



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ»

Компонента освітньої програми – обов'язкова (4 кредити)

Освітньо-професійна програма	<i>Маркетинг</i>
Спеціальність	<i>075 «Маркетинг»</i>
Галузь знань	<i>07 «Управління та адміністрування»</i>
Рівень вищої освіти	<i>перший (бакалаврський)</i>
Мова навчання	<i>українська</i>
Профайл викладача (-ів)	<i>І.М.Буднікевич, д.е.н., професор кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку (http://mmix.cv.ua/staff/budnikevych-iryna-myhajlivna) І. І. Гавриш, к.е.н, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку (http://mmix.cv.ua/staff/gavrysh-iryana-ivanivna)</i>
Контактний тел.	<i>+380509813302</i>
Е-mail:	<i>i.gavrysh@chnu.edu.ua</i>
Сторінка курсу в Moodle	<i>https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3531</i>
Консультації	<i>понеділок та середа з 13.00 до 15.00</i>

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Маркетинг послуг» спрямована на формування у студентів компетентностей щодо теоретичних аспектів маркетингу у сфері послуг, розуміння специфіки ринку послуг, особливості послуги як, набуття практичних навичок пов'язаних із дослідженням, веденням та удосконаленням маркетингової діяльності підприємств сфери послуг (сервісних підприємств), засвоєнням сучасного інструментарію маркетингу на ринку послуг, опануванням основами формування та використання комплексу маркетингу сервісними компаніями, розумінням основ розроблення маркетингових стратегій організаціями сектору послуг.

Метою навчальної дисципліни є набуття студентами теоретичних знань та практичних навичок щодо маркетингової діяльності підприємств сфери послуг, проведення маркетингових досліджень на ринку послуг, визначення напрямків розвитку підприємств сфери послуг в сучасних умовах та використання комплексу маркетингу заходів у їх діяльності.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

МОДУЛЬ 1. СУТЬ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ ПОСЛУГ.	
Тема 1	<i>Суть, концепції, моделі та особливості маркетингу в сфері послуг.</i>
Тема 2	<i>Інформаційне забезпечення та маркетингові дослідження у сфері послуг.</i>
Тема 3	<i>Споживча поведінка та споживчі ризики на ринку послуг .</i>

Тема 4	Традиційні елементи комплексу маркетингу.
Тема 5	Специфічні елементи комплексу маркетингу.
МОДУЛЬ 2. ІНСТРУМЕНТАРІЙ МАРКЕТИНГУ У РІЗНИХ СЕКТОРАХ СФЕРИ ПОСЛУГ	
Тема 6	Маркетинг фінансових послуг (банківські, страхові, інвестиційні)
Тема 7	Маркетинг освітніх послуг
Тема 8	Маркетинг медичних послуг
Тема 9	Маркетинг у фешн та б'юті індустрії
Тема 10	Маркетинг ІТ послуг та послуг у сфері провайдингу
Тема 11	Маркетинг консалтингових, маркетингових та юридичних послуг
Тема 12	Маркетинг у сфері спорту

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі вивчення навчальної дисципліни використовуються інноваційні освітні технології: інформаційно-комунікаційні, технології студентоцентрованого навчання; проєктна діяльність; традиційні та інтерактивні форми і методи навчання, серед яких: лекція-візуалізація, семінар-дискусія, семінар-діалог, самостійно-дослідницька робота, аналіз і рішення ситуативних професійних психолого-педагогічних задач (Case study) та ін.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль: усне та письмове опитування, тестування, есе, творча робота, проєкт, презентація та ін.

Підсумковий контроль – екзамен.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- ✓ «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivetsko-ho-natsionalnoho-universytetu.pdf> ;
- ✓ «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwgb/polozhennia-chnu-pro-plahi-at-2023plusdodatky-31102023.pdf> .

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Беквіт Г. Продаючи невидиме. Керівництво із сучасного маркетингу послуг. Харків. 2018.272с.

2. 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.
3. Пошукові системи. URL : www.refine.org.ua: www.ukr.net: www.google.com.ua
4. Офіційний сайт Статиста. URL: <https://www.statista.com>
5. Онлайн платформа курсів <https://apps.prometheus.org.ua/>
6. Енциклопедії і довідники. URL : <http://vesna.sammit.kiev.ua/>,
<http://www.slovnyk.org/lnk/dic.html>.
7. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського. URL:
<http://www.nbuv.gov.ua/>.

*Детальна інформація щодо вивчення курсу «Маркетинг послуг» висвітлена у
робочій програмі навчальної дисципліни
<https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3531>*