



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг послуг»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр

Спеціальність **075 Маркетинг**

Освітня програма «Маркетинг»

Рік навчання 3, семестр 6

Форма навчання денна

Кількість кредитів ЄКТС 4

Мова викладання: українська

Лектор курсу

к.е.н., доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
Збарська Анна Василівна

**Контактна інформація
лектора (e-mail)**

zbarska@nubip.edu.ua

Сторінка курсу в eLearn

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=1298>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Курс «Маркетинг послуг» відноситься до циклу дисциплін, що формує профіль майбутнього спеціаліста, озброюючи його основами теорії та практики маркетингу у сфері надання послуг.

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг послуг» є вивчення комплексної системи організації маркетингових процесів сфери послуг, що орієнтована на задоволення потреб конкретних споживачів і одержання прибутку на основі вивчення, аналізу і прогнозування ринку послуг.

Завдання дисципліни полягає у розумінні та вивченні комплексу питань, що розкривають зміст та особливості маркетингу у сфері послуг. Особлива увага приділяється ринку послуг, його сегментації, дослідженню та маркетинговій стратегії на ринку послуг, питанням ціноутворення, продажу послуг, комунікації та стимулюванню їх.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати:

- зміст та особливості маркетингу сфери послуг;
- сегментацію ринку послуг;
- особливості впровадження комплексу маркетингу у сфері послуг;
- моделі маркетингу у сфері послуг;
- маркетингові стратегії на ринку послуг;
- особливості товарної політики на ринку послуг;
- політику ціноутворення у сфері послуг;
- особливості маркетингової комунікаційної політики у сфері послуг;
- етапи створення послуг-новінок та розробку іноваційної політики у сфері послуг;
- підходи до планування маркетингу у сфері послуг;
- особливості контролю та аудиту маркетингу у сфері послуг.

вміти:

- розробляти маркетингові стратегії підприємств на ринку послуг;
- досліджувати та аналізувати маркетингову стратегію підприємств на ринку послуг;
- розробляти товарну політику щодо послуг;
- вирішувати питання ціноутворення;
- досліджувати особливості впровадження елементів комплексу маркетингу на підприємствах сфери послуг;
- розробляти товарну політику підприємств сфери послуг;
- розробляти маркетингову комунікаційну політику підприємств сфери послуг;
- проводити сегментування ринку послуг;
- розробляти стратегічні плани, тактичні та оперативні плани підприємств у сфері послуг.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Модуль 1				
Тема 1. Особливості маркетингу сфери послуг	1/4	Розуміти сутність послуги та основні відмінності послуги від товару. Знати характеристики послуг та види послуг. Розуміти механізм світової торгівлі послугами. Знати причини, що стимулюють швидке зростання ринку послуг. Виокремлювати основні характеристики послуг. Знати класифікацію послуг та особливості маркетинг-міксу сфери послуг.	Здача практичної роботи №1. (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач.	10
Тема 2. Становлення маркетингу послуг	1/2	Знати основні наукові школи маркетингу. Розуміти сутність моделі маркетингу послуг Дж. Ратмела, моделі маркетингу послуг "SERVACTION" П. Ейгліє і Е. Лангеарда, моделі маркетингу послуг К. Грьонроса, моделі маркетингу послуг М.Д. Бітнер та моделі маркетингу послуг Ф. Котлера.	Здача практичної роботи №2. (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач.	20
Тема 3. Продуктова політика у сфері послуг	1/4	Розуміти сутність, мету та цілі продуктової політики у сфері послуг. Розрізняти рівні послуги як продукту. Вміти застосовувати матрицю Г. Сімона "Об'єктивна – суб'єктивна якість". Розуміти концепцію життєвого циклу послуги. Знати сутність моделі Кано та її застосування при розробленні послуги. Розрізняти типи індивідуалізації послуги. Розуміти значення та складові фірмового стилю послуги. Знати сутність та типи знаків для товарів та послуг.	Здача практичної роботи №3. (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач.	10
Тема 4. Цінова політика у сфері послуг	2/3	Знати основні особливості ціноутворення у сфері послуг. Розуміти сутність та цілі цінової політики у сфері послуг. Знати фактори впливу на цінову політику. Вміти використовувати методи ціноутворення у сфері послуг. Знати метод питомої ціни: сутність та алгоритм розрахунку. Здійснювати	Здача практичної роботи №4. (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач.	20

