

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ ПОСЛУГ

(назва навчальної дисципліни)

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до практичних занять
з навчальної дисципліни
підготовки докторів філософії
зі спеціальності 075 «Маркетинг»
(шифр і назва спеціальності)

2016 рік

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО:
кафедрою економіки і маркетингу, протокол № 16 від 20.04.2016р.

РОЗРОБНИКИ: Орлов П.А.
Рожко В.І.

1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

Метою проведення практичних занять з навчальної дисципліни «Маркетинг-менеджмент у сфері послуг» є систематизація, поглиблення та конкретизація знань, отриманих здобувачами на попередніх етапах навчання (лекціях, самостійних заняттях, консультаціях), оперативний контроль за ступенем засвоєння здобувачами матеріалу.

У ході практичних занять здобувач набуває професійних компетентностей та практичних навичок роботи з вирішення прикладних задач професійної діяльності.

Відповідно до програми навчальної дисципліни «Маркетинг-менеджмент у сфері послуг» на практичні заняття відводиться 20 год. навчального часу.

Практичні заняття з навчальної дисципліни «Маркетинг-менеджмент у сфері послуг» проводяться у аудиторіях Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.

Проведення практичних занять ґрунтується на попередньо підготовленому методичному матеріалі – тестах для виявлення ступеня оволодіння необхідними теоретичними положеннями, наборі завдань різного рівня складності для розв'язування їх на занятті. Воно включає проведення попереднього контролю знань, вмінь і навичок студентів, постановку загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю студентів, розв'язування завдань із їх обговоренням, розв'язування контрольних завдань, їх перевірку, оцінювання.

При підготовці до конкретного практичного заняття в межах виконання відповідного завдання (табл. 2.1) здобувачі формують доповідь, есе, що відповідає зазначеним викладачем вимогам, та захищають його під час аудиторного заняття перед викладачем і аудиторією одногрупників.

2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Завдання для практичних занять, які передбачені навчальним планом і програмою навчальної дисципліни для засвоєння теоретичних знань і практичних навичок, наведені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Перелік тем та завдань для практичних занять

№ з/п	Назва теми	Компетентності, які забезпечуються	Програмні питання і завдання	Кількість годин	Необхідне ПЗ*	Література
Змістовий модуль I. Теоретичні основи маркетинг-менеджменту у сфері послуг						
1.	Тема 1. Особливості й основні	Здатність усвідомлювати понятійний апарат маркетинг-	1 Роль сфери послуг в економіці	2	...	Основна: [1, 3, 4]. Додаткова:

№ з/п	Назва теми	Компетентності, які забезпечуються	Програмні питання і завдання	Кількість годин	Необхід не ПЗ*	Література
	проблеми маркетинг-менеджменту у сфері послуг	менеджменту сфери послуг	суспільного життя. 2 Сутність, необхідність і сучасні підходи до визначення поняття «менеджмент послуг». 3 Особливості маркетинг-менеджменту в сфері послуг і їх вплив на систему керування підприємством.			[8, 12] Ошибка ! Источники не найден.
2.	Тема 2. Планування у сфері послуг	Здатність застосовувати планування в управлінні сферою послуг	1. Організація підприємства як система управління (самоврядна система). 2. Внутрішнє середовище й зовнішнє середовище організації сфери послуг, її основні елементи. 3. Модель організації (підприємства) як об'єкта управління: закрита й відкрита система.	2	...	Основна: [2; 5]. Додаткова: [9; 10]
	Тема 3. Організаційні відносини на підприємствах сфери послуг	Здатність визначити організаційні відносини на підприємствах сфери послуг	1. Структура, функціонування й життєвий цикл підприємства сфери послуг 2. Система управління персоналом туристського підприємства 3. Система	2		Основна: [4; 6]. Додаткова: [7; 9; 10]

№ з/п	Назва теми	Компетентності, які забезпечуються	Програмні питання і завдання	Кількість годин	Необхідне ПЗ*	Література
			управління персоналом підприємства ЖКГ 4. Мотивація персоналу в діяльності підприємств ресторанного господарства 5. Система маркетинг-менеджменту підприємства сфери послуг (на прикладі підприємства на вибір здобувача)			
	Тема 4. Мотивація, стимулювання й оплата праці у сфері послуг	Здатність здійснювати мотивацію, стимулювання праці в сфері послуг	1. Система планування діяльності підприємства сфери послуг 2. Системно-комплексний і програмно-цільовий підходи в менеджменті підприємства	2		Основна: [2; 5]. Додаткова: [8; 11]
	Тема 5. Контроль як функція маркетинг-менеджменту у сфері послуг	Здатність здійснювати контроль маркетинг-менеджменту в сфері послуг	1. Складові маркетинг-менеджменту на підприємствах сфери послуг. 2. Основні проблеми маркетинг-менеджменту в сфері послуг.	2	...	Основна: [3; 7]. Додаткова: [11; 12]
Разом за змістовим модулем I				10		
Змістовий модуль II. Економічні аспекти управлінських рішень у системі маркетинг-менеджменту послуг						
	Тема 6. Управління персоналом клієнтоорієнтованої організації	Здатність управляти персоналом підприємства сфери послуг	1 Управління персоналом як частина загального управління.2	...	Основна: [5; 6]. Додаткова: [9; 12]

