

**Силабус навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ»**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітня програма: Маркетинг

Рівень вищої освіти: початковий (короткий)

Курс: 2

Семестр: 3

Факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Викладач(-і)	ПІБ: Білошкурська Наталія Володимирівна Посада: доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом E-mail: biloshkurska.n@udpu.edu.ua
Лінк на освітній контент дисципліни	https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=6825
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна обов'язкового компонента.
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	3 / 90 (денна) 4 / 120 (заочна)
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (20 год.), семінарські (24 год.), самостійна робота (46 год.) Заочна форма: лекції (8 год.), семінарські (8 год.), самостійна робота (104 год.)
Політика дисципліни	Академічна доброчесність. Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Відвідування занять. Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. Креативна ініціатива здобувача вищої освіти. Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
Що будемо вивчати?	Формування системи теоретичних знань і практичних навичок щодо методології, організації і проведенню маркетингових досліджень та застосування маркетингу на ринку послуг при формуванні відношень між виробниками та споживачами послуг, соціально-економічних контактів з різноманітними цільовими аудиторіями в процесі організації виробництва та реалізації послуг.
Чому це треба вивчати?	Вивчення теоретико-методологічних і методичних засад маркетингу послуг дасть можливість вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Яких результатів можна досягнути?	Вміти складати перспективні та поточні плани комерційної діяльності підприємства у сфері матеріально-технічного забезпечення та збуту. Уміння використовувати в роботі необхідні комп'ютерні програмні продукти. Вміти організувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю. Вміти надавати консультації з питань дослідження стану кон'юнктури ринків та підвищення ефективності маркетингової діяльності.
Як можна використати набуті знання та уміння?	Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність реалізовувати плани діяльності за складниками маркетингу: товар-ціна-розподіл-комунікація. Здатність формувати на підприємстві маркетингову політику націлену на досягнення стратегічних цілей, та оцінювати її ефективність.

	Здатність здійснювати діагностику стану ринку середовища маркетингової діяльності. Формування системи спеціальних знань щодо формування споживчих властивостей товарів упродовж їх життєвого циклу, асортименту й навичок оцінки споживчих властивостей товарів.
Зміст дисципліни	Основні поняття маркетингу послуг. Маркетинговий інструментарій у сфері послуг. Технології надання та отримання послуг та завоювання прихильності споживачів. Маркетинг у сфері торгівельного обслуговування населення. Маркетинг послуг громадського харчування. Комунікативна політика в маркетингу послуг. Залучення споживачів до процесу обслуговування. Комплекс маркетингу підприємства та особливості його реалізації в сфері послуг. Маркетинг побутових послуг.
Обов'язкові завдання	Вміти надавати консультації з питань дослідження стану кон'юнктури ринків та підвищення ефективності маркетингової діяльності. Вміти спілкуватися, включаючи усну та письмову комунікацію українською мовою та принаймні однією із поширених європейських мов. Вміти використовувати професійно-профільні знання й практичні навички з фундаментальних дисциплін в процесах управління маркетинговою діяльністю підприємства.
Міждисциплінарні зв'язки	Маркетинг, основи економічної теорії.
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	1. Палеха Ю. І., Палеха О. Ю. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг [Текст] : навч. посібник : рек. МОНмолодьспорту України як навч. посібник для студ. ВНЗ / МОН молоді спорту України. – К. : Ліра-К, 2016. – 478 с. 2. Мальченко В. М. Маркетинг послуг [Текст] : навч. посібник : рек. МОН України. – К. : КНЕУ, 2006. – 358 с. 3. Шканова О. М. Маркетинг послуг [Текст] : навч. посіб. : рек. МОН України як навч. посіб. для студ. ВНЗ. – К. : Кондор, 2008. – 302 с. 4. Організація і технологія надання послуг [Текст] : [рек. МОН України як навч. пос. для ВНЗ / В. В. Апопій, І. І. Олексин, Н. О. Шутовська, Т. В. Футало; за ред. В. В. Апопія. – К. : Академія, 2006. – 311 с.
Поточний контроль	Виконання завдань семінарських і модульних контрольних робіт, ІНДЗ.
Підсумковий контроль	Залік

Розробник



(Білошкурська Наталія Володимирівна)