

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



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з наукової роботи
та міжнародного співробітництва

Володимир ЄРМАЧЕНКО

Маркетинг-менеджмент у сфері послуг

робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань **07 «Управління та адміністрування»**

Спеціальність **075 «Маркетинг»**

Освітній рівень **третій (освітньо-науковий)**

Освітня програма **«Маркетинг»**

Статус дисципліни **вибіркова**

Мова викладання, навчання та оцінювання **українська**

Завідувач кафедри маркетингу

Людмила ГРИНЕВИЧ

Харків
2021

Затверджено
на засіданні кафедри маркетингу
Протокол № 11 від 25.02.2021

Розробник
Рожко В.І., к.е.н., доц. кафедри маркетингу

**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

Анотація навчальної дисципліни

Особливості маркетинг-менеджменту у сфері послуг формуються шляхом системної характеристики трьох базових елементів системи менеджменту: цілей, ресурсів і інструментів. Усі названі компоненти мають відмітні риси, обумовлені специфікою послуг як економічних благ і товарів. Однак справа ускладнюється тим, що й «внутрішні» відмінності в сфері послуг досить значні: це стосується як цільової складової надання послуг, так і характеру проявів класичних рис послуг і різних вимог до ресурсних компонентів. Особливе місце в менеджменті послуг займає маркетинг. Широке коло управлінських питань розглядається насамперед з маркетингової позиції. Чим більшою мірою враховуються особливості послуг у керуванні організацією, тем більшою мірою збігаються проблемні області менеджменту й маркетингу на підприємствах сфери послуг.

Тому виникає необхідність детально розглядати та досліджувати нові підходи до застосування принципів маркетинг-менеджменту у сфері послуг при навчанні маркетологів.

Метою навчальної дисципліни «Маркетинг-менеджмент у сфері послуг» є освоєння основ управлінської діяльності, маркетингового інструментарію, а також розуміння специфіки керування сервісним підприємством.

Навчальна дисципліна «Маркетинг-менеджмент у сфері послуг» належить до вибіркових дисциплін підготовки здобувачі освітньо-наукового ступеня "доктор філософії" та вивчається згідно з навчальним планом підготовки докторів філософії зі спеціальності "075 Маркетинг".

Курс	1А
Семестр	2
Кількість кредитів ECTS	5
Форма підсумкового контролю	залік

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
Маркетинг взаємовідносин з партнерами	Інноваційні технології в маркетингу
Соціально-відповідальний маркетинг	Маркетинг-менеджмент на ринку товарів
Маркетингові комунікації	Університетська практика
Статистика	Математичні методи, моделі та інформаційні технології у наукових дослідженнях
Рекламний менеджмент	
Сучасні інформаційні технології в наукових і маркетингових дослідженнях	
Психологічні аспекти маркетингу і реклами	
Ділові переговори в маркетингу	

Компетентності та результати навчання за дисципліною

Компетентності	Результати навчання
Здатність усвідомлювати понятійний апарат менеджменту сфери послуг. Здатність застосовувати планування в управлінні сферою послуг. Здатність визначати організаційні відносини на підприємствах сфери послуг. Здатність здійснювати мотивацію, стимулювання праці в сфері послуг. Здатність здійснювати контроль менеджменту в сфері послуг. Здатність керувати персоналом підприємства сфери послуг. Здатність усвідомлювати принципи стратегічного менеджменту у сфері послуг. Здатність використовувати методи й моделі розробки управлінських рішень у сервісній діяльності.	Вміти аналізувати співвідношення втілених тенденцій в управлінські технології, що й намітилися напрямки їх розвитку. Розробляти проекти соціально-культурного розвитку муніципальних утворів, регіонів. Розробляти статут, положення, посадові інструкції й іншу організаційну документацію в установах сфери послуг. Застосовувати систему стимулювання й мотивації творчих працівників. Володіти навичками прийняття рішень у можливих нестандартних ситуаціях в управлінській діяльності установ сфери послуг. Визначати ефективність системи управління в конкретних установах сфери послуг.

Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетинг-менеджменту у сфері послуг

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

- 1.1 Сутність, необхідність і сучасні підходи до визначення поняття «менеджмент послуг».
- 1.2 Особливості менеджменту у сфері послуг і їх вплив на систему управління підприємством.
- 1.3 Складові менеджменту на підприємствах сфери послуг.

