

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра економіки і бізнесу

СИЛАБУС
з навчальної дисципліни

«МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ»
(<http://op.tsatu.edu.ua>)

Викладач	д.е.н., доц. Коноваленко Анастасія Сергіївна http://www.tsatu.edu.ua/et/people/konovalenko-anastasija-serhijivna/
Кількість кредитів ЄКТС	5
Загальна кількість годин	150

Загальний опис навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни є набуття здобувачами вищої освіти освітнього ступеня бакалавра набуття теоретичних знань та практичних навичок щодо маркетингової діяльності підприємств сфери послуг, методів вивчення ринку послуг, про визначення шляхів та резервів розвитку підприємства сфери послуг в сучасних умовах, опанування теоретичними основами та практичними навичками щодо формування і використання комплексу маркетингу підприємствами сфери послуг.

Завдання дисципліни полягає у формуванні системи теоретичних знань щодо формування системи теоретичних знань щодо змісту, технологій та методів маркетингу у сфері послуг; ознайомлення з основами формування маркетингової стратегії організації на ринку послуг; опанування інструментарію та методів формування асортиментної, цінової, комунікаційної політики та системи розповсюдження послуг; усвідомлення напрямів управління маркетингом на ринку послуг.

Політика курсу. Для забезпечення високої якості знань необхідно виконувати наступні умови: не пропускати навчальні заняття й не спізнюватися на них; систематично брати активну участь у освітньому процесі; чітко й вчасно виконувати навчальні завдання; брати активну участь у науково-дослідній роботі студентів; виключати мобільний телефон під час занять і під час контролю знань; вчасно виконувати і здавати завдання для самостійної роботи; відпрацьовувати пропущені заняття; дотримуватись академічної доброчесності.

Орієнтовний перелік тем лекцій

1. Сутність та класифікація послуг. Особливості маркетингу сфери послуг
2. Продуктова політика у сфері послуг
3. Цінова політика у сфері послуг
4. Політика розповсюдження у сфері послуг
5. Політика просування у сфері послуг
6. Моделі поведінки споживачів послуг

7. Дослідження попиту на послуги
8. Управління маркетинговою діяльністю в сфері послуг
9. Світовий ринок послуг. Міжнародна торгівля послугами

Орієнтовний перелік тем практичних занять

1. Сутність та класифікація послуг. Особливості маркетингу сфери послуг
2. Продуктова політика у сфері послуг
3. Цінова політика у сфері послуг
4. Політика розповсюдження у сфері послуг
5. Політика просування у сфері послуг
6. Моделі поведінки споживачів послуг
7. Дослідження попиту на послуги
8. Управління маркетинговою діяльністю в сфері послуг
9. Світовий ринок послуг. Міжнародна торгівля послугами

Перелік рекомендованої літератури

1. Вачевський, М.В., Скотний В.Г. Маркетинг в сферах послуг [Текст]: навч. посібник / М.В.Вачевський, Скотний В.Г. – К: Центр навчальної літератури, 2004. – 232 с.
2. Майдебура, Е.В. Маркетинг услуг [Текст] / Е.В.Майдебура. – К.: ВИРА-Р, 2001. – 574 с.
3. Ткаченко, Л.В. Маркетинг послуг [Текст] : підручник / Л.В.Ткаченко. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 192 с.
4. Шканова, О.М. Маркетинг послуг [Текст] : навч. посібник / О.М.Шканова. – К.: Кондор, 2003. – 304 с.
5. Румянцев, А.П., Коваленко Ю.О. Міжнародна торгівля послугами [Текст]: навч. посібник / А.П.Румянцев, Ю.О.Коваленко. - К: Центр навчальної літератури, 2003. – 112 с
6. Мазаракі, А.А., Ващенко Н.П. Світовий ринок товарів та послуг [Текст] / А.А.Мазарані, Н.П.Ващенко. – К., 1996.
7. Іванова Л.О., Семак Б.Б. Вовчанська О.М. Маркетинг послуг: навчальний посібник Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
8. Моргулець О. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. Київ: Центр учб. л-ри, 2012. 384 с.