямований на отримання майбутніми фахівцями сфери готельно-ресторанної справи фахових компетентностей з основних положень, понять та дефініцій, що розкривають зміст, характер, тенденції, фундаментальні принципи мерчандайзингу у сфері гостинності.

Оцінювання результатів навчання в Університеті здійснюється відповідно до 100-бальної шкали. З освітнього компонента розробляються і доводяться до здобувачів критерії оцінки кожного виду діяльності, які в сукупності дозволяють оцінити результати навчання.

Робота здобувачів вищої освіти на навчальних заняттях з кожного освітнього компонента оцінюється за видами навчальної діяльності. Максимальна сумарна кількість балів при оцінюванні роботи здобувачів на навчальних заняттях складає 30 балів.

Самостійна робота є видом навчальної діяльності здобувача, яка підлягає оцінюванню. Викладач визначає види самостійної роботи здобувачам (не більше 3-4 видів за освітнім компонентом). Максимальна сумарна кількість балів при оцінюванні самостійної роботи здобувачів складає 30 балів.

Загальний бал (ЗБ ОК) з освітнього компонента складається з суми балів, отриманих за навчальну, самостійну роботу та підсумковий контроль знань. Підсумковий контроль знань – залік.

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Метою освітнього компоненту «Мерчандайзинг у сфері гостинності» 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 розумінь 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 .

Здобувач при опануванні освітнього компоненту повинен **знати:**

- цілі та основні принципи мерчандайзингу;
- завдання, ключові концепції, правила і принципи, а також інструментарій мерчандайзингу;
- основоположні документи, що забезпечують правила ефективного обслуговування клієнтів;
- визначальні положення організації системи мерчандайзингу у компаніях сфери обслуговування;

вміти:

- знаходити причинно-наслідкові зв'язки між явищами та процесами мерчандайзингу;
- визначати необхідні роботи щодо планування зовнішнього простору підприємства та прилеглої території, а також внутрішнього простору та елементів обслуговування;
- застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;
- застосовувати механізми обґрунтування управлінських рішень щодо організації системи мерчандайзингу підприємств індустрії гостинності.

Освітній компонент розрахований на здобувачів вищої освіти, предметом вивчення є мерчандайзинг у сфері гостинності.

3. ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ, ЯКІ НАБУВАЮТЬСЯ ПІД ЧАС ОПАНУВАННЯ ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

Інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в економічній сфері, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки.

Загальні компетентності:

ЗК 02. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо, реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 07. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

ЗК 08. Навики здійснення безпечної діяльності.

ЗК 10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК 02. Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.

СК 03. Здатність використовувати на практиці основи діючого законодавства в сфері готельного, ресторанного та туристичного бізнесу, та відстежувати зміни.

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

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

СК 10. Здатність працювати з технічною, економічною, технологічною та іншою документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом готельного, ресторанного та туристичного бізнесу.

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

4. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

РН 04. Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та туризму.

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

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

РН 07. Організовувати процес обслуговування споживачів готельних, ресторанних та туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

РН 11. Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного, ресторанного та туристичного господарства.

РН 13. Визначати та формувати організаційну структуру підрозділів, координувати їх діяльність, визначати їх завдання та штатний розклад, вимоги до кваліфікації персоналу.

РН 15. Розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного, ресторанного та туристичного бізнесу.

РН 16. Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності.

5. ОБСЯГ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

Вид заняття	лекції	практичні заняття	самостійна робота
Кількість годин	40	20	60

6. ПОЛІТИКИ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

- Жодні форми порушення академічної доброчесності.
- Здобувач зобов'язаний відпрацювати всі пропущені практичні, лабораторні або семінарські заняття протягом двох тижнів.
- Невідпрацьовані заняття (невиконання навчального плану) є підставою для недопущення здобувача до підсумкового контролю

(«Положення про бально-накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Мелітопольському державному педагогічному університеті імені Богдана Хмельницького»).