Тема 2. Планування у сфері послуг

- 2.1 Планування й ціліпостановка в організаціях сфери послуг.
- 2.2 Види, принципи й етапи планування.
- 2.3 Методи планування в сфері послуг

Тема 3. Організаційні відносини на підприємствах сфери послуг

- 3.1 Організаційний процес і організаційні відносини в організаціях сфери послуг.
- 3.2 Поділ праці й види департаменталізації. Властивості, характеристики й типи організаційних структур.
- 3.3 Механістичні структури у сфері послуг. Органічні структури у сфері послуг

Тема 4. Мотивація, стимулювання й оплата праці у сфері послуг

4.1 Мотивація як функція менеджменту.

4.2 Зв'язок мотивації й стимулювання праці.

4.3 Теорії трудової мотивації і їх практичне значення. Форми й системи оплати праці на підприємствах сфери послуг

Тема 5. Контроль як функція маркетинг-менеджменту у сфері послуг

5.1 Поняття й види контролю.

5.2 Основні етапи контрольного циклу.

5.3 Контроль людських ресурсів. Особливості контролю комерційних і некомерційних.

Змістовий модуль 2. Економічні аспекти управлінських рішень у системі маркетинг-менеджменту послуг

Тема 6. Управління персоналом клієнтоорієнтованої організації

6.1 Планування роботи з персоналом. Відбір персоналу. Адаптація персоналу.

6.2 Оцінка результативності персоналу в організації.

6.3 Професійне навчання. Управління кар'єрою. Оцінка ефективності управління персоналом

Тема 7. Стратегічний маркетинг-менеджмент у сфері послуг

7.1 Поняття стратегічного менеджменту. Сутність стратегії. Класифікація стратегій.

7.2 Основні методи розробки стратегій.

7.3 Організаційний потенціал фірми. Основні одиниці аналізу. Реалізація стратегій. Оцінка стратегій

Тема 8. Управління сервісними операціями

8.1 Прогнозування попиту на послуги.

8.2 Управління запасами у сфері послуг.

8.3 Управління транспортним обслуговуванням.

Тема 9. Інформаційне забезпечення розробки й прийняття управлінських рішень на підприємствах сфери послуг

9.1 Інформаційне забезпечення розробки й прийняття управлінських рішень на підприємствах сфери послуг

Тема 10. Методи й моделі розробки управлінських рішень у сервісній діяльності

10.1 Методи й завдання стратегічного менеджменту у сфері послуг.

10.2 Механізм і порядок формування стратегій у сфері послуг. Класифікація стратегій у розвитку діяльності підприємств сервісу.

10.3 Методи й моделі розробки управлінських рішень у сервісній діяльності.

Методи навчання та викладання

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так і інтерактивних навчальних технологій, серед яких: лекції проблемного характеру, міні-лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, мозкові атаки, кейс-метод, презентації (табл.).

Розподіл методів навчання та викладання за темами навчальної дисципліни

Тема	Практичне застосування навчальних технологій
Тема 1. Особливості й основні проблеми маркетинг-менеджменту в сфері послуг	Лекція проблемного характеру з питання "Роль сфери послуг в суспільному житті", робота в малих групах, презентація результатів,
Тема 2. Планування у сфері послуг	Міні-лекція з питання "Види, принципи планування"
Тема 3. Організаційні відносини на підприємствах сфери послуг	Лекція проблемного характеру з питання "Організаційний процес і організаційні відносини в організаціях сфери послуг", робота в малих групах, презентація результатів
Тема 4. Мотивація, стимулювання й оплата праці в сфері послуг	Міні-лекція з питання "Мотивація як функція маркетинг-менеджменту", робота в малих групах, презентація результатів
Тема 5. Контроль як функція маркетинг-менеджменту у сфері послуг	Лекція проблемного характеру з питання "Основні етапи контрольного циклу", робота в малих групах, презентація результатів
Тема 6. Управління персоналом клієнтоорієнтованої організації	Лекція проблемного характеру з питання "Оцінка результативності персоналу в організації"
Тема 7. Стратегічний маркетинг-менеджмент у сфері послуг	Міні-лекція з питання "Основні методи розробки стратегій"
Тема 8. Управління сервісними операціями	Міні-лекція з питання "Управління запасами в сфері послуг"
Тема 9. Інформаційне забезпечення розробки й прийняття управлінських рішень на підприємствах сфери послуг	Лекція проблемного характеру з питання "Методи й завдання стратегічного маркетинг-менеджменту в сфері послуг", робота в малих групах, презентація результатів
Тема 10. Методи й моделі розробки управлінських рішень у сервісній діяльності	Міні-лекція з питання "Методи й моделі розробки управлінських рішень у сервісній діяльності"

Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у здобувачів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні та практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у здобувачів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою.

