



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Маркетинг послуг»**

<b>Спеціальність</b>	<i>Всі спеціальності</i>
<b>Освітня програма</b>	<i>Всі програми</i>
<b>Освітній рівень</b>	<i>Другий (магістерський)</i>
<b>Статус дисципліни</b>	<i>Вибіркова</i>
<b>Мова викладання</b>	<i>Українська, англійська</i>
<b>Курс / семестр</b>	<i>1 курс, 2 семестр</i>
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	<i>5</i>
<b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>	<i>Лекції – 20 год. Практичні – 20 год. Самостійна робота – 110 год.</i>
<b>Форма підсумкового контролю</b>	<i>Залік</i>
<b>Кафедра</b>	<i>Туризму, проспект Науки 9-А, м. Харків, 1-ий корпус, ауд. 316. Тел. 38(057)758-77-26 (дод. 451) <a href="http://www.hneu.edu.ua/Department_of_tourism">http://www.hneu.edu.ua/Department_of_tourism</a></i>
<b>Викладач</b>	<i>Стрижак Олена Олегівна, доцент кафедри туризму, кандидат економічних наук</i>
<b>Контактна інформація викладача</b>	<i><a href="mailto:sssellennnn@gmail.com">sssellennnn@gmail.com</a></i>
<b>Дні занять</b>	<i>Згідно діючого розкладу занять</i>
<b>Консультації</b>	<i>Відповідно до графіку</i>
<b>Мета</b> навчальної дисципліни - 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.	
<b>Передумови для навчання</b> <i>Економіка підприємства, Міжнародна економіка, Маркетинг / Знання основ функціонування та розвитку ринку послуг, навички з виробництва та реалізації послуг</i>	
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>	
<b>Змістовий модуль 1.</b> Сутність та особливості маркетингу послуг. Тема 1. Сфера послуг в сучасному суспільстві. Тема 2. Ринок послуг та його характеристики. Тема 3. Особливості маркетингу послуг. Тема 4. Маркетингові дослідження на ринку послуг. Тема 5. Споживча поведінка на ринку послуг.	
<b>Змістовий модуль 2.</b> Комплекс маркетингу підприємства сфери послуг. Тема 6. Якість послуги та стандарти обслуговування. Тема 7. Ціна та ціноутворення на послуги. Тема 8. Маркетингова стратегія підприємства сфери послуг. Тема 9. Комунікативна політика у сфері послуг. Тема 10. Просування послуг.	
<b>Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни</b> <i>Для опанування навчальної дисципліни необхідним є використання мультимедійних засобів</i>	
<b>Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)</b>	<i>РНПД, Технологічна карта, лекції, завдання для практичних та самостійних занять, інформаційні матеріали, завдання для перевірки знань. (<a href="https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5579">https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5579</a>)</i>
<b>Рекомендовані джерела</b> <i>Основні джерела: 1. Kapoor Dr. S. K. Service Marketing: Concepts &amp; Practices. - Tata McGraw-Hill Education, 2011. - 432 p.; 2. Mudie P., Pirrie A. Services Marketing Management. - Routledge, 2012. - 280 p.; 3. Wirtz J., Lovelock Ch. Services Marketing: People, Technology, Strategy; 8th</i>	



*Edition. - World Scientific (Us). 2016. - 801 p.; 4. Zeithaml V. A. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. - McGraw Hill Education (India) Private Limited, 2013. - 711 p.; 5. Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. – Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 508 с.; 6. Мальченко В. М. Маркетинг послуг. - К.: КНЕУ, 2006. - 325 с.; 7. Пащук О. В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід: Навч. посіб. – К.: ВД «Професіонал», 2005. – 560 с. Допоміжні джерела: 8. Aldoshyna M., Stryzhak O. Relationship marketing in tourism // Інфраструктура ринку. – 2020. - № 43. – 108-113.; 9. Bhattacharya C. Services Marketing. - Excel Books India, 2009. - 698 p.; 10. Wirtz J. Essentials of Services Marketing; 2th Edition. - FT Press, 2012. – 720 p.; 11. Маркетинг послуг: Навчальний посібник для студентів спеціальності «Маркетинг» (Тексти лекцій) / Котвіцька А. А., Чмихало Н. В., Вороніна О. М.; за заг. ред. проф. А. А. Котвіцької. - Х.: НФаУ, 2016. – 140 с.*

**Система оцінювання результатів навчання**

*Система оцінювання включає поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних та практичних занять з цієї дисципліни й оцінюється сумою набраних балів; підсумковий модульний контроль, що проводиться у формі письмової контрольної роботи, відповідно до графіку навчального процесу (максимальна кількість – 100 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 60 балів).*

**Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни**

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Лекції (активна робота)	10
Практичні заняття (активна робота)	10
Завдання за темами	10
Індивідуальні опитування	10
Компетентнісно-орієнтовані завдання	20
Презентації	20
Письмові контрольні роботи	20
<b>Максимальна кількість балів</b>	<b>100</b>

**Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та ХНЕУ ім. С. Кузнеця**

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

**Політики навчальної дисципліни**

*Під час вивчення даної дисципліни обов'язковим є дотримання політики дотримання академічної доброчесності, політики щодо пропусків занять та політики щодо виконання завдань пізніше встановленого терміну.*

*Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.*