

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-19.09- 05.01/**00.1/Б/ВКХ- 01-2026
	Випуск ___	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 33 / 1

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету
бізнесу та сфер обслуговування

28 серпня 2025 р., протокол № 7

Голова Вченої ради

Галина ТАРАСЮК



РОБОЧА ПРОГРАМА

вибіркової навчальної дисципліни

«МЕРЧАНДАЙЗИНГ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ»

Схвалено на засіданні кафедри
туризму та готельно-ресторанної
справи

26 серпня 2025 р., протокол №5

Завідувач кафедри

Альона КЛИМЧУК

Розробник: к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Віталіна КАЛЕНСЬКА

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/***/00.1/Б/ВКХ- 01-2026
	<i>Випуск 1</i>	<i>Зміни 0</i>	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 16 / 1</i>

Робоча програма вибіркової навчальної дисципліни фахової підготовки «Мерчандайзинг в готельно-ресторанному господарстві» затверджена Вченою радою факультету бізнесу та сфери обслуговування від 27 серпня 2024 р., протокол № 9.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/***/00.1/Б/ВКХ- 01-2026
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 2

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів - 4	Вибіркова	
Модулів – 1	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2	2-й, 3-й	-
	Семестр	
Загальна кількість годин – 120	4-й, 6-й	-
	Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних - 4 самостійної роботи – 2,2	32 год.	-
	Практичні	
	32 год.	-
	Лабораторні	
	-	-
	Самостійна робота	
	56 год.	-
Вид контролю: залік		

Частка аудиторних занять і частка самостійної та індивідуальної роботи у загальному обсязі годин з навчальної дисципліни становить:

для денної форми навчання – 53,3 % аудиторних занять, 46,7 % самостійної та індивідуальної роботи;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/***/00.1/Б/ВКХ- 01-2026
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 3

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Мерчандайзинг в готельно-ресторанному господарстві» є формування у студентів системи знань і практичних навичок щодо організації та управління процесами презентації товарів і послуг, оптимального розміщення продукції, створення привабливого середовища для гостей і споживачів у закладах готельно-ресторанного господарства, що сприяє підвищенню ефективності продажів, конкурентоспроможності підприємства та розвитку професійних компетентностей здобувачів вищої освіти.

Дисципліна «Мерчандайзинг в готельно-ресторанному господарстві» розкриває і визначає наступні напрями інноваційного розвитку:

- використання сучасних підходів до мерчандайзингу в готельно-ресторанному господарстві з метою підвищення рівня продажів та задоволення потреб споживачів;
- розробка ефективних стратегій викладки товарів, оформлення вітрин, меню та торговельних зон у закладах готельно-ресторанного бізнесу;
- використання маркетингових інструментів і візуальних комунікацій для формування позитивного іміджу закладу та залучення клієнтів;
- аналіз впливу сучасних тенденцій споживчої поведінки на організацію торговельного простору і презентацію продукції.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- формування знань щодо принципів організації мерчандайзингу у готельно-ресторанному господарстві;
- вивчення методів ефективного розміщення та презентації товарів і послуг у торговельних і сервісних зонах;
- аналіз та впровадження сучасних технологій мерчандайзингу для підвищення ефективності діяльності закладів готельно-ресторанного бізнесу;
- організація привабливого торговельного середовища та управління поведінкою споживачів у закладах готельно-ресторанного господарства.

Під час вивчення навчальної дисципліни студенти зможуть отримати наступні Soft skills:

- *комунікативні навички*: письмове, вербальне та невербальне спілкування.
- *презентаційні навички*: вміння публічно та професійно презентувати власні ідеї та проекти.
- *гнучкість і адаптивність*: здатність адаптуватися до змін в цифровому середовищі та вирішувати проблеми.
- критичне мислення і творчий підхід до вирішення завдань.
- етичність та повага до стандартів професійної діяльності в галузі туризму та готельно-ресторанного бізнесу.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09-05.01/***/00.1/Б/ВКХ-01-2026
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 4

3. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

Теоретичні основи мерчандайзингу та поведінка споживачів у готельно-ресторанному господарстві

Тема 1. Поняття мерчандайзингу і його роль у готельно-ресторанному господарстві

Розкриває сутність мерчандайзингу як системи методів і інструментів, спрямованих на ефективну презентацію товарів і послуг, стимулювання попиту та підвищення продажів. У готельно-ресторанному господарстві мерчандайзинг охоплює оформлення торговельних та сервісних зон, організацію простору закладу, презентацію меню, продукції та послуг. Ефективне застосування мерчандайзингу сприяє формуванню позитивного іміджу закладу, підвищує задоволеність клієнтів та конкурентоспроможність підприємства.