- Здобувач, який навчається стабільно на «відмінні» оцінки і саме такі оцінки має за періодичні контролю, накопичує впродовж вивчення навчального курсу 90 і більше балів, має право не складати екзамен з даного освітнього компонента («Положення про бально-накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Мелітопольському державному педагогічному університеті імені Богдана Хмельницького»)

7. СТРУКТУРА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ
7.1 СТРУКТУРА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ (ЗАГАЛЬНА)

Кількість годин	Тема	Форма діяльності (заняття, кількість годин)	Література	Завдання	Вага оцінки	Термін виконання
БЛОК 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ						
11	Тема1. Мерчандайзинг і його роль в сфері гостинності	Лекція (2 год.) Практичне заняття (- год) Самостійна робота (9 год.)	Основна, додаткова та інтернет ресурси	перегляд презентації та додаткового матеріалу, виконати практичне завдання	5	впродовж першого навчального семестру (перший періодичний контроль)
16	Тема 2. Теоретичні засади мерчандайзингу	Лекція (4 год.) Практичне заняття (2 год.) Самостійна робота (10 год.)	Основна, додаткова та інтернет ресурси	перегляд презентації та додаткового матеріалу, виконати практичне завдання	5	впродовж першого навчального семестру (перший періодичний контроль)
15	Тема 3. Управління поведінкою споживача як технологія мерчандайзингу при реалізації послуг	Лекція (4 год.) Практичне заняття (2 год.) Самостійна робота (9 год.)	Основна, додаткова та інтернет ресурси	перегляд презентації та додаткового матеріалу, виконати практичне завдання	5	впродовж першого навчального семестру (перший періодичний контроль)
16	Тема 4. Мерчандайзинг в системі технологій маркетингу і менеджменту	Лекція (4 год.) Практичне заняття (2 год.) Самостійна робота (10 год.)	Основна, додаткова та інтернет ресурси	перегляд презентації та додаткового матеріалу,	5	впродовж першого навчального семестру (перший

		год.)		виконати практичне завдання		періодичний контроль)
БЛОК 2. ПРАВИЛА ОРГАНІЗАЦІЇ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ						
15	Тема 5. Мерчандайзингові підходи до формування концепції та управління закладом готельно – ресторанного господарства	Лекція (4 год.) Практичне заняття (2 год.) Самостійна робота (9 год.)	Основна, додаткова та інтернет ресурси	перегляд презентації та додаткового матеріалу, виконати практичне завдання	5	впродовж першого навчального семестру (другий періодичний контроль)
16	Тема 6. Організація внутрішнього та зовнішнього простору в закладах готельного господарства	Лекція (4 год.) Практичне заняття (2 год.) Самостійна робота (10 год.)	Основна, додаткова та інтернет ресурси	Скласти презентацію	5	впродовж першого навчального семестру (другий періодичний контроль)
17	Тема 7. Організація внутрішнього та зовнішнього простору в закладах ресторанного господарства	Лекція (6 год.) Практичне заняття (2 год.) Самостійна робота (9 год.)	Основна, додаткова та інтернет ресурси	перегляд презентації та додаткового матеріалу, виконати практичне завдання	5	впродовж першого навчального семестру (другий періодичний контроль)
14	Тема 8. Мерчандайзинг у системі маркетингових комунікацій	Лекція (2 год.) Практичне заняття (4 год.) Самостійна робота (6 год.)	Основна, додаткова та інтернет ресурси	Розробити кейси вирішення конфліктів	5	впродовж першого навчального семестру (другий періодичний контроль)

7. 2 СХЕМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ (ЛЕКЦІЙНИЙ БЛОК)

Тема лекції	Зміст лекції
Тема1. Мерчандайзинг і його роль в сфері гостинності	1. Еволюція виникнення мерчандайзингу. 2. Основні поняття, види і завдання мерчандайзингу. 3. Роль мерчандайзингу в сфері гостинності. 4. Основні принципи та прийоми мерчандайзингу в сфері гостинності.
Тема 2. Теоретичні засади мерчандайзингу	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 мотивації у сфері гостинності
Тема 3. Управління поведінкою споживача як технологія мерчандайзингу при реалізації послуг	1. Поведінка споживача в системі маркетингу 2. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів 3. Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживача 4. Процес прийняття рішення про купівлю товарів(послуг) індивідуальним споживачем. 5. Використання POS- матеріалів в місцях продажу
Тема 4. Мерчандайзинг в системі технологій маркетингу і менеджменту	1. Кожному ЗВО відвідати два заклади кулінарії (на вибір). 2. Оцінити їх роботу з точки зору основних правил і принципів мерчандайзингу 3. Визначити який з них є більш комфортабельним для споживача
Тема 5. Мерчандайзингові підходи до формування концепції та управління закладом готельно – ресторанного господарства	1. Створення концепції закладу ресторанного господарства, як складова мерчандайзингу. 2. Правила пропонування страв у ЗРГ 3. Мерчандайзингові прийоми при обслуговуванні. 4. Мерчандайзингові підходи до естетики оформлення страв
Тема 6. Організація внутрішнього та зовнішнього простору в закладах готельного господарства	1. Інтер'єр готельного господарства (історичні етапи) 2. Формування предметно-просторового середовища готелю 3. Складові частини комфорту внутрішнього простору готелів 4. Естетична організація середовища готелю 5. Освітлення, колір та меблі в інтер'єрі готельного господарства
Тема 7. Організація внутрішнього та зовнішнього простору в закладах ресторанного господарства	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 5. Розробити концепцію та план ресторанного закладу «Ресторан моєї мрії» використовуючи теоретичні основи та ПОС – матеріали.
Тема 8. Мерчандайзинг у системі маркетингових комунікацій	1. Реклама як засіб управління поведінкою людей. 2. Види рекламних засобів та умови їх застосування. 3. Сутність семплінгу. 4. Семплінг у системі мерчандайзингу.

7.3 СХЕМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ (ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ)

Тема практичного заняття	Зміст практичного заняття
Тема1. Мерчандайзинг і його роль в сфері гостинності	Обговорення теми. Виконання практичних завдань
Тема 2. Теоретичні засади мерчандайзингу	Обговорення теми. Виконання практичних завдань: Використовуючи мережу Internet ознайомитися із складом робочого портфелю мерчандайзера
Тема 3. Управління поведінкою споживача як технологія мерчандайзингу при реалізації послуг	Обговорення теми. Виконання практичних завдань
Тема 4. Мерчандайзинг в системі технологій маркетингу і менеджменту	Обговорення теми. Виконання практичних завдань: Кожному студенту відвідати два заклади кулінарії (на вибір). 2. Оцінити їх роботу з точки зору основних правил і принципів мерчандайзингу 3. Визначити який з них є більш комфортабельним для споживача.
Тема 5. Мерчандайзингові підходи до формування концепції та управління закладом готельно – ресторанного господарства	Обговорення теми. Виконання практичних завдань: Розробити концепцію та план ресторанного закладу «Замовляй та куштуй» використовуючи теоретичні основи та ПОС – матеріали.
Тема 6. Організація внутрішнього та зовнішнього простору в закладах готельного господарства	Обговорення теми. Розробка технологій мерчандайзингу у закладах готельного господарства.
Тема 7. Організація внутрішнього та зовнішнього простору в закладах ресторанного господарства	Обговорення теми. Виконання практичних завдань: Розробка технологій мерчандайзингу у закладах ресторанного господарства. Розробка дизайну та стилю меню
Тема 8. Мерчандайзинг у системі маркетингових комунікацій	Обговорення теми. Виконання практичних завдань

7.4 СХЕМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ (ТЕМИ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ)

Тема для самостійного опрацювання	Зміст теми
Тема1. Мерчандайзинг і його роль в сфері гостинності	1. Опрацювання теоретичних основ із зазначеної теми. 2. Огляд додаткового теоретичного матеріалу з використанням додаткових діджитал ресурсів.
Тема 2. Теоретичні засади мерчандайзингу	1. Опрацювання теоретичних основ із зазначеної теми. 2. Огляд додаткового теоретичного матеріалу з використанням додаткових діджитал ресурсів.

