**ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ «Україна»**

**ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**КАФЕДРА УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Проректор

з навчально-виховної роботи

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О.П. Коляда

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_ р.

**СИЛАБУС**

**навчальної дисципліни**

**ОК 2.19.МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(шифр і назва навчальної дисципліни)

\_\_ Маркетинг \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(назва освітньої програми)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ бакалавр \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(назва освітнього рівня)

Обсяг кредитів: \_\_\_\_\_6 (180)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Форма підсумкового контролю: \_\_\_іспит\_\_\_\_\_

**Київ 2020 рік**

|  |  |
| --- | --- |
| **ІНФОРМАЦІЯ**  **ПРО ВИКЛАДАЧА ТА ДОПОМІЖНИХ ОСІБ** | |
| Викладач | Зимбалевська Ю.В., старший викладач кафедри управління та адміністрування Інституту економіки та менеджменту, к.е.н., доц. |
| Асистент викладача |  |
| Практики, представники  бізнесу, фахівці,  залучені до викладання |  |
| Профайл викладача | https://iem.uu.edu.ua/інформація-про-заклад-2/викладачі/зимбалевська-юлія-вікторівна/ |
| Профайл асистента |  |
| Канали комунікації | *Телефон деканату:*  *Телефон викладача: 097 580-07-02*  *Електронна пошта: yulia.zimbalevska@gmail.com*  *Вайбер: 097 580-07-02*  *Кабінет (електронний кабінет): 408 (ІІ корпус)* |
| Матеріали до курсу розміщені на сайті Інтернет-підтримки навчального процесу <http://vo.ukraine.edu.ua/> за адресою | *https://vo.uu.edu.ua/course/view.php?id=732* |

**ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Найменування показників** | **Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, освітній ступінь / освітньо-кваліфікаційний рівень** | **Характеристика навчальної дисципліни** | |
| ***денна форма навчання*** | ***заочна форма навчання*** |
| Загальний обсяг кредитів – 5 | **Галузь знань**  07 Управління та адміністрування | **Вид дисципліни**  обов’язкова | |
| **Спеціальність**  075 Маркетинг | **Цикл підготовки**  професійний | |
| Модулів – 1 | **Спеціалізація**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (назва) | **Рік підготовки:** | |
| Змістових модулів – 1 | 4-й | 4-й |
| Індивідуальне науково-дослідне завдання \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (назва) | **Мова викладання, навчання та оцінювання:**  Українська | **Семестр** | |
| Загальний обсяг годин – 150 | 7-й | 7-й |
| **Лекції** | |
| Тижневих годин для денної форми навчання:  аудиторних – 4  самостійної роботи студента – 6 | **Освітній ступінь / освітньо-кваліфікаційний рівень:**  бакалавр | 30 год. | 10 год. |
| **Практичні, семінарські** | |
| 30 год. | 8 год. |
| **Лабораторні** | |
| год. | год. |
| **Самостійна робота** | |
| 90 год. | 132 год. |
| **Індивідуальні завдання:** | |
| **Вид семестрового контролю: іспит** | |

**ПЕРЕДРЕКВІЗИТИ:**

Вступ до спеціальності, Маркетинг, Комерційна діяльність, Основи маркетингу та здійснення професійних продажів, Маркетингові дослідження

**ПОСТРЕКВІЗИТИ:**

Інформаційні технології в комерційній діяльності

**МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ:** набуття майбутніми спеціалістами знань теоретичних основ і конкретних методів маркетингу на ринку послуг, що створюють умови для формування сучасного управлінського мислення.

**ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ:** вивчення понятійного аппарату й основних рішень в царині маркетингового управління діяльністю підприємства, яке надає послуги, в сучасних ринкових умовах; формування чітких уявлень щодо практичного застосування методів сегментації ринку, аналізу ринкової кон’юнктури; набуття практичних навичок для вирішення конкретних проблем з метою досягнення цілей підприємства шляхом раціональної організації маркетингової діяльності; формування вміння практичного застосовування передових маркетингових стратегій для досягнення цілей підприємства.

