

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ
СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг послуг

Освітньо-професійна програма Маркетинг
спеціальність 075 Маркетинг
галузь знань 07 Управління та адміністрування
освітній ступінь бакалавр

Розробник:
Майборода Олена –
доцент кафедри маркетингу,
к.е.н.



Полтава
2021 р.

Назва навчальної дисципліни	Маркетинг послуг факультетська вибіркова навчальна дисципліна
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Майборода Олена Вікторівна , к.е.н. Контакти: ауд. 472, навчальний корпус №4 e-mail: olena.mayboroda@pdaa.edu.ua , тел.: 0669394048, сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/mayboroda-olena-viktorivna
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Спеціальність	075 Маркетинг

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:

ЗК1. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

ЗК3. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

Спеціальні (фахові) компетентності:

ФК1. Здатність розробляти маркетингові програми та готувати проекти угод з надання послуг (юридичних, банківських, дослідних, транспортних та інших) підприємству інститутами ринку.

ФК2. Здатність брати участь в розробці, позиціонуванні і запуску нових видів послуг на ринок на основі технологій управління асортиментом.

ФК3. 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.

Методи навчання:

- за джерелом знань

МН 1 – словесні методи: 1) лекція, 2) розповідь-пояснення; 3) бесіда;

МН 2 – наочні методи: 1) ілюстрування; 2) демонстрування;

МН 3 – практичні методи: 1) вправи; 4) практичні роботи; 5) робота з навчально-методичною літературою:

а) конспектування, б) тезування, анотування, д) підготовка реферату

за логікою

МНЛ 1 – індуктивний;

МНЛ 2 – дедуктивний;

МНЛ 4 – аналітичний;

МНЛ 5 – синтетичний;

МНЛ 7 - узагальнення

за ступенем керівництва

МНСР 2 - робота під керівництвом викладача: самостійна робота; розв'язування задач; виконання практичних завдань;

2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності

МСМ 1- методи формування пізнавальних інтересів: 2) метод пізнавальної гри, 3) метод використання життєвого досвіду; 4) навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації;

МНК 2 - методи стимулювання і мотивації обов'язку й відповідальності:

1) роз'яснення мети навчального предмета; 2) висування вимог до вивчення предмета; 4) оперативний контроль;

3. Інноваційні методи навчання:

МНІ 1. - бінарні методи: 1) словесно-інформаційний, 2) словесно-проблемний; 3) словесно-евристичний,

МНІ 3. інтерактивні методи:

2) дискусії, диспути, 3) проектування професійних ситуацій; 6) мозковий штурм; 7) тренінгові заняття;

МНІ 4 – комп'ютерні і мультимедійні методи – 1) використання мультимедійних презентацій; 3) дистанційне навчання (MOODLE).

Методи контролю: залік.

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

Структура курсу

Назви тем	Кількість годин			
	ЗС(ННІ) бд 2020(ФК)			
	усього	у т. ч.		
л		п	с.р.	
Тема 1. Сфера послуг в економічному комплексі. Ринок послуг	15	2	6	7
Тема 2. Послуги з маркетингових досліджень та реалізації плану маркетингу	15	2	6	7
Тема 3. Послуги при закупівлі і постачанні продукції та збуті і експлуатації товару	15	2	6	7
Тема 4. Маркетинговий інструментарій на ринку послуг	15	2	6	7
Тема 5. Процес продукування послуги	15	2	6	7
Тема 6. Учасники продукування послуг (персонал)	15	2	6	7
Тема 7. Фізичне оточення або «упаковка» послуги та цінова політика в маркетингу послуг	15	2	6	7
Тема 8. Збут (продаж) продукції послуг та маркетингові комунікації на ринку послуг	15	2	6	7
Усього годин	120	16	48	56
Залік	2			2

Політика оцінювання

1. Академічна доброчесність:

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавської державної аграрної академії. 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); посилення 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. Дедлайни та перескладання:

Практичні завдання, завдання зі самостійної роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-30%). Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.

3. Система оцінювання:

Оцінювання здійснюється за 100- бальною шкалою. Мінімальний бал для отримання позитивної оцінки – 60, максимальний бал – 100.

Викладач вітає творчу активність здобувачів за тематикою курсу виявлену у виступах на конференціях, диспутах у рамках мобільності студентів та роботи у наукових студентських гуртках.

**Схема нарахування балів з навчальної дисципліни
(денна форма навчання)**

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання					Разом
	Виконання практичного завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Реферат	Презентація	
Тема 1. Сфера послуг в економічному комплексі. Ринок послуг	5	2	3			10
Тема 2. Послуги з маркетингових досліджень та реалізації плану маркетингу	5	2	3			10
Тема 3. Послуги при закупівлі і постачанні продукції та збуті і експлуатації товару	5	2	3			10
Тема 4. Маркетинговий інструментарій на ринку послуг	5	2	3			10
Тема 5. Процес продукування послуги	5	2	3			10
Тема 6. Учасники продукування послуг (персонал)	5	2	3			10
Тема 7. Фізичне оточення або «упаковка» послуги та цінова політика в маркетингу послуг	5	2	3			10
Тема 8. Збут (продаж) продукції послуг та маркетингові комунікації на ринку послуг	5	2	3			10
За будь якою темою (реферат)				10		10
За будь якою темою (презентація)					10	10
Всього	40	16	24	10	10	100

Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Балабанова Л., Холод В., Балабанова И. Маркетинг підприємства. К: Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
2. Жабина С. Б. Основи економіки, менеджменту і маркетингу в громадському харчуванні: підручник для студ. закладів середньої проф. освіти. 4-е изд., Стер. М.: Академія, 2017. 336 с.
3. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
4. Котвіцька А. А. Маркетинг послуг : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти. Харків : НФаУ, 2017. 128 с.
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. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент : 15-е издание. Санкт-Петербург : ПИТЕР, 2018. 848 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс; пер. с англ. М. ; СПб. ; Киев : Диалектика, 2020. 496 с.
3. Лошенко І.Р. Маркетингова цінова політика : навч. посібник. К. : Дакор: КНТ, 2018. 184 с
4. Маркетинг послуг: тексти лекцій: навч. посібник для здобувачів вищої освіти; за заг. ред. А.А. Котвицької. Х.: НФаУ, 2017. 128 с.

Інформаційні ресурси

1. Торгівельна мережа України www.stock.com.ua
2. "Пошук", інформаційний бізнес-портал www.poshuk.com
3. Каталог товарів і послуг www.pricenews.com.ua
4. Український бізнес-портал www.ukrbp.com
5. Український фінансовий сервер www.ufs.com.ua
6. Український процесинговий центр www.upc.kiev.ua
7. Українська фінансова група www.ufg.com.ua
8. Бізнес у світі - огляди www.businessweek.com
9. Публікації присвячені стратегічним бізнес програмам. www.intelligententerprise.com
10. Сервер обміну ідеями та інформацією між спеціалістами по фінансових системах. www.fsforum.com