Тема 2. Теоретичні засади мерчандайзингу

Охоплює основні принципи, методи та концепції мерчандайзингу, які застосовуються в сучасному бізнесі. Розглядаються маркетингові інструменти, що впливають на формування попиту та поведінку споживачів. Особлива увага приділяється ролі візуального представлення продукції, організації простору, використанню кольору, освітлення та інших елементів, що формують привабливість закладу для відвідувачів.

Тема 3. Мерчандайзингові підходи до формування концепції та управління закладом готельно-ресторанного господарства

Розглядає використання мерчандайзингових інструментів при формуванні концепції ресторану або готелю. До них належать дизайн інтер'єру, розміщення торговельних зон, презентація продукції та послуг, а також організація атмосфери закладу. Ефективний мерчандайзинг допомагає створити унікальний стиль підприємства, що сприяє залученню клієнтів та підвищенню їхньої лояльності.

Тема 4. Керування поведінкою відвідувачів на основі сприйняття та відчуття

Розкриває психологічні аспекти поведінки споживачів у закладах готельно-ресторанного господарства. Розглядається вплив кольору, музики, запахів, освітлення та оформлення інтер'єру на емоційний стан відвідувачів. Застосування цих факторів дозволяє формувати позитивні враження клієнтів, стимулювати їх до повторного відвідування закладу та збільшення обсягу споживання послуг.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09-05.01/***/00.1/Б/ВКХ-01-2026
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 5

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.

Практичні аспекти мерчандайзингу та обслуговування клієнтів

Тема 5. Особливості та функції викладення продукції

Розглядає значення правильного розміщення товарів і продукції у закладах ресторанного господарства. Викладення продукції має забезпечувати зручність для споживачів, підвищувати привабливість товарів та сприяти збільшенню продажів. Особлива увага приділяється використанню різних видів викладки, оформленню вітрин, барних зон, шведських столів та демонстраційних зон.

Тема 6. Основні принципи і правила викладення продукції

Охоплює ключові правила ефективної викладки товарів і продукції. До них належать принципи логічного розміщення, доступності, привабливості та системності. Правильна організація викладки сприяє зручності вибору для клієнтів, формує позитивне сприйняття продукції та стимулює додаткові покупки.

Тема 7. Мерчандайзинговий підхід до викладення товарів на підприємствах ресторанного господарства

Розкриває особливості застосування мерчандайзингу в ресторанах, кафе, барах та інших закладах харчування. Розглядаються способи презентації продукції, використання рекламних матеріалів, меню-дисплеїв, спеціальних пропозицій та акцій. Мерчандайзинговий підхід дозволяє ефективно управляти попитом та підвищувати прибутковість підприємства.

Тема 8. Обслуговування клієнта на підприємствах ресторанного господарства

Охоплює організацію процесу обслуговування клієнтів як важливий елемент мерчандайзингу. Розглядаються стандарти сервісу, комунікація з гостями, створення комфортної атмосфери та формування позитивного досвіду відвідування закладу. Якісне обслуговування сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів, формує лояльність та позитивну репутацію закладу.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09-05.01/***/00.1/Б/ВКХ-01-2026
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 6

4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Змістові модулі і теми	Кількість годин							
	денна форма				заочна форма			
	усього	лекції	практичні	самостійна робота	усього	лекції	практичні	самостійна робота
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.								
Теоретичні основи мерчандайзингу та поведінка споживачів у готельно-ресторанному господарстві								
Тема 1. Поняття мерчандайзингу і його роль у готельно-ресторанному господарстві	15	4	4	8	-	-	-	-
Тема 2. Теоретичні засади мерчандайзингу	15	4	4	8	-	-	-	-
Тема 3. Мерчандайзингові підходи до формування концепції та управління закладом готельно-ресторанного господарства	15	4	4	8	-	-	-	-
Тема 4. Керування поведінкою відвідувачів на основі сприйняття та відчуття	15	4	4	8	-	-	-	-
<i>Разом змістовий модуль 1</i>	60	16	16	32	-	-	-	-
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.								
Практичні аспекти мерчандайзингу та обслуговування клієнтів								
Тема 5. Особливості та функції викладення продукції	15	4	4	8	-	-	-	-
Тема 6. Основні принципи і правила викладення продукції	15	4	4	5	-	-	-	-
Тема 7. Мерчандайзинговий підхід до викладення товарів на підприємствах ресторанного господарства	15	4	4	5	-	-	-	-
Тема 8. Обслуговування клієнта на підприємствах ресторанного господарства	15	4	4	6	-	-	-	-
<i>Разом змістовний модуль 2</i>	60	16	16	24	-	-	-	-
ВСЬОГО	120	32	32	56	-	-	-	-

