

## Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг послуг»

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітня програма: Маркетинг

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Курс: 4

Семестр: 7

<b>Факультет</b>	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
<b>Кафедра</b>	Кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
<b>Викладач(-і)</b>	<b>ПІБ:</b> Бовкун Ольга Анатоліївна <b>Посада:</b> доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом <b>E-mail:</b> bovkun.o@udpu.edu.ua
<b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>	<a href="https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=6825">https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=6825</a>
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
<b>Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години</b>	3/90
<b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>	<b>Денна форма:</b> лекції (20 год.), семінарські (22 год.), самостійна робота (28 год.)
	<b>Заочна форма:</b> лекції (6 год.), семінарські (6 год.), самостійна робота (54 год.)
<b>Політика дисципліни</b>	<b>Академічна доброчесність.</b> 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. <b>Відвідування занять.</b> Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. <b>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти.</b> Здобувачі 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.
<b>Що будемо вивчати?</b>	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.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	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.
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	Розробляти маркетингові стратегії для підприємств сфери послуг на основі маркетингових досліджень та цілій підприємства; Грамотно організувати реалізацію маркетингової стратегії підприємства, що діє на ринку послуг; Використовувати теоретичні знання на практиці у сфері управління ринковими процесами в сфері услуг, їх дослідженні та регуляції; Використовувати методи організації маркетингової діяльності у сфері послуг.

<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	Здатність до здійснення усної та письмової ділової комунікації державною та іноземною мовами. Здатність виконувати роботу в команді, включаючи взаємодію з колегами та виконання обов'язкової роботи в установлені терміни. Здатність самостійно приймати рішення та нести відповідальність за їх реалізацію. Здатність проявляти наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. Здатність до аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів, здійснення самостійного аналізу економічних та політичних явищ і процесів.
<b>Зміст дисципліни</b>	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
<b>Обов'язкові завдання</b>	Планується виконання здобувачами вищої освіти обов'язкових та додаткових декількох видів завдань: підготовці доповідей за заданою проблематикою дисципліни; підготовка до поточного контролю знань, що полягає в опрацюванні контрольних запитань, питань для самодіагностики, самостійному опрацюванні теоретичного матеріалу за зазначеною тематикою, письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента).
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	Маркетинг, цінова політика.
<b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b>	1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства. Навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2012. 612 с. 2. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. К. : Центр навчальної літератури, 2013. 536 с. 3. Виноградова О.В. Сучасні види маркетингу : навч. посібник. Київ : ДУТ, 2019. 262 с. URL : <a href="http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703">http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703</a> (дата звернення: 21.01.2020). 4. Вінніченко І.І. Маркетинг : практикум : навч. посібник для студ. вузів. Донецьк : Юго-Восток, 2013. 407 с. 5. Воронюк А., Полищук А. Актуальный интернет-маркетинг. Как привлечь клиентов и увеличивать продажи через Интернет. Киев: ІРІО, 2018. 160 с.
<b>Поточний контроль</b>	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 – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</i>
<b>Підсумковий контроль</b>	Екзамен. Порядок та організація контроль 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



Бовкун О. А.