		розрахунок ціни за методом балів: знати сутність та алгоритм. Знати сутність та алгоритм розрахунку ціни за методом регресії. Оперувати методами ціноутворення, які засновані на психологічних підходах. Знати типи цінових пакетів у сфері послуг. Розуміти процес формування стратегії встановлення цін із застосуванням психологічних підходів, знати їх класифікацію. Знати стратегії встановлення цін в залежності від співвідношення "ціна/якість", та стратегії встановлення цін на основі специфіки взаємодії підприємства з клієнтами.		
Тема 5. Політика розповсюдження у сфері послуг	2/2	Знати сутність та складові політики розповсюдження у сфері послуг. Застосовувати різні способи надання та розповсюдження послуг. Розуміти структуру території обслуговування. Знати сутність понять "радіус обслуговування" та "межа території обслуговування". Знати фактори впливу на вибір місця розташування фірми-виробника послуг. Вміти застосувати закон Рейлі для визначити вигідність розташування фірми-виробника послуг.	Здача практичної роботи №5. (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач.	10
Тест до модуля 1				30
Разом за змістовим модулем 1				100
Модуль 2				
Тема 6. Політика просування у сфері послуг	2/3	Розуміти сутність та цілі комунікативної політики сфери послуг. Знати класифікацію складових політики просування послуг. Знати класифікацію реклами в залежності від цілей просування. Знати класифікацію реклами в залежності від носіїв та способів поширення. Знати класифікацію реклами в залежності від способу вираження. Знати правила створення ефективної реклами. Знати елементи творчих	Здача практичної роботи №6. (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач.	20

		знахідок у рекламі. Розуміти сутність та засоби стимулювання збуту у сфері послуг. Знати сутність та особливості персонального продажу, а також типові недоліки. Знати стадії процесу персонального продажу, типи поведінки продавця під час персонального продажу. Розуміти сутність, види та форми прямого маркетингу. Знати сутність та суб'єкти піар, його основні інструменти та основні напрями. Розрізняти види піар із етичної точки зору. Знати синтетичні складові політики просування послуг. Розуміти сутність та інструменти BTL-акцій. Знати сутність та види ATL-акцій.		
Тема 7. Моделі поведінки споживачів послуг	1/4	Розуміти складові поняття "ставлення споживача". Знати етапи сприйняття споживачем якості послуги. Розрізняти моделі поведінки споживача за Ф. Котлером. Знати етапи поведінки споживачів послуг. Розміти поняття та типи лояльності споживачів. Знати методи визначення лояльності споживачів. Вміти застосовувати модель "Простота – складність оцінки", модель розривів (модель якості послуг), модель "Прийнятний – бажаний рівень якості послуг", модель "Сприйняття – задоволення". Вміти складати перелік критеріїв оцінки якості послуг за допомогою методу SERVQUAL та оцінювати якість наданої послуги.	Здача практичної роботи №7. (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач.	20
Тема 8. Дослідження попиту на послуги	2/2	Розуміти особливості споживчого попиту на послуги. Знати складові зміни споживчого попиту. Розуміти процес адаптації можливостей підприємства до змін споживчого попиту на ринку послуг. Розуміти структуру ринку послуг. Знати особливості сегментування ринку послуг та	Здача практичної роботи №8. (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач.	10

		їх критерії. Здійснювати сегментування ринку послуг за методом Л. Волкової та за методом Ламбена. Знати стратегії охоплення ринку послуг.		
Тема 9. Управління маркетингом в сфері послуг	1/4	Знати функції управління маркетинговою діяльністю підприємства та принципи сучасного маркетингового управління. Знати складові маркетингового управління сфери послуг. Розуміти сутність та алгоритм проведення маркетингового дослідження. Знати складові маркетингової інформаційної системи підприємства сфери послуг. Вміти застосовувати методи маркетингових досліджень, які найбільш актуальні для підприємств сфери послуг. Розуміти сутність ключових контактів у маркетингу послуг та чинники впливу на рівень задоволеності споживача. Знати сутність та види маркетингу взаємовідносин. Коло взаємодії виробника та споживача послуг Розуміти алгоритм організації маркетингу взаємовідносин із споживачами.	Здача практичної роботи №9. (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач.	10
Тема 10. Світовий ринок послуг. міжнародна торгівля послугами	1/2	Розуміти процес функціонування світового ринку та його класифікація. Розуміти особливості світового ринку послуг та умови його функціонування. Знати сутність та основні показники міжнародної торгівлі та особливості міжнародної торгівлі послугами. Знати рівні регулювання міжнародного ринку послуг, а також роль СОТ в регулюванні міжнародної торгівлі послугами.	Здача практичної роботи №10. (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач.	10
Тест до модуля 1				30
Разом за змістовим модулем 1				100
Всього за семестр				70
Іспит				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедайнів та перескладання:</i>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
<i>Політика щодо академічної доброчесності:</i>	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Роботи повинні мати коректні текстові посилання на використані джерела
<i>Політика щодо відвідування:</i>	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано