


СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова факультетська навчальна дисципліна
Курс, семестр	2 курс, 2 семестр.
Трудовітність	Загальна кількість годин – 120 год. Кількість кредитів – 4.
Мова(и) викладання	державна
ННІ кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	 <p>Викладач: Майборода Олена, к.е.н., доцент кафедри Контакти: ауд. 472 (навчальний корпус № 4) olena.mayboroda@pdaa.edu.ua сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/mayboroda-olena-viktorivna</p>
Мета вивчення навчальної дисципліни	надання здобувачам вищої освіти широких теоретичних, практичних знань і вмінь щодо маркетингу в сфері надання послуг; набуття системних знань і навичок щодо забезпечення ефективності маркетингової діяльності в сфері послуг.
Компетентності	<p>Загальні:</p> <p>ЗК 1. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях</p> <p>ЗК 3. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>Спеціальні (фахові):</p> <p>ФК 1. Здатність розробляти маркетингові програми та готувати проекти угод з надання послуг (юридичних, банківських, дослідних, транспортних та інших) підприємству інститутами ринку.</p> <p>ФК 2. Здатність брати участь в розробці, позиціонуванні і запуску нових видів послуг на ринок на основі технологій управління асортиментом.</p> <p>ФК 3. Володіти навичками макетування послуг з врахуванням особливостей формування комплексу маркетингу.</p>
Результати навчання	<p>ПР 1. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p>

	<p>ПР 2. Виконувати економічні розрахунки, пов'язані з попереднім, поточним та завершальним контролем маркетингової діяльності суб'єктів ринку послуг для обґрунтування ефективності як надання послуг, так й функціонування на ринку.</p>
<p>Методи навчання</p>	<p>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності: словесні методи: <i>лекція, розповідь-пояснення; бесіда;</i> наочні методи: <i>ілюстрування; демонстрування;</i> практичні методи: <i>вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату/доповіді;</i></p> <p>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності методи формування пізнавальних інтересів: <i>створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.</i></p> <p>3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання: інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій.</i> комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</i></p> <p>4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: методи усного контролю: <i>опитування, бесіда, доповідь;</i> методи письмового контролю: <i>письмове виконання практичних завдань, самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів.</i></p>
<p>Програма навчальної дисципліни</p>	<p>Тема 1. Сфера послуг в економічному комплексі. Ринок послуг Тема 2. Послуги з маркетингових досліджень та реалізації плану маркетингу Тема 3. Послуги при закупівлі і постачанні продукції та збуті і експлуатації товару Тема 4. Маркетинговий інструментарій на ринку послуг Тема 5. Процес продукування послуги Тема 6. Учасники продукування послуг (персонал) Тема 7. Фізичне оточення або «упаковка» послуги та цінова політика в маркетингу послуг Тема 8. Збут (продаж) продукції послуг та маркетингові комунікації на ринку послуг</p>
<p>Стратегія оцінювання результатів навчання</p>	<p>Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення тем та курсу оцінюються у відповідності до форм поточного та семестрового оцінювання результатів навчання. Формами поточного контролю знань здобувачів вищої освіти є: розв'язування тестів; виконання практичних завдань; виконання завдань самостійної роботи; реферати; презентації. Форма семестрового контролю – залік.</p>
<p>Політика навчальної дисципліни</p>	<p>1. Академічна доброчесність Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);</p>

посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

2. Академічна мобільність

Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої/ міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та/або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

3. Неформальна/інформальна освіта

На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera тощо. Особливості неформального/інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

4. Дедлайни та перескладання

Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)

Презентації, відеоролики

Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства. К: Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
2. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
3. Котвіцька А. А. Маркетинг послуг : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти. Харків : НФаУ, 2017. 128 с.
4. Майборода О. В. Використання маркетингового інструментарію в сфері послуг. The XIV International Science Conference «Current issues of science and education», March 23 – 26, 2021, Rome, Italy. 110-111 p. URL: <https://dspace.pdau.edu.ua/handle/123456789/10442>
5. Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. Маркетинг. Навчальний посібник. За заг.ред. проф. Старостіної А.О. К.: «НВП «Інтерсервіс». 2018. 216 с.

Додаткові

1. Маркетинг: Навчальний посібник. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бонадаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 292 с
2. Лошенко І.Р. Маркетингова цінова політика : навч. посібник. К.: Дакор. КНТ. 2018. 184 с
3. Маркетинг послуг: тексти лекцій: навч. посібник для здобувачів вищої освіти; за заг. ред. А.А. Котвіцької. Х.: НФаУ, 2017. 128 с.
4. Шканова О.М. Маркетинг послуг: навч. посібник. Київ: Кондор. 2017. 302 с.

Інформаційні ресурси

1. Інтернет-портал для управлінців. URL: <http://www.management.com.ua>.
2. Нормативно-правова база маркетингової діяльності в Україні». URL: <http://sites.google.com/site/lekcii/rozdil-1-vstup-do-marketingu/normativno-pravova> .
3. Онлайн-Бібліотека. URL: <http://www.twirpx.com/file/82805/>.
4. Онлайн-Бібліотека. URL: <http://imanbooks.com/>.
5. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>.
6. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України URL: <https://me.gov.ua/?lang=uk-UA>
7. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України URL: <https://mtu.gov.ua/>
8. Офіційний сайт торгово-промислової палати України URL: <https://uccr.org.ua/>
9. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Рік введення

2023