

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

**Кафедра маркетингу та реклами**

**СИЛАБУС**

**МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ / SERVICE MARKETING**

<b>Інформація про викладача</b>	
Викладач	Середницька Людмила Петрівна
Науковий ступінь	-
Вчене звання	-
Посада	Старший викладач
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Соборна, 87, каб.28
Контактний телефон	( 0432)55-04-02
Е-mail:	serednuzka@gmail.com; serednuzka@vtei.com.ua
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	<a href="http://sun.vtei.com.ua/course/view.php?id=76">http://sun.vtei.com.ua/course/view.php?id=76</a>
Консультації	Відповідно до графіку індивідуальних консультацій: Понеділок, п'ятниця 10-00 – 15-00 за адресою кафедри маркетингу та реклами. Також можливі консультації шляхом листування через електронну пошту, зокрема, що стосується погодження планів та змісту наукових робіт, індивідуальних науково-дослідних завдань тощо.
<b>Інформація про дисципліну</b>	
Освітній ступінь	-
Галузь знань	Для усіх галузей знань
Спеціальність	Для усіх спеціальностей
Освітня програма	-
Навчальний рік	2022-2023
Семестр	-
Факультет	-
Курс	-
Групи	-
Анотація курсу	Дисципліна «Маркетинг послуг» направлена на формування у здобувачів необхідних теоретичних знань та практичних навичок у сфері розробки та впровадження маркетинг послугу. Метою вивчення дисципліни «Маркетинг послуг» є підготовка здобувачів вищої освіти до рівня, за допомогою якого вони здатні оволодіти методами вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку послуг і розробляти, виходячи з цього, стратегію розвитку операцій підприємств, які виробляють або продають послуги. Завданням дисципліни «Маркетинг послуг» у здобувачів вищої освіти є розумінні та вивченні комплексу питань, що розкривають зміст та особливості маркетингу у сфері послуг. Особлива увага приділяється ринку послуг, його сегментації, дослідженню та маркетинговій стратегії на ринку послуг, питанням ціноутворення, продажу послуг, комунікації та стимулюванню їх.
Мова викладання	Українська
<b>Місце дисципліни в освітній програмі</b>	
Освітня програма (ОП)	-
Перелік компетентностей	- здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання з маркетингу сфери послуг; - здатність використовувати теоретичні положення маркетингу послуг

	<p>для прогнозування явищ і процесів маркетингового середовища;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу послуг;</li> <li>- здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу сфери послуг;</li> <li>- здатність проводити маркетингові дослідження маркетингу сфери послуг;</li> <li>- здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку ринку послуг в умовах невизначеності;</li> <li>- здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності сфери послуг;</li> <li>- здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринку послуг;</li> <li>- здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу послуг;</li> <li>- здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності сфери послуг.</li> </ul>
Перелік програмних результатів навчання	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності у сфері послуг;</li> <li>- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу послуг;</li> <li>- застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності суб'єкта ринку послуг,</li> <li>- оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень на ринку послуг;</li> <li>- відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи у сфері маркетингу послуг; виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення у сфері послуг;</li> <li>- відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки у сфері послуг;</li> <li>- демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами;</li> <li>- демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей у професійній маркетинговій діяльності на ринку послуг.</li> </ul>
Пререквізити дисципліни	-

### Тематичний план та оцінювання результатів навчання

	Назва теми	Кількість годин			Форми контролю	
		Усього годин / кредитів	з них			
			лекції	практичні заняття		самостійна робота
Тематичний план (схема вивчення курсу)	Тема 1. Сутність та становлення маркетингу послуг	22	4	4	14	УО, Т,Р, ПО, СУН, ІЗ.
	Тема 2. Роль сфери послуг та практика її державного регулювання.	22	4	4	14	УО, Т,Р, ПО, СУН, ІЗ,ДК.
	Тема 3. Асортиментна політика підприємств сфери послуг	20	4	4	12	УО, Т,Р, ПО, СУН, ІЗ,ДК.
	Тема 4. Цінова політика підприємства	20	4	4	12	УО, Т,Р, ПО, ІЗ,ДК, СУН.
	Тема 5. Політика просування на ринок та розповсюдження послуг – складові маркетингу-	20	4	4	12	УО, Т,Р, ПО, СУН, ІЗ,ДК.

	мікс					
	Тема 6. Інноваційна політика підприємства сфери послуг	20	4	4	12	УО, Т,Р, ПО, ІЗ,ДК.
	Тема 7. Позиціонування послуг підприємствами на ринку	18	4	2	12	УО, Т,Р, ПО, СУН, ІЗ,ДК.
	Тема 8. Планування маркетингу та організація надання конкурентно-спроможних послуг	20	4	4	12	УО, Т,Р, СУН, ПО,ІЗ.
	Тема 9. Конкурентні сили та споживчі ризики на ринку послуг	18	2	4	12	УО, Т,Р, ПО, СУН, ІЗ,ДК.
	Разом за семестр	180/6	34	34	112	
	Підсумковий контроль – екзамен					
	<b>Умовні позначення:</b> УО – усне опитування; ІЗ – індивідуальне завдання; ПО – письмове опитування; СУН – система управління навчанням moodle; Т – тестування; ДК – розрахунки та дослідження з використанням Р – реферат;					
Поточний контроль / критерії оцінювання	<p>1. За кожне практичне заняття – 4 бали. (17 занять * 4 бали = 68 балів)</p> <p>2. Самостійна робота студента – 32 бали. Разом за семестр – 100 балів.</p> <p>На практичному занятті оцінюється (4 бали):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- усна/письмова відповідь студента – 1 бал;</li> <li>- правильність розрахунків при розв'язанні ситуаційних завдань – 2 бали;</li> <li>- оформлення відповіді (звіту) та його захист – 1 бал.</li> </ul> <p>Оцінювання самостійної роботи студента (32 бали):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- підготовка наукових публікацій та участь з доповідями на наукових конференціях, семінарах (10 балів);</li> <li>- виконання та презентація індивідуального завдання (14 балів);</li> <li>- робота в системі дистанційної освіти MOODLE – 8 балів.</li> </ul>					
Основні літературні та інформаційні джерела	<p>1. Іванова Л. О. <i>Маркетинг послуг : навч. посіб. Львів «Магнолія2006», 2019. 508 с.</i></p> <p>2. Ткаченко Л.В. <i>Маркетинг послуг. Підручник. К. Центр навч. л-ри, 2018. 192 с.</i></p> <p>3. Поліщук І.І., Коновал В.В., Середницька Л.П. <i>Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку. Монографія. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 284 с.</i></p> <p>4. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. <i>Маркетинг : Навчальний посібник. Вінниця : ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 292 с.</i></p>					
<b>Політика дисципліни</b>						
Організація навчання	Організація навчання здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти у ВТЕІ КНТЕУ. Викладання курсу передбачає поєднання традиційних форм аудиторного та самостійного навчання, з елементами електронного навчання, в якому використовуються спеціальні інформаційні технології, такі як систем а управління навчання «MOODLE»; платформа: PROMETHEUS; платформа: COURSERA; інтерактивні елементи; онлайн консультування тощо. Під час сесії формат очний (offline/Face to face).					
Відпрацювання пропусків занять	Пропущені лекційні та практичні заняття студент повинен відпрацювати під час індивідуально-консультативної роботи з викладачем. Студент, який бажає відпрацювати пропущене заняття, повинен мати					

	<p>при собі:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- допуск з деканату на відпрацювання пропущеного заняття;</li> <li>- конспект, в якому міститься домашня робота за відповідною темою; у СУН «MOODLE» з дисципліни «Маркетинг послуг».</li> </ul> <p>Завершальним етапом відпрацювання пропущеного заняття є усне опитування студента по даній темі.</p>
Допуск до підсумкового контролю	<p>Підсумкове оцінювання результатів навчання студента здійснюється у формі екзамену.</p> <p>Умови допуску до підсумкового контролю:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- мінімальна кількість балів, яку повинен набрати студент-35;</li> <li>- відпрацювати усі пропущені заняття;</li> <li>- не мати академічної заборгованості за попередній семестр.</li> </ul>
Академічна доброчесність	<p>Для забезпечення академічної доброчесності студентам необхідно дотримуватися Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними та здобувачами освіти ВТЕІ КНТЕУ. Доступна за посиланням: <a href="http://www.vtei.com.ua/doc/2019/ud/pol/2.pdf">http://www.vtei.com.ua/doc/2019/ud/pol/2.pdf</a>.</p> <p>Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 12%.</p> <p>Списування під час екзаменів заборонені ( в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.</p>
Інші складові політики дисципліни	<p>Усі завдання з дисципліни «Маркетинг послуг» мають бути виконані у встановлений термін.</p> <p>Різні моделі роботи на практичних заняттях (індивідуальна, в парах, в мікро-групах, групах) над вирішенням завдань дають можливість студентам якнайширше розкрити свій власний потенціал, навчитись довіряти своїм партнерам, розвинути навички інтелектуальної роботи в команді.</p> <p>Дисципліна «Маркетинг послуг» передбачає інтенсивне використання інформаційних технологій навчання, що дають можливість студентам та викладачу спілкуватись один з одним у будь-який зручний для них час, а для студентів , які відсутні на заняттях-отримати необхідну навчальну інформацію та представити виконані завдання.</p> <p>Протягом усього курсу активно розвиваються автономні навички студентів, які можуть підготувати додаткову інформацію за темою, що не увійшла до переліку тем практичних занять та виступити з презентацією чи доповіддю додатково (оцінюється окремо).</p>

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу та реклами 02.11.2021 №16

Науково-педагогічний працівник

Завідувач кафедри



Людмила СЕРЕДНИЦЬКА

Ірина ПОЛЩУК