Тема 3. Управління поведінкою споживача як технологія мерчандайзингу при реалізації послуг	1. Опрацювання теоретичних основ із зазначеної теми. 2. Огляд додаткового теоретичного матеріалу з використанням додаткових діджитал ресурсів.
Тема 4. Мерчандайзинг в системі технологій маркетингу і менеджменту	1. Опрацювання теоретичних основ із зазначеної теми. 2. Огляд додаткового теоретичного матеріалу з використанням додаткових діджитал ресурсів..
Тема 5. Мерчандайзингові підходи до формування концепції та управління закладом готельно – ресторанного господарства	1. Опрацювання теоретичних основ із зазначеної теми. 2. Огляд додаткового теоретичного матеріалу з використанням додаткових діджитал ресурсів.
Тема 6. Організація внутрішнього та зовнішнього простору в закладах готельного господарства	1. Опрацювання теоретичних основ із зазначеної теми. 2. Огляд додаткового теоретичного матеріалу з використанням додаткових діджитал ресурсів.
Тема 7. Організація внутрішнього та зовнішнього простору в закладах ресторанного господарства	1. Опрацювання теоретичних основ із зазначеної теми. 2. Огляд додаткового теоретичного матеріалу з використанням додаткових діджитал ресурсів.
Тема 8. Мерчандайзинг у системі маркетингових комунікацій	1. Опрацювання теоретичних основ із зазначеної теми. 2. Огляд додаткового теоретичного матеріалу з використанням додаткових діджитал ресурсів.

8. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДНО ДО ФОРМ І ВИДІВ КОНТРОЛЮ

Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до Положення про бально-накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачами вищої освіти у Мелітопольському державному педагогічному університеті імені Богдана Хмельницького <https://v.gd/ADELEh>. Бально-накопичувальна система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з кожного освітнього компонента містить поточний, підсумковий контроль знань та самостійну роботу.

ВИДИ НАВЧА ЛЬНОЇ	РОБОТА ЗДОБУВАЧІВ НА НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТТЯХ			M1	M2	РАЗОМ
	Доповіді на семінарських заняттях			5	5	10
	Виконання практичних вправ			5	5	10

	Виконання тестових завдань	5	5	10
	Разом	15	15	30
	САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТА			
	Підготовка презентацій і їх захист	10	-	10
	Написання есе	10	-	10
	Написання тез доповідей для участі у науково-практичних конференціях	-	10	10
	Разом	20	10	30
	ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ (залік)	-	-	40
	Загальний бал ОК	-	-	100

Робота здобувачів вищої освіти на навчальних заняттях з освітнього компонента оцінюється за видами навчальної діяльності. Максимальна сумарна кількість балів при оцінюванні роботи здобувачів на навчальних заняттях складає 30 балів. Оцінювання видів навчальної діяльності здійснюється за шкалою «0», «1», «2», «3», «4», «5».

Критерії оцінювання діяльності здобувачів вищої освіти за окремими видами навчальних робіт, наведені у таблиці нижче.

Оцінювання окремих видів робіт

Методи контролю результатів навчання	Максимальна кількість балів та вимоги до їх накопичення
Творчі завдання (реферат, есе, схеми, презентації)	5 балів: 5 балів – завдання виконано згідно вимог, зміст відповідає темі, представлено широкий аналіз проблеми, 4 бали – завдання виконано згідно вимог, зміст відповідає темі, представлено широкий аналіз проблеми, але є деякі недоліки у тексті, - 3 бали – завдання виконано згідно вимог, зміст відповідає темі, представлено достатній аналіз проблеми, але є деякі недоліки у тексті, – 1-2 бали – зміст не відповідає темі, є багато недоліків, невідповідність вимогам щодо оформлення, плагіат. 0 балів – відповідь відсутня

