

АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетинг послуг»
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Ступень «Бакалавр»

Кількість кредитів ECTS	Семестр
5	8

1 Мета опанування дисципліни: поглиблення і розширення теоретичних знань, вмінь та практичних навичок студентів у питаннях щодо визначення маркетингу послуг, практичних навичок з формування маркетингової діяльності підприємств в сфері послуг, визначення шляхів та резервів розвитку підприємства сфери послуг в сучасних умовах

2 Завдання: ознайомлення з категорійним та понятійним апаратом, професійними знаннями щодо здійснення ефективної маркетингової діяльності у сфері послуг, опанування методикою управління маркетингом послуг, побудови лояльних стосунків із споживачами, набуття навичок проведення маркетингової товарної, цінової, комунікативної політики сфери послуг

3 Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування дисципліни:

знання і розуміння:

теоретичних засад та категоріального апарату маркетингу послуг
сутності та механізму використання методів конкуренції послуг
здійснювати сегментацію ринку послуг та обирати найбільш привабливі сегменти
знання обирати та розробляти стратегії щодо елементів комплексу маркетингу для послуг з урахуванням різних чинників
знання обирати найбільш доцільні методи дослідження ринку здійснювати сегментацію ринку послуг та обирати найбільш привабливі сегменти
розуміння основних засад дослідження ринку туризму, класифікації видів туризму та сегментації споживачів

застосування знань і розуміння:

уміння визначати шляхи та заходи щодо удосконалення якості послуг та запровадити їх на практиці
уміння проводити розрахунки з оцінки різних аспектів ефективності торговельно-посередницької діяльності, інтерпретувати та аналізувати їх
уміння обирати та розробляти стратегії щодо елементів комплексу маркетингу для послуг з урахуванням різних чинників

4 Сфера реалізації набутих знань і вмінь в майбутній професії:

- 1) на державному рівні:
 - при участі у формуванні сегментації ринку послуг

- при розробці стратегії розвитку ринку послуг
- при контролі комплексу маркетингу для послуг

2) на рівні підприємства:

- при розробці маркетингу торговельно-посередницьких та сервісних послуг
- при розробці маркетингу готельних та туристичних послуг
- при розробці маркетингу банківських та консалтингових послуг

5 Зміст дисципліни розкривається в темах:

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетингу в невиробничій сфері

- Тема 1. Особливості ринку послуг
- Тема 2. Технології надання та отримання послуги
- Тема 3. Сегментування ринку в сфері послуг
- Тема 4. Дослідження попиту на ринку послуг
- Тема 5. Формування послуги на сучасному ринку

Змістовий модуль 2. Комплекс маркетингу підприємства та особливості його реалізації в сфері послуг

- Тема 6. Товарна політика у сфері послуг
- Тема 7. Цінова політика у сфері послуг
- Тема 8. Комунікативна політика у сфері послуг
- Тема 9. Політика надання та розподілу послуг
- Тема 10. Просування послуг

6 Викладацький склад: к.е.н., доцент Булгакова О.В.