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09-05.01/***/00.1/Б/ВКХ-01-2026
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 7

5. Теми практичних (лабораторних) занять Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Тема 1. Поняття мерчандайзингу і його роль у готельно-ресторанному господарстві	4	-
2	Тема 2. Теоретичні засади мерчандайзингу	4	-
3	Тема 3. Мерчандайзингові підходи до формування концепції та управління закладом готельно-ресторанного господарства	4	-
4	Тема 4. Керування поведінкою відвідувачів на основі сприйняття та відчуття	4	-
5	Тема 5. Особливості та функції викладення продукції	4	-
6	Тема 6. Основні принципи і правила викладення продукції	4	-
7	Тема 7. Мерчандайзинговий підхід до викладення товарів на підприємствах ресторанного господарства	4	-
8	Тема 8. Обслуговування клієнта на підприємствах ресторанного господарства	4	-
	Разом	32	-

6. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	2	3
1	Яка роль мерчандайзингу у формуванні конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного господарства?	8
2	Які основні принципи організації торговельного простору у закладах ресторанного господарства?	8
3	Як мерчандайзинг впливає на поведінку споживачів у ресторанах та	8

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09-05.01/***/00.1/Б/ВКХ-01-2026
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 8

	кафе?	
4	Які особливості викладення продукції у закладах ресторанного господарства?	8
5	Які сучасні тенденції мерчандайзингу використовуються у ресторанному та готельному бізнесі?	8
6	Які помилки можуть виникати при організації викладки продукції та оформленні торговельного простору?	5
7	Які ризики пов'язані з онлайн-комунікаціями в готельному та ресторанному бізнесі?	5
8	Як оцінювати ефективність використання мерчандайзингових технологій у готельно-ресторанному господарстві?	6
Всього		56

7. Індивідуальні завдання

Підготувати доповідь з презентацією за однією із наведених тем:

1. Аналіз використання мерчандайзингу у відомому ресторані або готелі.
2. Роль мерчандайзингу у формуванні іміджу закладу готельно-ресторанного господарства.
3. Дослідження впливу інтер'єру закладу на поведінку відвідувачів.
4. Розробка концепції мерчандайзингу для ресторану або кафе.
5. Особливості організації викладки продукції у ресторанах швидкого обслуговування.
6. Аналіз ролі кольору та освітлення у формуванні атмосфери ресторану.
7. Розробка схеми розміщення продукції у барній або торговельній зоні ресторану.
8. Вплив музичного супроводу та ароматів на поведінку споживачів у закладах ресторанного господарства.
9. Порівняльний аналіз мерчандайзингових стратегій різних мереж ресторанів.
10. Роль меню як інструменту мерчандайзингу в ресторані.
11. Використання POS-матеріалів у просуванні продукції в закладах ресторанного господарства.
12. Сучасні тенденції мерчандайзингу у сфері гостинності.
13. Аналіз ефективності викладки продукції на шведській лінії або фуршетному столі.
14. Розробка дизайну вітрини або демонстраційної зони для ресторану чи кафе.
15. Вплив мерчандайзингу на підвищення рівня продажів у ресторанах.
16. Аналіз поведінки клієнтів у торговельному просторі ресторану.
17. Використання маркетингових прийомів у оформленні ресторанного простору.
18. Мерчандайзинг як інструмент підвищення лояльності клієнтів у ресторанному

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/***/00.1/Б/ВКХ- 01-2026
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 9

бізнесі.

19. Етичні аспекти використання мерчандайзингових технологій у сфері гостинності.
20. Дослідження ролі атмосфери закладу у формуванні позитивного досвіду клієнтів.

8. Методи навчання

У процесі вивчення дисципліни «Мерчандайзинг в готельно-ресторанному господарстві» застосовуються наступні методи навчання:

- лекції;
- практичні заняття у їх різноманітних формах (бесіда з елементами дискусії, робота в малих групах, «мозковий штурм», ситуативний підхід, ділова гра, бесіда за «круглим столом»);
- стандартизовані тести та поточне опитування;
- презентація результатів виконаних завдань та досліджень;
- індивідуальні заняття під керівництвом викладача;
- самостійна робота студентів з літературою у бібліотеці, з Інтернет ресурсами тощо;
- індивідуальне завдання.

