

МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ
Циклова комісія, яка забезпечує викладання
маркетингу, торгівлі та харчових технологій
Відділення підприємництва та інформаційних технологій

Лектор	<u>Вінник Ірина Володимирівна</u>
Семестр	<u>6-й</u>
Освітньо-професійний ступінь	<u>Фаховий молодший бакалавр</u>
Кількість кредитів ЄКТС	<u>3</u>
Форма контролю	<u>Диференційований залік</u>
Аудиторні години	<u>33 год. (з них 16 год. лекцій, 17 год. практичних)</u>

Загальний опис дисципліни

Метою навчальної дисципліни є оволодіння методами вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку послуг, розроблення, виходячи з цього, стратегії розвитку операцій підприємств, які виробляють або продають послуги.

Основними завданнями викладання дисципліни є: формування вміння проводити маркетингові дослідження ринку послуг використовуючи розглянуті методи; аналізувати результати досліджень; використовувати їх для оптимізації маркетингової стратегії підприємств сфери послуг; розробляти маркетингову стратегію розвитку підприємства сфери послуг; проектувати послуги; запроваджувати маркетинговий підхід в роботі з персоналом та споживачами послуг.

В ході вивчення дисципліни здобувачі освіти набувають таких фахових компетентностей як здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими, здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу, здатність використовувати професійно-профільовані знання в галузі маркетингової товарної політики для дослідження можливостей розробки нових товарів та послуг, здатність самостійно виявляти проблеми маркетингового характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.

Теми лекцій

1. Поняття послуг. Характеристика послуг. Ринок послуг та його сегментація.
2. Особливості маркетингу у сфері послуг. Моделі маркетингу послуг.
3. Маркетинг у різноманітних сферах послуг. Банківський маркетинг, маркетинг освітніх послуг, туристичний маркетинг та інші види маркетингу.
4. Зовнішній, внутрішній та «інтерактивний» маркетинг.
5. Маркетинговий інструментарій послуг. Маркетингова стратегія підприємств на ринку послуг.
6. Товарна, асортиментна політика та ціноутворення на ринку послуг.
7. Комунікаційна політика підприємств на ринку послуг. Планування та контроль маркетингу сфери послуг.

Теми практичних занять

1. Поняття послуг. Характеристика послуг. Ринок послуг та його сегментація. Особливості маркетингу у сфері послуг. Моделі маркетингу послуг.
2. Маркетинг у різноманітних сферах послуг. Банківський маркетинг, маркетинг освітніх послуг, туристичний маркетинг та інші види маркетингу.
3. Зовнішній, внутрішній та «інтерактивний» маркетинг.
4. Маркетинговий інструментарій послуг. Маркетингова стратегія підприємств на ринку послуг.
5. Товарна, асортиментна політика та ціноутворення на ринку послуг.
6. Комунікаційна політика підприємств на ринку послуг. Планування та контроль маркетингу сфери послуг.