Практико-орієнтовані завдання (проекти, ситуаційні завдання тощо)	5 балів: 5 балів – завдання виконано правильно і якісно, виявлено вміння студента застосовувати, творчо використовувати психологічні теоретичні знання на практиці, пов’язані з особливостями і засобами психологічної діяльності. Здобувач демонструє навички ефективної взаємодії, аргументує, переконує, приймає рішення, логічно формулює думку, відстоює власну позицію у процесі вирішення фахових завдань. 4 бали – завдання виконані в основному правильно, але неповно. В ході виконання завдань допускалися помилки, використані не всі необхідні методи аналізу та узагальнення матеріалу. Здобувач демонструє навички взаємодії, аналізує, аргументує, логічно формулює, демонструє приклади, роблячи вибір, намагається, але не завжди вміє відстояти власну позицію у процесі вирішення фахових завдань. 3 бали – завдання виконані неповно та на низькому рівні. У ході виконання завдань допускалися помилки, використані не всі необхідні методи аналізу та узагальнення матеріалу. Здобувач демонструє навички взаємодії, обговорює, формулює, демонструє думку, роблячи вибір, не завжди вміє переконати, відстояти власну, віддають перевагу позиції інших у процесі вирішення фахових завдань. 1-2 бали – завдання виконані неповно з помилками. Здобувач розглядає, розпізнає, описує в загальних рисах, але не визначає зв’язки між закономірностями, особливостями розвитку і функціонуванням психічних явищ в контексті професійних завдань. – 0 балів – відповідь відсутня
--	--

Згідно Положення про бально-накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачами вищої освіти у Мелітопольському державному педагогічному університеті імені Богдана Хмельницького самостійна робота є видом навчальної діяльності здобувача, яка підлягає оцінюванню. Викладачем за освітнім компонентом визначено 4 види самостійної роботи (згідно орієнтовного переліку видів діяльності здобувача, які дозволяють продемонструвати досягнення результатів навчання, наведених в Положенні). Максимальна сумарна кількість балів при оцінюванні самостійної роботи здобувачів складає 30 балів.

Освітнім компонентом також передбачено проходження навчальної практики, загальний бал (ЗБ) рахується за формулою: $ЗБ = (ЗБ_{ОК} + НП) / 2$, де ЗБ ОК = 100 балів; НП = 100 балів. Отриманий результат і буде показником загального балу (ЗБ).

Підсумковим контролем на освітньому компоненті Педагогіка з навчальною практикою є письмовий екзамен, на його складання надається 40 балів. Екзаменаційний білет включає 2 теоретичних питання (по 10 балів за відповідь на 1 питання) та 20 тестових завдань (по 1 балу за відповідь) з усіх тем, які входять до програми освітнього компоненту. Критерії оцінювання підсумкового контролю подано нижче:

Характеристика критеріїв оцінювання знань	Якісна шкала	За 40 бальною шкалою
Високий рівень Характеризується глибокими, міцними, узагальненими, системними знаннями – з предмета, уміннями застосувати знання, творча, навчальна діяльність має дослідницький характер, позначена уміннями самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особистісну позицію.	Відмінно	36-40
Високий рівень Характеризується глибокими і міцними знаннями – з предмета, уміннями застосувати знання, творча, навчальна діяльність має частково дослідницький характер, позначена уміннями самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особистісну позицію.	Добре	33-35
Достатній рівень Характеризується знаннями суттєвих ознак, понять, явищ, закономірностей, зв'язків між ними. Студент самостійно засвоює знання у стандартних ситуаціях, володіє розумовими операціями (аналізом, синтезом, узагальненням, порівнянням, абстрагуванням), уміє робити висновки, виправляти допущені помилки.	Добре	30-32
Середній рівень Знання неповні, поверхневі. Студент відновлює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки. Здатний вирішувати завдання за зразком. Володіє елементарними вміннями навчальної діяльності.	Задовільно	27-29
Початковий рівень Відповідь студента при відтворенні навчального матеріалу елементарна, фрагментарна, обумовлюється початковим уявленням про предмет вивчення.	Задовільно	24-26
Незнання значної частини навчального матеріалу, суттєві помилки у відповідях на питання, невміння застосувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач.	Не зараховано (з можливістю повторного складання екзамену)	21-23