9. Методи контролю

Перевірка досягнення результатів навчання здійснюється з використанням наступних методів:

- Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання;
- Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань;
- Поточне тестування;
- Перевірка виконання індивідуальних завдань;
- Самооцінювання та взаємооцінювання;
- Залік.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09-05.01/***/00.1/Б/ВКХ-01-2026
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 10

10. Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти

Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Державному університеті «Житомирська політехніка» та розподілу балів, що наведений нижче.

Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни включає поточний та підсумковий контроль.

Поточний контроль проводиться для оцінювання рівня засвоєння знань, формування умінь і навичок здобувачів вищої освіти впродовж вивчення ними матеріалу модуля (змістових модулів) навчальної дисципліни. Поточний контроль здійснюється під час проведення навчальних занять.

Підсумковий контроль проводиться для підсумкового оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни. Підсумковий контроль здійснюється після завершення вивчення навчальної дисципліни. Підсумковий контроль проводиться у формі заліку. Процедура складання заліку визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Розподіл балів з навчальної дисципліни

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр	
	денна форма	заочна форма
Виконання завдань поточного контролю	100	-
Підсумкова семестрова оцінка	100	-

Розподіл балів за виконання завдань поточного контролю

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр	
	денна форма	заочна форма
Виконання завдань під час навчальних занять	80	—
Виконання та захист індивідуальних самостійних завдань	20	—
Виконання науково-дослідної роботи та інших видів робіт (додаткові – заохочувальні бали):		
1. Участь у студентських предметних олімпіадах, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт, грантах, науково-дослідних проектах	до 10	—
2. Підготовка наукових статей	до 10	
Разом за виконання завдань поточного контролю	100	—

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09-05.01/***/00.1/Б/ВКХ-01-2026
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 11

Розподіл балів за виконання завдань під час навчальних занять

Види робіт здобувача вищої освіти ¹	Кількість балів за семестр	
	денна форма	заочна форма
Відповіді (виступи) на заняттях	20	–
Участь у дискусії	10	–
Виконання поточних тестових завдань	30	–
Виконання та захист завдань	20	–
Разом за виконання завдань під час навчальних занять	80	–

З метою застосування цілих чисел для оцінювання результатів роботи здобувачів під час навчальних занять може використовуватися 100-бальна шкала оцінювання щодо кожного окремо виду робіт. Розрахунок загальної кількості балів, які здобувач може набрати за результатами роботи під час навчальних занять протягом семестру, проводиться за формулою:

$$P_{\text{НЗ}} = \sum(P_i \times \text{ВК}_i) \times K_{\text{НЗ}}, \quad (1)$$

де $P_{\text{НЗ}}$ – загальна кількість балів, набраних здобувачем за виконання завдань під час навчальних занять за семестр;

P_i – кількість набраних здобувачем балів за семестр за виконання i -го виду робіт під час навчальних занять (за 100-бальною шкалою);

ВК_i – ваговий коефіцієнт за виконання i -го виду робіт під час навчальних занять. Значення вагових коефіцієнтів розраховуються шляхом ділення кількості балів, яка передбачена за виконання окремого виду робіт під час навчальних занять, на сумарну кількість балів за виконання усіх видів робіт під час навчальних занять за семестр;

$K_{\text{НЗ}}$ – коригувальний коефіцієнт, який визначається шляхом ділення кількості балів, що передбачена за виконання завдань під час навчальних занять за семестр, на 100 балів.

Якщо здобувач вищої освіти набрав за поточний контроль 60 балів або більше, він може погодити дану оцінку в електронному кабінеті і вона стане семестровою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни.

Якщо здобувач вищої освіти під час вивчення навчальної дисципліни набрав 60 балів або більше і бажає покращити свій результат успішності, він проходить процедуру підсумкового контролю у формі заліку. За складання заліку здобувач вищої освіти може набрати 100 балів. Семестрова оцінка з навчальної дисципліни формується за результатами підсумкового контролю.

Здобувач вищої освіти допускається до процедури підсумкового контролю у формі заліку, якщо за виконання завдань поточного контролю набрав 50 балів або більше.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/***/00.1/Б/ВКХ- 01-2026
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 12

Якщо здобувач вищої освіти за результатами поточного контролю набрав 35–49 балів, він отримує право за власною заявою опанувати окремі теми (змістові модулі) навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми¹. Вивчення окремих складових навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми, здійснюється у вільний від занять здобувача вищої освіти час.

Якщо здобувач вищої освіти за результатами поточного контролю набрав від 0 до 34 балів (включно), він вважається таким, що не виконав вимоги робочої програми навчальної дисципліни та має академічну заборгованість. Здобувач вищої освіти отримує право за власною заявою опанувати навчальну дисципліну у наступному семестрі понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми¹.

Процедура надання додаткових освітніх послуг здобувачу вищої освіти з метою вивчення навчального матеріалу дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми, визначена у Положенні про надання додаткових освітніх послуг здобувачам вищої освіти в Державному університеті «Житомирська політехніка».

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках окремих тем навчальної дисципліни, здійснюється викладачем за зверненням здобувача вищої освіти та представленням документів, які підтверджують результати навчання (сертифікати, свідоцтва, скріншоти тощо). Рішення про визнання та оцінка за відповідну частину освітнього компонента приймається викладачем за результатами співбесіди зі здобувачем вищої освіти.

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках цілого освітнього компонента, здійснюється за процедурою, яка визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

¹ Положення щодо вивчення навчального матеріалу дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми, не поширюється на останній семестр навчання на всіх рівнях вищої освіти.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09-05.01/***/00.1/Б/ВКХ-01-2026
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 13

Шкала оцінювання

Шкала ЄКТС	Національна шкала	100-бальна шкала
A	Зараховано	90-100
B	Зараховано	82-89
C		74-81
D	Зараховано	64-73
E		60-63
FX	Не зараховано	35-59
F	Не зараховано	0-34

11. Глосарій

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
1	Мерчандайзинг	Merchandising
2	Торговельний простір	Retail Space
3	Викладка товарів	Product Display
4	Візуальний мерчандайзинг	Visual Merchandising
5	Поведінка споживача	Consumer Behavior
6	Атмосфера закладу	Store Atmosphere
7	Дизайн інтер'єру	Interior Design
8	Торговельне обладнання	Retail Equipment
9	Демонстраційна зона	Display Area
10	Вітрина	Showcase / Store Window
11	POS-матеріали	POS Materials (Point of Sale Materials)
12	Меню як інструмент продажу	Menu Engineering
13	Імпульсна покупка	Impulse Purchase
14	Стимулювання збуту	Sales Promotion
15	Зонування торговельного простору	Store Zoning
16	Планограма	Planogram
17	Викладка продукції	Product Placement
18	Шведський стіл	Buffet
19	Стандарти обслуговування	Service Standards
20	Лояльність клієнтів	Customer Loyalty
21	Концепція закладу	Business Concept
22	Оформлення торговельного залу	Sales Floor Design

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09-05.01/***/00.1/Б/ВКХ-01-2026
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 16 / 14

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
23	Ресторанний сервіс	Restaurant Service
24	Просування продукції	Product Promotion
25	Клієнт	Client

12. Рекомендована література

Основна література

1. Мельник І. М., Хомяк Ю. М. Мерчандайзинг : навчальний посібник. Київ : Знання, 2019. 310 с.
2. Балабанова Л. В., Савельєва О. П. Маркетинг у підприємствах сфери послуг : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 312 с.
3. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг-менеджмент. Київ : Хімджест, 2021. 720 с.
4. Бойко М. Г., Охріменко А. Г. Маркетинг у туризмі та готельно-ресторанному бізнесі : підручник. Київ : Київський національний торговельно-економічний університет, 2020. 328 с.
5. П'ятницька Г. Т., П'ятницький Н. О. Організація ресторанного господарства : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 584 с.

Допоміжна

1. Ілляшенко С. М. Маркетинг інновацій : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 336 с.
2. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2019. 380 с.
3. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник. Київ : Лібра, 2018. 720 с.
4. Босовська М. В. Економіка та організація ресторанного господарства : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 400 с.
5. Крикавський Є. В., Дейнега І. О. Маркетингова діяльність підприємства : навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2020. 256 с.
6. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства : підручник. Київ : КНТЕУ, 2019. 800 с.
7. Окландер М. А. Маркетинг : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 296 с.
8. Данько Т. П. Управління продажами : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2021. 340 с.
9. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 612 с.

13. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. <https://prometheus.org.ua> – платформа масових онлайн-курсів з маркетингу, менеджменту та підприємництва.
2. <https://www.coursera.org> – міжнародна освітня платформа з курсами з маркетингу, hospitality management та управління бізнесом.
3. <https://www.edx.org> – онлайн-курси провідних університетів світу з маркетингу

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/***/00.1/Б/ВКХ- 01-2026
	<i>Випуск 1</i>	<i>Зміни 0</i>	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 16 / 15</i>

та менеджменту.

4. <https://hbr.org> – аналітичні матеріали Harvard Business Review з маркетингу, поведінки споживачів та управління бізнесом.
5. <https://www.marketingweek.com> – професійні статті та дослідження з маркетингу та мерчандайзингу.