

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

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС
з навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ»

Викладач (і) к.е.н., доц. Сокіл Яна Сергіївна
<http://feb.tsatu.edu.ua/teacher/sokil-yana-sergiyivna/>
Кількість кредитів 5
Загальна кількість годин 150

Загальний опис навчальної дисципліни

Анотація курсу. Дисципліна «Маркетинг послуг» спрямована на формування у здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спроможності аналізувати економічні та соціальні умови здійснення підприємницької діяльності, виявляти нові ринкові можливості та формувати нові бізнес-моделі.

Дисципліна зорієнтована на вивчення таких питань, як: сутність маркетингу та його походження, потреби, цінності та попит споживачів, обмін та ринки, товар, вартість і цінність товару, концепції маркетингу, сегментування ринку, диференціація ринкової пропозиції, позиціонування товарів на ринку, макро-та мікросередовище, сутність та складові комплексу маркетингу, сутність та інструменти інтернет-маркетингу, зміст поняття «маркетингові дослідження», основні напрямки та етапи маркетингових досліджень, зміст маркетингової товарної політики, сутність та класифікація товарів, параметри товарної номенклатури та асортименту продукції, концепція ЖЦТ, сутність маркетингової цінової політики, маркетингова політика комунікацій, рекламні засоби, види реклами, нерекламні засоби маркетингових комунікацій сутність маркетингової політики розподілу, маркетингова логістика, форми поширення продукції.

Метою вивчення дисципліни є формування знань щодо базових категорій маркетингу послуг, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.

Завдання дисципліни полягає у вивчення теоретичних понять категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічним апаратом організації маркетингової діяльності на підприємствах; набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності; вивчення теоретичних понять категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічним апаратом організації маркетингової діяльності на підприємствах; набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності

Результати навчання (компетентності)

Компетентності, які студент набере в результаті вивчення дисципліни

Спеціальність	Загальні компетентності (ЗК)	Спеціальні (фахові) компетентності (ФК)	Результати навчання (РН)
242«Туризм»	<p>ЗК04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу</p> <p>ЗК05. Прагнення до збереження навколишнього середовища</p> <p>ЗК06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел</p> <p>ЗК07. Здатність працювати в міжнародному контексті</p> <p>ЗК08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій</p> <p>ЗК09. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми</p>	<p>ФК1. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності</p> <p>ФК2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях</p> <p>ФК7. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту</p> <p>ФК8. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем</p> <p>ФК9. Здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах</p> <p>ФК10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал</p> <p>ФК11. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку</p> <p>ФК12. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу</p> <p>ФК13. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації</p>	<p>РН6. Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.</p> <p>РН7. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.</p> <p>РН9. Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.</p> <p>РН12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.</p> <p>РН14. Проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття.</p> <p>РН20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.</p> <p>ПР21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.</p>

Орієнтовний перелік тем лекцій

1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція
2. Сутність технологій STP маркетингу
3. Збір інформації та оцінка маркетингового середовища
4. Поняття комплексу маркетингу
5. Глобальний маркетинг
6. Інтернет - маркетинг
7. Маркетингові дослідження
8. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики
9. Засади маркетингового ціноутворення
10. Теорія маркетингових комунікацій

11. Теорія маркетингової політики розподілу

Орієнтовний перелік тем практичних занять

1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція
2. Сутність технологій STP маркетингу
3. Збір інформації та оцінка маркетингового середовища
4. Поняття комплексу маркетингу
5. Глобальний маркетинг
6. Інтернет - маркетинг
7. Маркетингові дослідження
8. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики
9. Засади маркетингового ціноутворення
10. Теорія маркетингових комунікацій
11. Теорія маркетингової політики розподілу

Політика курсу

✓ Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За пропуски занять без поважної причини здобувач вищої освіти буде неатестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані під час консультацій або на Освітньому порталі університеті.

✓ Через об'єктивні причини (наприклад, карантин, хвороба, участь у конференції, науковому проекті, міжнародному стажуванні) навчання може відбуватись в on-line формі на Освітньому порталі ТДАТУ з використанням системи Moodle або за посередництва інших інформаційно-комунікаційних платформ чи технологій за погодженням із викладачем курсу.

✓ Списування під час виконання контрольних заходів, диференційованого заліку та екзамену заборонені, зокрема із використанням мобільних гаджетів, комунікаційних засобів тощо.

✓ Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).

✓ Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися академічної етики: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність, дбайливо ставитись до обладнання та книжкового фонду ТДАТУ, виконувати графік освітнього процесу.

Рекомендована література

1. Годин С. Пурпура корова. Як створити незабутній продукт. Київ: Вид-во «Наш формат». 2018. 168 с.

2. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Вид-во: Диалектика. 2020. 880 с.

3. Маркетингові війни: Ел Райс і Джек Траут ; [пер. з англ. В. Стельмаха]. - Харків : Фабула : Ранок, 2019. 237 с.

4. Kotler Ph., Kaller K. Marketing management. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, 2015. 816 p.

5. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. Marketing 5.0: Technology for Humanity 1st Edition, 2021. 208p.

Гарант освітньої програми
к.е.н., доцент



Валентина Демко