№ з/п	Назва теми	Компетентності, які забезпечуються	Програмні питання і завдання	Кількість годин	Необхідне ПЗ*	Література
			Кадрова політика. 2 Планування роботи з персоналом. Відбір персоналу. Адаптація персоналу			
	Тема 7. Стратегічний маркетинг-менеджмент у сфері послуг	Здатність усвідомлювати принципи стратегічного менеджменту у сфері послуг	1. Методи маркетинг-менеджменту в сфері управління підприємства сфери послуг. 2. Механізм і особливості прийняття управлінських рішень на підприємствах сфери послуг	2		Основна: [2; 5]. Додаткова: [10; 12]
	Тема 8. Управління сервісними операціями	Здатність усвідомлювати принципи стратегічного менеджменту у сфері послуг	1. Стратегічне планування на підприємствах транспортної сфери. 2. Оперативне планування на підприємствах сфери послуг	2		Основна: [1; 5]. Додаткова: [9; 12]
	Тема 9. Інформаційне забезпечення розробки й прийняття управлінських рішень на підприємствах сфери послуг	Здатність використовувати методи й моделі розробки управлінських рішень у сервісній діяльності	1. Лінійна й функціональна організаційні структури управління: переваги, недоліки, сфери послуг. 2. Лінійно-функціональна й лінійно-штабна організаційні структури управління: переваги, недоліки, сфери застосування. 3. Дивізійна організаційна	2	Micro soft Excel	Основна: [1; 3]. Додаткова: [9; 11]

№ з/п	Назва теми	Компетентності, які забезпечуються	Програмні питання і завдання	Кількість годин	Необхідне ПЗ*	Література
			структура управління: переваги, недоліки, сфери застосування. 4. Матрична й програмно-цільова організаційні структури управління: переваги, недоліки, сфери застосування..			
	Тема 10. Методи й моделі розробки управлінських рішень у сервісній діяльності.	Здатність використовувати методи й моделі розробки управлінських рішень у сервісній діяльності	1. Адміністрування й лідерство в системі менеджменту підприємств сфери послуг. 2. Стили керівництва в системі маркетинг-менеджменту організації. 3. Управлінська культура в системі маркетинг-менеджменту підприємств сфери послуг. 4. Оцінка ефективності маркетинг-менеджменту організації у сфері послуг.	2	Microsoft Excel	Основна: [2; 3]. Додаткова: [8; 10;11]
Разом за змістовим модулем II				10		
Разом за навчальною дисципліною				20		

*ПЗ – програмне забезпечення

3. ТИПОВИЙ ПРИКЛАД ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття №1:

Тема 1. Особливості й основні проблеми маркетинг-менеджменту у сфері послуг

Завдання: оволодіння понятійним апаратом, що використовується у маркетинг-менеджменті сфери послуг.

Мета заняття: формування у здобувачів компетентностей щодо здатності усвідомлювати понятійний апарат маркетинг-менеджменту у сфері послуг

Основні теоретичні відомості: здобувач має знати поняття, сутність і специфіку маркетинг-менеджменту сфери послуг, його функції й принципи; теоретичні й практичні проблеми соціокультурного менеджменту.

Тестові питання

1. Особливостями сфери послуг в сучасних умовах господарювання є:
 - а) нечутливість до ринкової кон'юнктури;
 - б) можливість транспортування послуг;
 - в) високий динамізм розвитку;
 - г) універсальний характер послуг;
 - д) індивідуальність і нестандартність надання послуг.
2. Головними факторами розвитку сфери послуг є:
 - а) ріст доходів на душу населення;
 - б) науково-технічний прогрес;
 - в) автоматизація сільською господарства;
 - г) розвиток міжнародної торгівлі послугами;
 - д) структурно-технічна перебудова виробництва
3. До економічних функцій сфери послуг відносяться:
 - а) створення додаткових матеріальних благ;
 - б) відтворення робочої сили;
 - в) зниження витрат праці в домашніх господарствах;
 - г) забезпечення безпеки держави;
 - д) обслуговування матеріального виробництва
4. Додаткові матеріальні блага створюють такі види послуг:
 - а) освіта і наука;
 - б) транспорт і зв'язок;
 - в) побутове обслуговування;
 - г) фінанси і страхування;
 - д) усі види послуг.
5. Розподільчо-обмінний сектор сфери послуг включає:
 - а) транспорт і зв'язок;
 - б) торгівлю і фінанси;
 - в) науку і освіту;
 - г) управління і страхування;
 - д) охорону здоров'я і безпеку держави.
6. Послуга - це...