Незнання значної частини навчального матеріалу, суттєві помилки у відповідях на питання, не вміння орієнтуватись при виконанні практичних задач, незнання основних фундаментальних положень	Не зараховано (з обов'язковим повторним вивченням освітнього компонента)	1-20
---	---	------

Оцінювання результатів навчання в Університеті здійснюється відповідно до 100-бальної шкали:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		Для екзамену, курсового проєкту (роботи), практики, диференційований залік	Для заліку
90-100	A	Відмінно	Зараховано
82-89	B	Добре	
74-81	C		
64-73	D	Задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Незараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням освітнього компонента	Незараховано з обов’язковим повторним вивченням освітнього компонента

Порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті

(відповідно Положення про порядок визнання результатів навчання у процесі неформальної освіти в Мелітопольському державному педагогічному університеті імені Богдана Хмельницького <http://surl.li/lgwzd>)

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, регулюється Положенням про порядок визнання результатів навчання у процесі неформальної освіти в Мелітопольському державному педагогічному університеті імені Богдана Хмельницького <http://surl.li/lgwzd>, розміщеного на офіційному сайті Університету.

З даним Положенням здобувачів знайомлять куратор ECTS, гарант освітньої програми, НПП, які викладають на ОП.

Також інформація щодо перезарахування результатів навчання, отриманих у неформальній освіті розміщується на офіційній сторінці кафедри, включаючи зразок заяви для визнання результатів такого навчання і рекомендованих онлайн-ресурсів для неформальної освіти.

Викладачами освітньої програми здійснюється моніторинг сертифікаційних програм, курсів на онлайн-платформах та в офлайн-режимі з метою надання здобувачам вищої освіти актуальної інформації про підвищення рівня професійної підготовки та можливого перезарахування результатів, отриманих у неформальній освіті. Такі рекомендації надаються здобувачам на сторінці освітнього компоненту на ЦОДТ, а також в Telegram-групах.

9. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Бізнес-стратегії в готельно-ресторанному господарстві : опорний конспект лекцій / уклад. Ю. С. Синиця. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2021. 52 с. URL: <http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/8886/1/K.L.Synytsia.pdf>
2. Д'яконова А., Тришин Ф., Тітомир Л., Коротич О. Інноваційні напрямки розвитку закладів готельного господарства. Food Industry Economics = Економіка харчової промисловості. 2021. Вип. 13 (1).
3. Джеджула О. М., Волонтир Л. О. Діджиталізація як основний фактор розвитку індустрії гостинності у країнах Євросоюзу. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2021. № 3. С. 194-210. DOI: 10.37128/2411-4413-2021-3-13. URL: <http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/29409.pdf>
4. Естетичне оформлення готелів. Конспект лекцій. Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа / Уклад. : Митник С. І. – К. : НМЦ «Укоопосвіта», 2018. – 62 с. <http://nkkep.com/wp-content/uploads/2022/03/KL-Estety-chne-oformlennya-goteliv-GRS.pdf>
5. Зінченко В. Особливості бізнес-планування в сфері обслуговування. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2019. Вип. 2 (2). С. 284–291. <https://doi.org/10.31866/2616-7468.2.2.2019.188213> URL: <http://restauranthotel.knukim.edu.ua/article/view/188213/188256>
6. Мазаракі А.А., Ільченко Н.Б. Мерчандайзинг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 292 с.
7. Опорний конспект лекцій «Мерчандайзинг» [Електронний ресурс] / Укладачі : М. С. Одарченко, Є. Б. Соколова, Л. І. Тренбач. – Електрон. дані. Х. : ХДУХТ, 2019. 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана. https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/662057/mod_resource/content/1/%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D0%B9%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%B3.pdf
8. Опорний конспект лекцій із дисципліни «Мерчандайзинг» за освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» / О. П. Бурліцька – Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2019 р. – 89 с. <https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/29439/1/%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%87%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D0%B9%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%B3%202019%20%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9.pdf>

Допоміжна

1. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник. 7-ме вид. К. : Лібра, 2010. 720 с.
2. Іщенко І. Т., Лазоренко Н. П. Мерчандайзинг в ресторанному господарстві URL:<http://library.nuft.edu.ua/ebook/file/43.27.pdf>
3. Кириченко К. Війна за сантиметри. Переваги аутсорінга мерчандайзингу. *Нова торгівля*. 2005. № 8. С. 28–32.

4. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг. Київ: «Знання», 2009. 310с.
5. Мерчандайзинг: Сб.статей по теорії і практиці мерчандайзинга /Под общ. Ред.. Е.В. Ромата. Харьков: Студцентр, 2003. 264с.
6. 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).
7. Ординський І. Азбука мерчандайзинга. [URL:http://mark-info.ua](http://mark-info.ua)
8. Подлепіна П. О. Підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності. *Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети* : матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції. Х. : ХНУ імені В. Н Каразіна. С. 214-216.
9. Про захист прав споживачів : Закон України № 3161-IV (3161-15) від 01.12.2005 // Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 30. – С. 7, ст. 84.
10. Про заходи щодо підвищення якості вітчизняної продукції : Указ Президента України від 23 лютого 2001 року № 113
11. 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
12. Скибінський С. В. Маркетинг : підручник. Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2000. Ч. 1. 640 с.
13. Смит П.Р. Маркетинговые коммуникации. Комплексный подход.- К: Знання-прес, 2003. 796с.
14. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг кредитномодульний курс : навч. посіб. / Тягунова Н. М., Лісіца В. В., Іванов Ю. В. К. : Центр учбової л-ри, 2014. 332 с.
15. Червак Р. Мерчандайзинг: искусство тореадора / Р.Червак, В.Бандарук, Л.Синило. К.: Из-во А.Капусти, 2003. 306с
16. Шамара І. М. Тенденції розвитку ресторанного господарства як складової туристичної галузі України. *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. Х. : ХНУ. 2013. №. 1042. С. 151-153.
17. Шевченко О. Мерчандайзинг у ресторанному господарстві. URL: [http:// tr.knteu.kiev.ua/files/2008/05/9.pdf](http://tr.knteu.kiev.ua/files/2008/05/9.pdf)
18. Круковська О. В. Нові організаційноекономічні засади управління послугами в індустрії гостинності на рівні підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Агросвіт*. 2022. № 3. С. 70-76. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3575&i=8>.

10. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ

1. Законодавчий портал Уряду України zakon.rada.gov.ua. - Всі документи - Верховна Рада України
2. <http://www.dffd.gov.ua/> – офіційний сайт Державного Фонду фундаментальних досліджень України
3. <http://www.ukrstat.gov.ua/> - офіційний сайт Держкомстату України
4. <http://prohotelia.com.ua> – сайт аналітичних публікацій по проблемам гостинності.
5. <http://www.tourism.gov.ua/> - сайт Державної туристичної Адміністрації.
6. <http://www.ukrbiz.net>. – сайт Бізнес в Україні.
7. <http://www.nbu.gov.ua>. - сайт Наукова бібліотека ім.Вернадського.
8. www.ebrd.com - Європейський банк реконструкції та розвитку.
9. www.icps.kiev.ua - Міжнародний центр перспективних досліджень.
10. www.ics.org.ua-Інститут конкурентного суспільства.
11. www.invest.delovoy.com-Інвестиційний експерт.
12. www.mavica.ra - Багатомовний пошуковий каталог

13. <http://icps.com.ua/> – Міжнародний центр перспективних досліджень.
14. <https://www.wttc.org/> – Всесвітня рада з туризму та подорожей.
15. <http://www2.unwto.org/> – Всесвітня туристична організація.
16. <https://etc-corporate.org/> – Європейська туристична комісія.
17. <http://www.tau.org.ua/> – Туристична асоціація України.
18. <https://uata.com.ua/> – Українська Асоціація туристичних агенцій.
19. <http://altu.com.ua/Altu/About/> – Асоціація лідерів тур бізнесу України