**ПЕРЕЛІК ЗАГАЛЬНИХ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ, ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЄ ДИСЦИПЛІНА**

* знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
* здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

**ПЕРЕЛІК СПЕЦІАЛЬНИХ (ФАХОВИХ) ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ, ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЄ ДИСЦИПЛІНА**

* здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу;
* здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності

**ПЕРЕЛІК ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ, ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЄ ДИСЦИПЛІНА**

* демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології;
* демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

**СТРУКТУРА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Тематичний план**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Назви змістових модулів і тем | Розподіл годин між видами робіт | | | | | | | | | | | | | | Форми та методи контролю знань |
| денна форма | | | | | | | заочна форма | | | | | | |
| Усього | аудиторна | | | | | с.р. | Усього | аудиторна | | | | | с.р. |
| у тому числі | | | | | у тому числі | | | | |
| л | сем | пр | лаб | інд | л | сем | пр | лаб | інд |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| **Змістовий модуль 1. Маркетинг послуг в галузях економіки** | | | | | | | | | | | | | | |  |
| Тема 1. Основні поняття маркетингу послуг. Маркетинг туристичних послуг | 24 | 5 |  | 5 |  |  | 14 | 24 | 2 |  | 1 |  |  | 21 | АР,  СР,  ІР  опитування , реферат |
| Тема 2. Маркетинг індустрії гостинності та ресторанних послуг | 25 | 5 |  | 5 |  |  | 15 | 25 | 2 |  | 1 |  |  | 22 | АР,  СР,  ІР  опитування , реферат |
| Тема 3. Банківський маркетинг | 25 | 5 |  | 5 |  |  | 15 | 25 | 2 |  | 1 |  |  | 22 | АР,  СР,  ІР  опитування , реферат |
| Тема 4. Муніципальний маркетинг | 25 | 5 |  | 5 |  |  | 15 | 25 | 2 |  | 2 |  |  | 21 | АР,  СР,  ІР  опитування , реферат |
| Тема 5. Хендмейд маркетинг | 25 | 5 |  | 5 |  |  | 15 | 25 | 1 |  | 2 |  |  | 23 | АР,  СР,  ІР  опитування , реферат |
| Тема 6. Управління сферою послуг на сучасному етапі розвитку України | 24 | 5 |  | 5 |  |  | 14 | 24 | 1 |  | 1 |  |  | 22 | АР,  СР,  ІР  опитування , реферат |
| **Модульний контроль** | 2 |  |  |  |  |  | 2 | 2 |  |  |  |  |  | 2 |  |
| **Усього годин** | 150 | 30 |  | 30 |  |  | 90 | 150 | 10 |  | 8 |  |  | 132 |  |

**ФОРМИ І МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

За джерелом інформації методи та форми організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності представлені:

* словесні: лекція (традиційна, проблемна тощо) із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій (презентація PowerPoint), семінари, пояснення, розповідь, бесіда;
* наочні: спостереження, ілюстрація, демонстрація;
* практичні: ситуаційні вправи.

За логікою передачі і сприйняття навчальної інформації -індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

За ступенем самостійності мислення - репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

За ступенем керування навчальною діяльністю - під керівництвом викладача; самостійна робота студентів із сучасною літературою та підручниками; виконання індивідуальних навчальних проектів.

Для стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності будуть використані навчальні дискусії, створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо), приклад успішного досвіду.

Інклюзивні методи навчання представлені:

1. Методами формування свідомості: бесіда, диспут, лекція, приклад, пояснення.

2. Методом організації діяльності та формування суспільної поведінки особистості: ситуаційні вправи, приклад.

3. Методами мотивації та стимулювання: вимога, громадська думка.

4. Методом самовиховання: самопізнання, самооцінювання, самореалізація.

5. Методами соціально-психологічної допомоги: психологічне консультування, стимуляційні ігри.

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

**Основна**

1. Безрутченко Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Ю. В. Безрутченко. – [2-е изд.] – М. : Дашков и К, 2013. – 232 с.
2. Демченко Е. В. Маркетинг услуг / Е. В. Демченко, О. М. Маклакова. – Минск : БГУ, 2009. – 195 с.
3. Заячковська Г. А. Маркетинг міжнародних туристичних послуг : монографія / Г. А. Заячковська. – Тернопіль : ВПЦ “Економічна думка ТНЕУ”, 2011. – 394 с.
4. Зубец А. Н. Страховой маркетинг / А. Н. Зубец. – М. : Издательский дом “Анкил”, 1998. – 256 с.
5. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 508 с.
6. Кулибанова В.В. Маркетинг: сервисная деятельность. – СПб.: Питер, 2000. – 240 с.
7. Майдебура Е.В. Маркетинг услуг. – К.: Віра – Р, 2001. – 574 с.
8. Маркетинг у галузях і сферах діяльності [текст] навч.посіб. / За ред.Буднікевич І.М. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 536 с.
9. Світовий ринок товарів та послуг : підручник : у 2 ч. Ч. 2 / [А. А. Мазаракі, Є. М. Воронова, І. В. Чаус та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі]. – К. : КНТЕУ, 2006. – 317 c.
10. Ткаченко В.А. Маркетинг послуг. Нав. посіб. – К.:ЦУЛ, 2003 – 244 с.
11. Шканова О.М. Маркетинг послуг. Навч. посіб. – К.: Кондор. 2003. – 220 с.

