

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:

ЗК 1. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

ЗК 3. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

Спеціальні (фахові) компетентності:

ФК 1. Здатність розробляти маркетингові програми та готувати проекти угод з надання послуг (юридичних, банківських, дослідних, транспортних та інших) підприємству інститутами ринку.

ФК 2. Здатність брати участь в розробці, позиціонуванні і запуску нових видів послуг на ринок на основі технологій управління асортиментом.

ФК 3. Володіти навичками макетування послуг з врахуванням особливостей формування комплексу маркетингу.

Програмні результати навчання:

ПР 1. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

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.

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 залік