



Донецький державний  
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## Маркетинг послуг

КАФЕДРА

### маркетингу

РОЗРОБНИК

**Гапочка Юлія Петрівна**

викладач

[hapochka.yu@inbox.dsum.edu.ua](mailto:hapochka.yu@inbox.dsum.edu.ua)

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**3**

кредити ЄКТС  
(90 годин)

**28**

годин контактна робота з викладачем  
(14 годин лекцій;  
14 години семінарських занять)

**52**

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**перший**

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

**українська**

ФОРМА КОНТРОЛЮ

**екзамен**

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- нормативна для спеціальності 075 «Маркетинг»

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

успішне опанування теорії та практики маркетингу; спирається на теорії управління, економіки, використовуючи їх методи та прийоми

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

набуття поглиблених знань в області окремих аспектів маркетингу стосовно для сфери послуг і особливостей підприємницької діяльності в сфері послуг

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

#### **Модуль 1. Теоретичні основи маркетингу послуг**

**Тема 1.** Характеристика, класифікація послуг та комплекс маркетингу послуг

**Тема 2.** Особливості споживчого середовища у сфері послуг

#### **Модуль 2. Політика просування та ціноутворення у сфері послуг та їх особливості**

**Тема 3.** Позиціонування та просування послуг

**Тема 4.** Особливості цінової політики в сфері послуг

#### **Модуль 3. Маркетинговий менеджмент в сфері послуг**

**Тема 5.** Управління процесом надання послуг

**Тема 6.** Стратегії маркетингу в сфері надання послуг

**Тема 7.** Створення нового продукту

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;
- виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;
- відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи;
- виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення;
- застосовувати технології маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації



## Донецький державний університет управління

### МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального

### РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

#### Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 15 балів.
- Виконання поточних контрольних робіт – ~ 20 балів
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 45 балів;
- Виконання творчо-пошукового завдання – ~ 20 балів
- Екзамен – ~ 100 балів.

Загальна підсумкова оцінка з дисципліни – середньоарифметичне балів поточної успішності та балів за екзамен

#### Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

#### За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

#### Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:

Шкала оцінювання ЕКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



## Донецький державний університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

### Основна література:

1. Азарян О., Руделіус В. Маркетинг: навч. посіб. Київ: СЕУМЕ в Україні, 2018. 648 с.
2. Іванова Л.О. Маркетинг послуг : навч. посіб. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
3. Рега М.Г., Чучка І.М. Маркетинг галузей: навч. посіб. Мукачево: РВЦ МДУ, 2015. - 228 с.
4. Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: навч. посіб. Київ: Знання, 2016. 215 с.

### Англомовні видання:

1. Think Big, Act Small: How America's Most Profitable Companies Keep the Start-up Spirit Alive. Jason Jennings, 2012. 272p.
2. Business-to-Business Marketing. Nick Ellis, Mark Tadajewski, Andrew Pressey, 2011. 1720p.

### Інтернет джерела

1. Глосарій сфери інтернет-реклами. – URL: [inau.ua/proekty/glosariy-sfery-internet-reklamy/](http://inau.ua/proekty/glosariy-sfery-internet-reklamy/)
2. Чим відрізняється маркетинг послуг від маркетингу товарів. – URL : [https:// http://nikareklama.com.ua/chim-vidriznyayetsya-marketing-poslug-vid-marketingu-tovariv/](https://http://nikareklama.com.ua/chim-vidriznyayetsya-marketing-poslug-vid-marketingu-tovariv/)