

**Силабус навчальної дисципліни
«Стратегічний маркетинг сфери послуг»**

Галузь знань: 24 Сфера обслуговування

Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа

Освітня програма: Готельно-ресторанна справа

Рівень вищої освіти: другий (магістерський рівень)

Курс: 1

Семестр: 1

Факультет

Кафедра

Викладач(-і)

Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти

Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом

ПІБ: Пачева Наталія Олександрівна

Посада: доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом

E-mail: nataliapacheva@udpu.edu.ua

**Лінк на освітній
контент дисципліни**

<https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=10385>

Статус дисципліни

Навчальна дисципліна обов'язкового компонента

Загальний обсяг

дисципліни:

3/90

кредити ЄКТС /

години

Обсяг дисципліни

(години) та види

занять

Денна форма: лекції (14 год.), семінарські (16 год.), самостійна робота (60 год.)

Заочна форма: лекції (6 год.), семінарські (6 год.), самостійна робота (78 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 практичні заняття курсу.

Пропуски 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?**

Зміст та особливості маркетингу сфери послуг; сегментацію ринку послуг; особливості впровадження комплексу маркетингу в сфері послуг; моделі маркетингу в сфері послуг; маркетингові стратегії на ринку послуг; особливості товарної політики на ринку послуг; політику ціноутворення у сфері послуг; особливості маркетингової

Чому це треба вивчати?

комунікаційної політики у сфері послуг; етапи створення послуг-новинок та розробку інноваційної політики у сфері послуг; підходи до планування маркетингу в сфері послуг; особливості контролю та аудиту маркетингу в сфері послуг.

Яких результатів можна досягнути?

Підготовка висококваліфікованих і конкурентоспроможних на національному та міжнародному ринку праці фахівців, які здатні розробляти маркетингові стратегії підприємств у сфері послуг; досліджувати та аналізувати маркетингову стратегію підприємств у сфері 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.

Як можна використати набуті знання та уміння?

Розробляти, впроваджувати та застосовувати сучасні методи оцінювання ефективності впровадження інновацій в готельно-ресторанному бізнесі

Здійснювати моніторинг кон'юнктури ринку готельних та ресторанних послуг

Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи з за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень

Здатність до аналізу, оцінки, синтезу, генерування нових ідей.

Здатність працювати в команді.

Здатність забезпечувати ефективну сервісну, комерційну, виробничу, маркетингову, економічну діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

Здатність до підприємницької діяльності.

Здатність розробляти антикризові програми корпорацій, готельних та ресторанних мереж, суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі готельно-ресторанної справи у мультидисциплінарних контекстах, у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації.

Зміст дисципліни

Сутність стратегічного маркетингу сфери послуг.

Аналіз маркетингового середовища сфери послуг.

Вплив маркетингового середовища на діяльність підприємств сфери послуг.

Маркетинг готельних послуг.

Формування і вибір цільових сегментів підприємства.

Маркетингові стратегії зростання.

Маркетингові стратегії диверсифікації.

Маркетингове стратегічне управління портфелем бізнесу підприємства.

Визначення конкурентних переваг підприємства.

Маркетингові стратегії диференціації та позиціонування.

Маркетингові конкурентні стратегії.

Комплекс маркетингу в сфері послуг і особливості його реалізації.

Напрями вдосконалення діяльності підприємств сфери послуг:

Обов'язкові завдання

маркетингове забезпечення.

Планується виконання здобувачами вищої освіти обов'язкових та додаткових декількох видів завдань: підготовці доповідей за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; підготовка до поточного контролю знань, що полягає в опрацюванні контрольних запитань, питань для самодіагностики, самостійному опрацюванні теоретичного матеріалу за зазначеною тематикою; систематизацію вивченого матеріалу з метою підготовки до заліку (перелік міститься в Методичних вказівках для підготовки до семінарських (практичних) занять), а також обов'язкових письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента).

Міждисциплінарні зв'язки

Визначаються комплексним змістом навчальної дисципліни та водночас її тісним зв'язком з усіма іншими навчальними дисциплінами. У структурно-логічній схемі викладання дисциплін навчальна дисципліна «Стратегічний маркетинг сфери послуг» пов'язана з такими дисциплінами: «Стратегічний менеджмент сфери послуг», «Управління регіональним розвитком туризму та індустрії гостинності», «Управління бізнес-процесами», «Управління проектами в готельно-ресторанному господарстві», «Ризик-менеджмент сфери послуг».

Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)

1. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку / за ред. С.М. Ілляшенка. Суми: Університетська книга, 2023. 728 с.
2. Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
3. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: підручник. К.: КНЕУ, 2012. 523 с.
4. Aldoshyna M., Stryzhak O. Relationship marketing in tourism. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 43. 108-113.
5. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник / за ред. Ларіної Я. С. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2019. 364 с.
6. Дарчук В. Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності: навч. посіб. Київ: ДУТ, 2019. 146 с.
7. Нескуба Т. В., Мкртичян О. М. Маркетингове планування: конспект лекцій. Харків: УкрДУЗТ, 2020. 65 с.

Поточний контроль

Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ.

Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – *види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни*.

Підсумковий контроль

Екзамен.

Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Розробник

A handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, connected strokes that form a stylized representation of the name Natalya Pacheva.

Наталія ПАЧЕВА