- а) результат діяльності сервісного підприємства;
- б) невидимий товар;
- в) те, що можна купити, але не можна відчути;
- г) користь, що надається у формі діяльності;
- д) усі відповіді вірні;
- е) усі відповіді невірні.

7. Особливість послуги, що полягає в коливання її якості це:

- а) невідривність виробництва і споживання;
- б) невідчутність;
- в) мінливість;
- г) неможливість зберігання;
- д) індивідуальність.

8. Стандарти обслуговування розробляють для:

- а) збільшення відчутності послуг;
- б) можливості їх збереження і транспортування;
- в) зменшення мінливості послуг;
- г) підвищення ефективності управління ними;
- д) можливості відділення виробництва і споживання послуг.

9. Головними елементами системи сервісного підприємства є:

- а) покупець, продавець, система надання і фізичне оточення;
- б) клієнт, сервісний службовець і система надання;
- в) клієнт, система надання, обслуговуючий персонал і політика фірми;
- г) покупець, продавець, культура обслуговування;
- д) жодна відповідь невірна

10. До позитивних чинників розвитку сфери послуг України можна віднести:

- а) появу на українському ринку іноземних конкурентів;
- б) нормативно-правову базу, що регулює діяльність сфери послуг;
- в) зміцнення малого і середнього бізнесу;
- г) невисокий рівень конкуренції;
- д) рівень життя населення.

Очікуваний результат виконання завдання: оволодіння знаннями щодо розробки та прийняття управлінських рішень у сфері послуг.

4. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ УСПІШНОСТІ НАВЧАННЯ

Виконання кожного завдання для практичних занять оцінюється відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця (табл. 4.1).

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

Розподіл балів за виконання завдань до практичних занять у межах тем змістових модулів наведено в табл. 4.2.

Таблиця 4.2

Розподіл балів за завданнями та змістовними модулями

Завдання для практичних занять	Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2					Сума балів
	ЗПЗ1	ЗПЗ2	ЗПЗ3.	ЗПЗ4	ЗПЗ5	ЗПЗ6	ЗПЗ7	ЗПЗ8	ЗПЗ9	ЗПЗ10	
Максимальна кількість балів	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	46

ЗПЗ – завдання для практичних занять.

Оцінки за цією шкалою заносяться до відомостей обліку успішності здобувача та іншої академічної документації.

5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**5.1. Основна**

...
1. Заславська, К. А. Менеджмент підприємств малого бізнесу [Текст] : навч. посіб. / Харківський національний економічний університет. – Х. : ХНЕУ, 2011. – 199 с.

2. Ламбен, Ж. -Ж. Менеджмент, орієнтований на ринок. Стратегический и операционный маркетинг [Текст] : пер. с англ. / пер. под ред. В.Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2004. – 796 с.

3. Мироненко, М. А. Менеджмент ощадливого виробництва [Текст] :

навч. посіб. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Дніпропетровськ : Пороги, 2011. – 399 с. – (іл.). – 978-617-518-165-2. – Бібліогр.: с. 390-394.

4. Нечаюк, Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 346 с.

5. Немцов, В. Д. Менеджмент організацій [Текст] : навч. посіб. – К. : ЕксОб, 2001. – 388 с

6. Сорокина, М. В. Менеджмент торгового підприємства [Текст]. – СПб. : Питер, 2003. – 528 с. – (іл.). – Серія "Теория и практика менеджмента".

5.2. Додаткова

7. Пол Милгром, Джон Робертс. Экономика, организация и менеджмент. Том 1,2 / Пер.с англ. Издательство ГУ-ВШЭ, 2011, 468 с. (516с.)

8. Харринг Дж. Бенчмаркинг в лучшем виде//СПб.:Питер, 2011.-176с.

9. Эллиот Тр., Герберт Г. Интегрированные бизнес-системы Экспресс-курс // М.:Фаир-пресс, 2010. -272с.

10. Ари Де Гиус Живая компания: рост, научение и долгожительство в деловой среде. // СПб.:Стокгольмская школа экономики, 2011. - 222с.

11. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры.- СПб, 2007

12. . Jacobs R.W. Real Time Strategic Change. San Francisco: Berrett-Koehler, 2006.

5.3. Ресурси Інтернет

13. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://www.nbuv.gov.ua/>

14. Офіційний сайт Харківської державної наукової бібліотеки ім. В.Г. Короленко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://korolenko.kharkov.com/>