Контрольні заходи включають поточний і підсумковий контроль.

Оцінювання здобувачів здійснюється у відповідності з накопичувальною бально-рейтинговою системою оцінки успішності.

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Лекційні заняття	20
Практичні заняття (завдання за 10 темами)	20
Домашнє завдання	12
Презентація (дві за семестр)	6
Есе (два за семестр)	12
Письмова контрольна робота – 2 (за теоретичними питаннями, практичними завданнями та ситуаційними вправами)	10
Колоквіум (2 колоквіуми за семестр)	20
Максимальна кількість балів	100

Підсумкова кількість балів з навчальної дисципліни (максимум 100 балів), визначається як сума (проста) балів за результати успішності здобувача при поточному контролі, включаючи колоквіум.

Бали, отримані за колоквіуми, додаються до балів за поточну успішність. Залік виставляється за результатами роботи здобувача впродовж усього семестру. Порядок та критерії оцінювання зазначаються у робочій програмі навчальної дисципліни та технологічній карті. Сумарний результат у балах складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – незараховано" заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни

У випадку отримання менше 60 балів, здобувач обов'язково здає залік після закінчення екзаменаційної сесії у визначений відділом аспірантури і докторантури термін, але не пізніше двох тижнів після початку семестру. У випадку повторного отримання менше 60 балів, відділ аспірантури і докторантури призначає комісію у складі трьох викладачів на чолі із завідувачем кафедри та визначає термін перескладання заліку, після чого приймається рішення відповідно чинного законодавства: "зараховано" – здобувач продовжує навчання за графіком навчального процесу, а якщо "не зараховано", тоді відділом аспірантури і докторантури пропонується здобувачу повторне вивчення навчальної дисципліни протягом наступного навчального періоду самостійно.

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		

Форми оцінювання та розподіл балів наведено у таблиці "Рейтинг-план навчальної дисципліни".

Рейтинг-план навчальної дисципліни

Тема	Форми та види навчання		Форми оцінювання	Мак бал
Тема 1. Особливості й основні проблеми маркетинг-менеджменту в сфері послуг	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за питаннями теми 1. Лекція проблемного характеру з питання "Роль сфери послуг в суспільному житті", робота в малих групах, презентація результатів,	Робота на лекції	2
	Практичне заняття	Тема семінарського заняття "Особливості й основні проблеми маркетинг-менеджменту у сфері послуг"	Активна участь в обговоренні питань, доповіді та презентації роботи групи	2
	<i>Самостійна робота</i>		Перевірка домашніх завдань	3
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Підготовка до практичного заняття та опрацювання питання: «Маркетинг-менеджмент як управляюча підсистема підприємства, що виступає суб'єктом ринкових відносин.		
Тема 2. Планування у сфері послуг	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за темою 2. "Планування у сфері послуг". Міні-лекція з питання "Види, принципи планування"	Робота на лекції	2
	Практичне заняття	Виконання практичних завдань за темою 2 щодо Внутрішнє середовище й зовнішнє середовище організації сфери послуг, її основні елементи	Активна участь у виконанні практичних завдань, робота в малих - групах	2
	<i>Самостійна робота</i>		Перевірка домашніх завдань	2
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу Система планування діяльності підприємства сфери послуг.		

