



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ»

Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма	Маркетингова діяльність
Рівень освіти	Фахова передвища освіта
Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Назва циклової комісії	Циклова комісія з економіки та маркетингової діяльності
Тип дисципліни	Обов'язкова
Семестр	4
Мова викладання	Українська
Керівник курсу	Лунова Тетяна Сергіївна, викладач циклової комісії з економіки та маркетингової діяльності
Профайл керівника курсу	http://cba.nasoa.edu.ua/spivrobotniki/lunova-tetyana-sergiyivna/
Контактна інформація керівника курсу (e-mail), сторінка курсу в Moodle	E-mail: Сторінка курсу на платформі https://dist.nasoa.edu.ua/course/view.php?id=599
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Наявність систематичних та ґрунтовних знань з компонентів професійної підготовки освітньої програми, зокрема «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика»

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:			
			Лекцій	Практичних занять	Самостійна підготовка	Вид підсумкового контролю
	4	120	26	30	64	Екзамен

Опис дисципліни	<p>Навчальна дисципліна «Маркетинг послуг» є обов'язковою компонентою навчального плану.</p> <p>Мета дисципліни – формування компетентностей щодо теоретичних засад формування та функціонування системи маркетингової діяльності підприємств сфери послуг, методів вивчення ринку послуг, визначення шляхів та резервів розвитку підприємства сфери послуг в сучасних умовах, формування маркетингової стратегії та використання комплексу маркетингу підприємствами сфери послуг.</p> <p>Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оволодіти основними поняттями маркетингу послуг та методами вивчення ринку послуг; - розуміти основні принципи вибору конкурентних маркетингових
------------------------	--

	<p>стратегій діяльності для підприємств, що надають послуги;</p> <ul style="list-style-type: none"> - вивчити особливості маркетингової діяльності в найбільш поширених сферах послуг; - розуміти основні принципи та підходи до обґрунтування маркетингових рішень у сфері послуг; - вивчити сучасні методи здійснення маркетингових досліджень у сфері послуг; - знати послідовність процесу створення системи маркетингу підприємства сфери послуг та основні завдання і специфіку проведення етапів бізнес-планування; - вивчити комплекс маркетингу ринку послуг та розуміти особливості застосування інструментів маркетингу підприємствами, що надають послуги; - вивчити особливості застосування сучасних інструментів маркетингу для проведення підприємством рекламних кампаній у сфері послуг та вміти практично вирішувати маркетингові завдання із використанням можливостей Інтернету. <p>Формат проведення дисципліни: лекції, практичні заняття, самостійна робота.</p> <p>Здобувачі освіти мають змогу отримати індивідуальні консультації.</p>
<p>Результати навчання</p>	<p>Здобувач освіти повинен знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основи функціонування та розвитку маркетингу послуг; - сутність та складові маркетингової політики у сфері маркетингу послуг; - природу, характеристики і відмінні риси ринків товарів та послуг; - характеристики, особливості, методи і моделі маркетингу сфери послуг; - характеристики основних етапів процесу купівельної поведінки у сфері послуг, методів її аналізу й оцінки; - структуру зовнішнього оточення, видів і джерел маркетингової інформації, - специфіку маркетингових досліджень у сфері послуг; - застосування методів аналізу і прогнозування попиту на продукти сфери послуг ; - особливості реалізації комплексу маркетингу підприємства у сфері послуг. <p>Здобувач освіти повинен вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> - застосовувати сучасні моделі маркетингу послуг; - визначати концепцію маркетингу послуг, найбільш доцільну до використання у певних умовах; - вміти здійснювати розробку заходів щодо створення конкурентних переваг підприємства на ринку послуг; - розробляти комплекс маркетингу в залежності від особливостей обраної сфери послуг; - проводити маркетингові дослідження ринку послуг, систематизувати та аналізувати інформацію; - розробляти маркетингову політику, створювати умови для розширення спектру послуг, задоволення попиту споживачів на ринку послуг; - розробляти модель пакету послуг; - здійснювати сегментацію ринку послуг та обирати найбільш привабливі сегменти; - формувати поведінку споживача на етапі отримання послуги.
<p>Професійні компетентності</p>	<p>ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК. 4 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних</p>

	джерел. ЗК8. Здатність працювати в команді. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності.
Програмні результати навчання	РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів.
Програма навчальної дисципліни	Змістовний модуль 1. Сутність та основні риси послуг, ринку послуг та маркетингу послуг. Тема 1. Сутність послуг, їх характеристики. Ринок послуг. Тема 2. Становлення та розвиток маркетингу послуг як теоретичної дисципліни. Тема 3. Введення до маркетингу послуг. Тема 4. Якість послуг. Змістовний модуль 2. Особливості маркетингової діяльності підприємств сфери послуг. Тема 5. Маркетингові дослідження ринку послуг. Тема 6. Дослідження діяльності підприємства та вибір маркетингових стратегій Тема 7. Маркетинг торговельно-посередницьких та сервісних послуг. Тема 8. Маркетинг готельних та туристичних послуг. Тема 9. Маркетинг банківських та консалтингових послуг.
Методи навчання	У процесі викладання дисципліни використовується кредитно-трансферна система організації навчального процесу, що відповідає вимогам ЄКТС. Для досягнення навчальних завдань, загального розвитку особистості, зокрема: словесні: обговорення та аналіз лекційного матеріалу; конспектування; практичні: проведення практичних робіт та вправ із застосуванням виробничо-практичних методів; використання навчальних та контролюючих тестів; вирішення проблемних ситуаційних завдань; методи навчання за характером логіки пізнання: аналітичний; індуктивний та дедуктивний методи навчання; активні методи навчання: мозкова атака, диспути, розгляд та аналіз проблемних ситуацій, самооцінка знань, імітаційні методи навчання, використання навчальних та контролюючих тестів. Методи контролю і самоконтролю (усний, письмовий, тестування тощо).
Матеріально-технічне забезпечення навчальної дисципліни	Комп'ютери з програмним забезпеченням для виконання різних видів освітньої діяльності: Microsoft Office, Веб-браузери. Мультимедійний проектор, комп'ютер або ноутбук, використання Zoom, платформи Microsoft Teams та Moodle для дистанційного навчання
Політики навчальної дисципліни	Політика щодо академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами фахової передвищої освіти ФКБА НАСОА є передумовою для ефективного опанування результатами навчання і отримання позитивної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Складові політики академічної доброчесності регламентуються: Положенням про академічну доброчесність у Фаховому коледжі бізнесу та аналітики Національної академії статистики, обліку та аудиту затвердженим рішенням Педагогічної ради

