

## Маркетинг послуг

### Заплановані результати навчання:

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** формування у майбутніх маркетологів системних знань особливостей теорії та практики маркетингу послуг.

**Основні завдання навчальної дисципліни:** сформувати у здобувачів вищої освіти компетенції за таким переліком: розуміти місію і цілі підприємств сектора послуг (сервісних підприємств); взаємозв'язок підприємств сектора послуг з підприємствами виробничих секторів економіки (виробничих підприємств); тенденцію розвитку секторів економіки; особливості маркетингу послуг як специфічного виду діяльності; значення, крім традиційних засобів маркетингу: процесу надання послуг, його учасників (персоналу), фізичного підтвердження послуг як додаткових засобів у маркетинговій діяльності сервісних підприємств.

### **Компетентності:**

#### *Загальні:*

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

#### *Спеціальні (фахові) компетентності:*

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

### **Програмні результати навчання:**

P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

P15. Діяти соціально відповідально та громадсько-свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

### Програма навчальної дисципліни:

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.

### Трудомісткість:

Загальна кількість годин 120 год.

Кількість кредитів 4,0

Форма семестрового контролю екзамен