Тема 3. Організаційні відносини на підприємствах сфери послуг	Аудиторна робота			
	Лекція	Лекція проблемного характеру з питання "Організаційний процес і організаційні відносини в організаціях сфери послуг", робота в малих групах, презентація результатів	Робота на лекції	2
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою 3. Мозкові атаки з питань Структура, функціонування й життєвий цикл підприємства сфери послуг	Активна участь у виконанні практичних завдань, робота в малих групах, презентація результатів	2
			Письмова контрольна робота	5
	Самостійна робота			
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Підготовка до практичного заняття. Підготовка до поточної письмової контрольної роботи	Перевірка домашніх завдань	3	
Тема 4. Мотивація, стимулювання й оплата праці в сфері послуг	Аудиторна робота			
	Лекція	Міні-лекція з питання "Мотивація як функція маркетинг-менеджменту", робота в малих групах, презентація результатів	Робота на лекції	2
	Практичне заняття	Виконанні практичних завдань за темою 4 щодо Системно-комплексний і програмно-цільовий підходи в менеджменті підприємства	Активна участь у виконанні практичних завдань, представлення результатів, кейс-метод	2
	Самостійна робота		есе	6
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу, пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою. Виконання завдань за темою 4.			
Тема 5. Контроль як функція маркетинг-менеджменту у сфері послуг	Аудиторна робота			
	Лекція	Лекція проблемного характеру з питання "Основні етапи контрольного циклу", робота в малих групах, презентація результатів	Робота на лекції	2
	Практичне заняття	Виконання практичних завдань за темою 5 щодо Механізм і особливості прийняття управлінських розв'язків на	Активна участь у виконанні практичних завдань	2

		підприємствах сфери послуг	Колоквіум	10
		Самостійна робота		
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Підготовка до практичних занять. Виконання творчого завдання та підготовка презентації.	есе	6
Тема 6. Управління персоналом клієнтоорієнтованої організації		Аудиторна робота		
	Лекція	Лекція проблемного характеру з питання "Оцінка результативності персоналу в організації"	Робота на лекції	2
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою 6. Дискусія " Планування роботи з персоналом. Відбір персоналу ". Робота в малих групах, презентація результатів	Активна участь у виконанні практичних завдань	2
		Самостійна робота		
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Підготовка до практичного заняття та дискусії. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою.	Перевірка домашніх завдань	2
Тема 7. Стратегічний маркетинг-менеджмент у сфері послуг		Аудиторна робота		
	Лекція	Міні-лекція з питання "Основні методи розробки стратегій"	Робота на лекції	2
	Практичне заняття	Виконання практичних завдань за темою 7. Робота в малих групах: обґрунтування понять.	Активна участь в обговоренні питань, доповіді та презентації роботи групи	2
		Самостійна робота		
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Підготовка до практичного заняття та опрацювання питання:	Перевірка домашніх завдань	2
Тема 8. Управління сервісними операціями		Аудиторна робота		
	Лекція	Міні-лекція з питання "Управління запасами в сфері послуг"	Робота на лекції	2
	Практичне заняття	Виконання практичних завдань за темою 8 щодо Оперативне	Активна участь у виконанні	2

		планування на підприємствах сфери послуг.	практичних завдань, робота в малих - групах	
	Самостійна робота			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою Виконання домашнього завдання 8 Оперативне планування на підприємствах сфери послуг.	Перевірка домашніх завдань	2
Тема 9. Інформаційне забезпечення розробки й прийняття управлінських рішень на підприємствах сфери послуг	Аудиторна робота			
	Лекція	Лекція проблемного характеру з питання "Методи й завдання стратегічного маркетинг-менеджменту в сфері послуг", робота в малих групах, презентація результатів	Робота на лекції	2
	Практичне заняття	Виконання практичних завдань до теми 9 щодо Дивізійна організаційна структура керування: переваги, недоліки, сфери застосування	Активна участь у виконанні практичних завдань	2
			Письмова контрольна робота	5
	Самостійна робота			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Підготовка до практичного заняття. Підготовка до поточної письмової контрольної роботи	Перевірка домашніх завдань	2
Тема 10. Методи й моделі розробки управлінських рішень у сервісній діяльності	Аудиторна робота			
	Лекція	Міні-лекція з питання "Методи й моделі розробки управлінських рішень у сервісній діяльності"	Робота на лекції	2
	Практичне заняття	Виконанні практичних завдань за темою 10 щодо оцінки ефективності менеджменту організації в сфері послуг	Активна участь у виконанні практичних завдань,	2
			Колоквіум	10
	Самостійна робота			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.		2

Рекомендована література

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, ориентированный на рынок. 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 предприятия [Текст]. – СПб. : Питер, 2003. – 528 с. – (ил.). – Серия "Теория и практика менеджмента".

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.:Файр-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.

Інформаційні ресурси

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/>
15. Маркетинг-менеджмент у сфері послуг: [Електронний ресурс] // ПНС ХНЕУ. – Режим доступу : <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=2746>