

Додаток 2
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій
 Кафедра маркетингу

СИЛАБУС
 навчальної дисципліни
«Маркетинг послуг»
 на 2020-2021 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	2 курс, 4 семестр
Освітня програма/спеціалізація	«Маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	бакалавр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,
 науковий ступінь і вчене звання,
 посада

Трайно Вікторія Миколаївна
 к.е.н.,
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-066-10-46-215
Електронна адреса	trayno555@ukr.net
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Формування у студентів знань, навичок та умінь щодо особливостей маркетингу послуг як специфічного товару та умов, механізмів і інструментів використання його в діяльності підприємств сфери послуг.
Тривалість	6 кредитів ЄКТС/180 годин (лекції 18 год., практичні заняття 54 год., самостійна робота 108 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії, самостійна робота поза розкладом
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; доповіді з рефератами та їх обговорення; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: іспит
Базові знання	Наявність знань з основ маркетингу
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none"> 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. (ПР15). 	<ul style="list-style-type: none"> здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні(ЗК01); здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
	активного відпочинку та ведення здорового способу життя (ЗК02); <ul style="list-style-type: none"> • здатність працювати в міжнародному контексті (ЗК13); • здатність діяти соціально відповідально та свідомо (ЗК14); • здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі (СК13).

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Основні концептуальні положення маркетингу послуг		
Тема 1. Сфера послуг в економічному комплексі. Ринок послуг.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати доповідь на одну із тем «Економічна роль сфери послуг», «Становлення маркетингу послуг», «Міжнародна торгівля послугами. Умови входження у ринок».
Тема 2. Інтелектуальні послуги.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати доповідь на тему «Сучасний стан та перспективи розвитку інтелектуальних послуг у країні за вибором студента».
Тема 3. Маркетинг у банківській сфері. Ринок банківських послуг.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати доповідь на тему «Сучасний стан та перспективи розвитку банківських послуг у країні за вибором студента».
Тема 4. Соціальні та сервісні послуги.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	Підготувати доповідь на одну із тем «Сучасний стан та перспективи розвитку соціальних послуг у країні за вибором студента», «Сучасний стан та перспективи розвитку сервісних послуг у країні за вибором студента».
Тема 5. Готельно-ресторанні та туристичні послуги.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати доповідь на одну із тем «Сучасний стан та перспективи розвитку готельно-ресторанних послуг у країні за вибором студента», «Сучасний стан та перспективи розвитку туристичних послуг у країні за вибором студента».
Модуль 2. Маркетинговий інструментарій у сфері послуг		
Тема 6. Послуга як товар і вид людської діяльності.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Проаналізувати товарну політику підприємства сфери послуг м. Полтава за вибором студента
Тема 7. Цінова політика в маркетингу послуг.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Проаналізувати цінову політику підприємства сфери послуг м. Полтава за вибором студента
Тема 8. Збутова політика в маркетингу послуг.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Проаналізувати збутову політику підприємства сфери послуг м. Полтава за вибором студента
Тема 9. Комунікаційна політика в маркетингу послуг	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	Проаналізувати комунікаційну політику підприємства сфери послуг м. Полтава за вибором студента

Інформаційні джерела

Основні

1. Вачевський М. В. Маркетинг у сферах послуг : навч. посіб. / М. В. Вачевський, В. Г. Скотний. – К. : Центр навч. л-ри, 2004. – 232 с.
2. Пашук О. В. Маркетинг послуг : стратегічний підхід : Навчальний посібник. – К. : ВД «Професіонал», 2005. – 560 с.
3. Ткаченко Л. В. Маркетинг послуг : Підручник. – Київ : Центр навчальної літератури, 2003. – 192 с.
4. Шканова О. М. Маркетинг послуг : Навч. посібник. – К. : Кондор, 2003. – 304 с.

Додаткові

5. Беквит Г. Продавая незримое: Руководство по современному маркетингу услуг : [пер. с англ.] / Гарри Беквит. – 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 272 с.
6. Верба В. А. Організація консалтингової діяльності : [навч. посібник] / В. А. Верба, Т. І. Решетняк. – К. : КНЕУ, 2000. – 244 с.
7. Гаркавенко С. С. Маркетинг.- К.: Лібра, 1996.- 362 с.
8. Дурович А. П. Маркетинг гостиниц и ресторанов : учеб. пособие / Александр Петрович Дурович. – 2-е изд., стер. – М. : Новое знание, 2006. – 632 с. – (Экономическое образование).
9. Карпенко Н. В. Управління маркетингом на підприємствах малого та середнього бізнесу : монографія / Н. В. Карпенко. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 363 с.
10. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Филипп Котлер, Джон Боуэн, Джеймс Мейкенз. – М. : Юнити-Дана, 2007. – 1068 с.
11. Котлер Ф. Основы маркетинга : [пер. с англ.] / Филипп Котлер, Гари Армстронг, Джон Сондерс, Вероника Вонг. – 2-е европ. изд. – М. ; СПб. ; К. : Изд. дом «Вильямс», 2003. – 944 с.
12. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг.- К.; КНЕУ, 1998.
13. Кулибанова В. В. Маркетинг сервисных услуг. – СПб. : Вектор, 2006. – 192 с.
14. Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг: Підручник.- К.: КНЕУ, 2003.- 246 с.
15. Майдебура Е. В. Маркетинг услуг / Е. В. Майдебура – К. : ВИРА-Р, 2001. – 574 с.
16. Маркова В. Д. Маркетинг услуг / В. Д. Маркова. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 128 с.
17. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг : стратегический подход / Дж. О'Шонесси ; [пер. с англ. под ред. Д. О. Ямпольской]. – СПб. : Питер, 2002. – 864 с. : ил. – (Серия «Бизнес-класс»).
18. Перебийніс В. І. Маркетингове управління споживачами послуг : монографія / В. І. Перебийніс, В. М. Трайно. – Полтава : ПУЕТ, 2015. – 323 с.
19. Разумовская А. Л. Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога-практика / Анна Львовна Разумовская, Валентин Михайлович Янченко. – М. : Вершина, 2006. – 496 с.
20. Шок П. Д. Маркетинг в ресторанном бизнесе / Патти Д. Шок, Джон Т. Боуэн, Джон М. Стефанелли ; [пер. с англ. С. Прокофьева]. – М. : Изд. дом «Ресторанные ведомости», 2005. – 240 с.
21. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу : монографія / Л. М. Шульгіна. – К. : КНТЕУ, 2005. – 597 с.

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/publiczna-informaciya>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне та підсумкове оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (4 бали); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (6 балів)	30
Модуль 2 (теми 6-9): відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (4 бали); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (6 балів)	30
Іспит	40
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни