СИЛАБУС

навчальної дисципліни «МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ»

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Диджитал маркетинг
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус навчальної дисципліни	вибіркова
Курс / семестр вивчення	4 курс / 7 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції - 32 год.
	Практичні заняття – 16 год.
	Самостійна робота – 72 год.
Вид індивідуального завдання	контрольна робота
Форма підсумкового контролю	залік
Кафедра (назва, № кабінету, корпоративна e-mail)	Кафедра маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування, каб. № 115
Дні занять	Згідно розкладу
Консультації	Очні консультації: згідно розкладу. Дистанційні: згідно розкладу.

Анотація навчальної дисципліни:

Основним змістом освітньої компоненти «Маркетинг послуг» є набуття здобувачами освіти системи знань та умінь закономірності та особливості розвитку ринку послуг в економічному комплексі з урахуванням особливості послуги як товару; маркетинговий інструментарій на ринку послуг; формування та функціонування механізму маркетингової роботи на підприємствах сфери послуг.

Мета навчальної дисципліни:	засвоєння здобувачами освіти науково-теоретичних та практичних знань щодо сучасної концепції маркетингу послуг, умов, механізмів та інструментів її використання для забезпечення ефективної діяльності підприємств сфери послуг та задоволення потреб споживачів.
Мета орієнтована на формування у студентів таких компетентностей:	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати

	маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.
Результати навчання (відповідно до освітньо-професійної програми)	ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПРН 21. Демонструвати здатність самостійного прийняття рішень, розробляти достатню кількість альтернативних варіантів, обирати оптимальні рішення та нести відповідальність за їх реалізацію.
Очікувані результати навчання:	ОРН 1 Розробляти маркетингові стратегії підприємств на ринку послуг. ОРН 2. Досліджувати та аналізувати маркетингову стратегію підприємств на ринку послуг. ОРН 3. Розробляти товарну політику щодо послуг. ОРН 4. Вирішувати питання ціноутворення та впровадження елементів комплексу маркетингу на підприємствах сфери послуг. ОРН 5. Розробляти товарну політику підприємств сфери послуг. ОРН 6. Розробляти маркетингову комунікаційну політику підприємств сфери послуг. ОРН 7. Здійснювати сегментування ринку послуг; розробляти стратегічні плани, тактичні та оперативні плани підприємств у сфері послуг.

Перелік тем:

Тема 1. Ринок послуг у сучасній економіці та особливості його функціонування
Тема 2. Економічна сутність, класифікація та основні характеристики послуг
Тема 3. Принципи, функції та концепції маркетингу послуг
Тема 4. Міжнародні моделі маркетингу послуг
Тема 5. Вплив маркетингового середовища на діяльність підприємств сфери послуг

Тема 6. Комплекс маркетингу в сфері послуг і особливості його реалізації
Тема 7. Напрями вдосконалення діяльності підприємств сфери послуг: маркетингове забезпечення
Тема 8. Маркетинг банківських послуг
Тема 9. Маркетинг туристичних послуг
Тема 10. Маркетинг готельних послуг
Тема 11. Маркетинг страхових послуг
Тема 12. Маркетинг у сфері некомерційної діяльності

Рекомендована література

1. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О.Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с
2. Котлер Ф. Армсторг Г. Основи маркетингу: навч. посібник. Київ : Науковий Світ, 2023. 880 с.
3. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін. ; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с.
4. Маркетинг як інтелектуальна основа продажу : наук.-допом. бібліогр. покажч. / [упоряд.О. В. Олабоді] ; Нац. ун-т харч. технол., Наук.-техн. б-ка. Київ, 2021. 191 с.

Система оцінювання результатів навчання:

Схема розподілу балів:

Екзамен	50 балів (поточний контроль)	10 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	40 балів (підсумковий контроль)
Залік	70 балів (поточний контроль)	30 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	

Мінімальний пороговий рівень з кожного виду контролю:

Екзамен	30 балів (поточний контроль)	5 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	25 балів (підсумковий контроль)
Залік	45 балів (поточний контроль)	15 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни:

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни (поточний контроль) відбувається під час оцінювання контролю знань таких видів навчальних робіт:

1) *Доповіді, виступи на семінарських заняттях;*
2) *Звіти з виконання практичних робіт;*
3) *Усне опитування;*
4) *Письмові роботи з засвоєння тем курсу;*
5) *Виконання завдань самостійної роботи*

Шкала оцінювання результатів навчання:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (роботи)	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Політика курсу:

Політика дотримання академічної доброчесності

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування.

За порушення академічної доброчесності студенти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми.

Комунікаційна політика

Студенти повинні мати активовану пошту.

Обов'язком студента є перевірка один раз на тиждень (щонеділі) поштової скриньки та відвідування, перегляд інформації в Viber, Телеграм-каналах групи.

Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком студента є робота з дистанційним курсом «Маркетинг послуг».

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту кафедри.

Політика щодо пропусків занять

Студенти мають відвідувати лекційні й практичні (семінарські) заняття. Відсутність студента на занятті може бути виправдана поважною причиною. Поважними причинами відсутності вважаються: хвороба, участь у Всеукраїнській студентській олімпіаді, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт чи будь-якому іншому заході, який можна віднести до заходів, що сприяють розвитку студентів і поліпшенню іміджу університету (факультету).

Політика щодо виконання навчальних завдань пізніше встановленого терміну

Студенти мають виконувати всі навчальні завдання у встановлені терміни. Студент, який не виконав ту чи іншу кількість навчальних завдань вчасно й хоче надолужити прогаяне, може звернутися по допомогу до викладача.

Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо студент не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

Бонуси

Студенти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та мають написаний конспект лекцій отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.