



Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинг у сфері міжнародних послуг»

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Освітній рівень	другий (магістерський)
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 курс, 1 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	Кількість кредитів за навчальним планом 5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 20 год. Практичні – 20 год. Самостійна робота – 110 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Маркетингу, ауд. 413, 702-02-65, http://www.eim.hneu.edu.ua/
Викладач	Лисиця Надія Михайлівна, професор
Контактна інформація викладача	nashakafedra_eim@ukr.net
Дні занять	
Консультації	За домовленістю дистанційно на платформі Meet, zoom

Мета навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни є формування системи знань, вмінь і практичних навичок щодо теоретичних засад та методико-практичного інструментарію маркетингу міжнародних послуг.

Передумови для навчання

Перелік попередньо прослуханих дисциплін: маркетинг, маркетингові комунікації, поведінка споживачів, бренд менеджмент

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетингу міжнародних послуг

Тема 1. Парадигми міжнародного маркетингу

1. Парадигма геобізнеса (Стокгольмська школа)
2. Парадигма взаємодії.
3. Нова маркетингова парадигма.
4. Способи інтернаціоналізації компанії.

Тема 2. Суть міжнародних послуг. Середовище в сфері міжнародних послуг

1. Природа надання міжнародної послуги.
2. Надання міжнародної послуги з позиції різних перспектив.
3. Роль інших покупців в процесі надання міжнародної послуги.
4. Класифікація фірм з точки зору міжнародної перспективи.
5. Глобальна навколишнє середовище в сфері бізнесу послуг. Форми глобалізації.

Тема 3. Специфічні особливості маркетингу в сфері міжнародних послуг

1. Цілі і завдання маркетингу в сфері міжнародних послуг.
2. Типи реалізації маркетингу міжнародних послуг.
3. Особливості розвитку маркетингу міжнародних послуг.
4. Особливості маркетингу міжнародних послуг.

Тема 4. Міжнародні моделі маркетингу послуг

1. Модель послуг Д. Ратмела.
2. Модель послуг П.Ейгліє, Е. Ланггарда.
3. Моделі послуг К. Гренроса і М. Бітнер.



4. Модель послуг Ф. Котлера та Л. Бері.

Тема 5. Класифікація країн світу за рівнем розвитку сфери послуг. Культурне середовище і його вплив на міжнародний бізнес

1. Країни з високим, середнім і низьким рівнем розвитку сфери послуг.
2. Рейтинг країн за ІРЛП.
3. Моноактивні, поліактивні, реактивні культури.
4. Роль соціально відповідального маркетингу в сфері міжнародних послуг.

Змістовий модуль 2. Особливості комплексу маркетингу у сфері міжнародних послуг

Тема 6. Моделі поведінки споживачів міжнародних послуг

1. Модель SABONE Ж. Ф. Кролару.
2. Модель Ф. Котлера.
3. Модель мотивованого споживача.
4. Модель споживача - конформіста.

Тема 7. Модель оцінки цінності міжнародної послуги

1. Визначення цінності.
2. Модель В. Зейтамля.
3. Визначення стратегії (Б.Д. Хендерсон) і її різновиди при наданні міжнародної послуги.

Тема 8. Види класифікацій міжнародних послуг і особливості їх просування

1. Групи послуг по сегментації ринку.
2. Група послуг по цілі і інтенсивності вкладеної праці.
3. Класифікація послуг Lovelock, Yip.
4. Стратегії просування послуг.

Тема 9. Політика просування міжнародної послуги

1. Інтегроване міжнародне просування.
2. Переваги стандартизації.
3. Проблеми адаптації в сфері міжнародних послуг.

Тема 10. Особливості презентації як форми просування міжнародної послуги

1. Модель ABCD.
2. Модель РЕЕР.
3. Правило 5-ти.
4. Меппінг.

Матеріально-технічне забезпечення дисципліни

мультимедійне обладнання

Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)

Робоча програма навчального курсу, технологічна карта, методичні вказівки для самостійної роботи та практичних занять, ККР, презентації лекцій, зразок екзаменаційного білету
<https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5032>

Рекомендовані джерела

Основна

1. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха ; під заг. редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. - 315 с
2. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини. – Умань : Візаві, 2018. – 191 с.
3. Лисица Н.М. Международный маркетинг. Учебн.пособ. / Лисица Н.М., Рогожин



В.Д., Юрченко В. В. – Х. Издательский дом «ИНЖЭК» . – 2004. – 176с.

4. Попова Н. В. Маркетинг довіри: методологічні основи, умови та моделі розвитку : монографія / Н. В. Попова, Л. В. Базалієва, Г. С. Невертій, А. В. Катаєв, О. Б. Андрющенко, О. І. Кононов ; за редакцією Н. В. Попової. Харків : «Факт», 2021. - 212 с

5. Natalia Rubio, María Jesús Yagüe. Customer Loyalty and Brand Management / MDPI: Basel- Beijing - Wuhan - Barcelona – Belgrade, 2019. – 108 p.

Додаткова

6. 4 Loyalty Marketing Strategies to Keep Your Customers Happier, Longer

<https://www.wordstream.com/blog/ws/2019/07/18/loyalty-marketing>

7. Пономаренко В. С. Механизм управления предприятием: стратегический аспект / В. С. Пономаренко, Е. Н. Ястремская, В. М. Луковский. – Харьков: Изд. ХГЭУ, 2002. – 252 с.

Інформаційні ресурси

8. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг». Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12>

9. Закон України «Про рекламу». Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>

10. Сайт персональних навчальних систем ХНЕУ: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5032>

Система оцінювання результатів навчання

Під час поточного контролю студент отримує максимально 60 балів і вважається атестованим, якщо отримав не менше 35 балів.

Під час підсумкового контролю отримує максимально 40 балів і вважається атестованим, якщо отримав не менше 25 балів.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в технологічній карті дисципліни.

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Робота на лекціях	10
Робота на практичних заняттях	10
Творчі завдання	20
Презентації	15
Письмова контрольна робота	5
Екзамен	40
Максимальна кількість балів	100

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	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано



1 – 34	Ф	
Політики навчальної дисципліни <i>Політика дотримання академічної доброчесності, Політика щодо пропусків занять, Політика щодо виконання завдань пізніше встановленого терміну, тощо</i>		
<i>Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни (посилання).</i>		

Силабус затверджено на засіданні кафедри «5» листопада 2021 р. Протокол № 4