коледжу ФКБА НАСОА, 28 серпня 2023 року, протокол № 1.

Відповідно до Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в ФКБА НАСОА та Положення про академічну доброчесність у ФКБА НАСОА у разі виявлення викладачем порушення студентом норм та правил академічної доброчесності, викладач зобов'язаний застосувати норми п.11.9 Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в ФКБА НАСОА, зокрема: «повторне проходження оцінювання (тест, залік, іспит тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента (модуля) освітньої програми»; відрахування з числа студентів коледжу.

Політика щодо відвідування занять. Здобувачі фахової передвищої освіти денної форми навчання зобов'язані відвідувати заняття. Поважними причинами для відсутності на заняттях є хвороба, академічна мобільність або інші випадки відсутності, які підтверджені документально. Якщо здобувач фахової передвищої освіти відсутній на заняттях з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та відповідно до графіку консультацій викладача.

Політика щодо перескладання. Здобувачі фахової передвищої освіти повинні дотримуватися термінів виконання усіх завдань, передбачених програмою навчальної дисципліни. Ліквідація академічної заборгованості та перескладання заліку проводиться після закінчення екзаменаційної сесії за окремим розкладом, складеним навчально-методичним відділом не пізніше наступного тижня після сесії.

Політика щодо оскарження результатів оцінювання. Якщо здобувач фахової передвищої освіти не згоден з оцінюванням рівня його знань, він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Фаховому коледжі бізнесу та аналітики НАСОА, затвердженим рішенням Вченої ради НАСОА, 28 серпня 2023 року, протокол № 1.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
2. Маркетинг для магістрів: навч. посібник / Національна академія управління / М.М. Єрмошенко (ред.), С.А. Єрохін (ред.). К. : Національна академія управління, 2020. 603с.
3. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посіб. / За ред. Буднікевич І. М. К. : «Центр учбової літератури», 2013. 536 с.
4. Палеха Ю.І., Палеха О.Ю. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг: Навч.посібник. К.: Видавництво Ліра-К, 2016. 480 с.
5. Шканова О.М. Маркетинг послуг. Навчальний посібник. Київ, "Кондор", 2017.302 с.

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

За результатами семестру здобувач фахової передвищої освіти отримує підсумкову оцінку за 100-бальною системою, яка розраховується як накопичена сума отриманих балів за всі види поточного, модульного та підсумкового контролю.

Умовою допуску до підсумкового контролю є набрання здобувачем фахової передвищої освіти 35 балів у сукупності за всіма темами дисципліни.

Якщо за результатами модульно-рейтингового контролю здобувач фахової передвищої освіти отримав сумарну кількість балів за два змістовні модулі, що не перевищує 34 бали, то здобувач вважається таким, що не виконав усі види робіт, які передбачаються навчальним планом з дисципліни «Маркетинг послуг» і направляє на повторний курс вивчення дисципліни.

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях, у т. ч.:	
	розв'язання практичного завдання за темою	від 0 до 2 балів
	виконання тестування за темою, усна відповідь	від 0 до 3 балів
МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ	Модульний контроль № 1	Максимальна оцінка – 10 балів
	Модульний контроль № 2	Максимальна оцінка – 15 балів
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Екзамен	Максимальна оцінка – 30 балів

Шкала оцінювання знань здобувачів фахової передвищої освіти

Оцінка за національною шкалою	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
Екзамен			
<i>Відмінно</i>	90-100	A	Здобувач фахової передвищої освіти демонструє високий рівень знань навчального матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни, достатньо реалізовує теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, виконав практичні завдання відмінно або з незначною кількістю помилок. За час навчання при проведенні практичних занять проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються
<i>Добре</i>	82-89	B	Здобувач фахової передвищої освіти демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною
	74-81	C	Здобувач фахової передвищої освіти в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Помилки у відповідях тарозрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.
<i>Задовільно</i>	64-73	D	Здобувач фахової передвищої освіти засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни. При вирішенні практичних завдань допускає значну кількість недоліків і суттєвих помилок.
	60-63	E	Здобувач фахової передвищої освіти має певні знання, передбачені в програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, здобувач фахової передвищої освіти з труднощами пояснює правила вирішення практичних завдань дисципліни, відсутнє розуміння порядку

			виконання завдання та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.
<i>Незадовільно</i>	35-59	FX	Здобувач фахової передвищої освіти може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму дисципліни здобувач фахової передвищої освіти виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є неправильними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у здобувача фахової передвищої освіти відсутні. Здобувач фахової передвищої освіти має можливість повторного складання.
	1-34	F	Здобувач фахової передвищої освіти повністю не виконав вимоги програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Обов'язковий повторний курс.

Розглянуто та затверджено на засіданні циклової комісії з економіки та маркетингової діяльності ФКБА НАСОА. Протокол № 1. (30.08.2023р.).