**Інформаційні ресурси**

(нормативна база, джерела Інтернет, адреси бібліотек тощо)

1. [www.aup.ru](http://www.aup.ru/)
2. [www.ukrbiz.net](http://www.ukrbiz.net/)
3. [www.marketingmix.ru](http://www.marketingmix.ru/)
4. [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru/)
5. [www.spou.kiev.ua](http://www.spou.kiev.ua/)
6. [www.knowthis.com](http://www.knowthis.com/)
7. [www.marketing-society.org.uk](http://www.marketing-society.org.uk/)

**САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ**

**Теми самостійної роботи студентів**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва теми | Кількість  годин |
| 1 | Основні поняття маркетингу послуг. Маркетинг туристичних послуг | 14 |
| 2 | Маркетинг індустрії гостинності та ресторанних послуг | 15 |
| 3 | Маркетинг сервісних послуг | 15 |
| 4 | Муніципальний маркетинг | 15 |
| 5 | Хендмейд маркетинг | 15 |
| 6 | Управління сферою послуг на сучасному етапі розвитку України | 14 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Змістовий модуль та теми курсу | Академічний контроль | Бали | Термін  виконання (тижні) |
| **Змістовний модуль 1. Маркетинг послуг в галузях економіки** | | | |
| Тема 1. Основні поняття маркетингу послуг. Маркетинг туристичних послуг  (14 год.) | Практичне заняття | 2 | І-ІІ |
| Тема 2. Маркетинг індустрії гостинності та ресторанних послуг  (15 год.) | Практичне заняття | 2 | ІІ-ІІІ |
| Тема 3. Маркетинг сервісних послуг  (15 год.) | Практичне заняття | 1 | ІV-V |
| Тема 4. Маркетинг в сфері дозвілля та відпочинку  (15 год.) | Практичне заняття | 2 | V-VІ |
| Тема 5. Хендмейд маркетинг  (15 год.) | Практичне заняття | 1 | VІ-Х |
| Тема 6. Управління сферою послуг на сучасному етапі розвитку України (14 год.) | Практичне заняття, підсумкова модульна контрольна робота | 2  МК-5 | ХІ-ХV |
| ***Разом: 90 год.*** | ***Разом: 15 балів*** | | |

**КОНТРОЛЬ І ОЦІНКА ЯКОСТІ НАВЧАННЯ**

|  |  |
| --- | --- |
| Оцінювання досягнень студента | Результати навчальної діяльності студентів оцінюються за 100 бальною шкалою в кожному семестрі окремо.  За результатами поточного, модульного та семестрового контролів виставляється підсумкова оцінка за 100-бальною шкалою, національною шкалою та шкалою ECTS.  Модульний контроль: студенту необхідно набрати мінімум 20 балів з кожного з двох Змістовних Модулів, які необхідні для отримання відповідної оцінки за кожен змістовий модуль упродовж семестру.  Семестровий (підсумковий) контроль: виставлення семестрової оцінки студентам, які опрацювали теоретичні теми, практично засвоїли їх і мають позитивні результати, набрали необхідну кількість балів. Складається з суми балів за кожен з двох Змістовних Модулів.  Загальні критерії оцінювання успішності студентів, які отримали за 4-бальною шкалою оцінки «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно», подано в таблиці нижче.  Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на лекційних, практичних, виконання індивідуальної роботи (реферат),практичних завдань, модульного тестового контролю.  Виконання модульних практичних завдань, тестових робіт здійснюється в режимі комп’ютерної діагностики на платформі Moodle.  Реферативні дослідження та есе, які виконує студент за визначеною тематикою, обговорюються та захищаються на практичних заняттях або шляхом виконання Завдання на платформі Moodle.  Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля. |

**Загальна оцінка з дисципліни: шкала оцінювання національна та ECTS**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Оцінка за 100-бальною системою** | | **Оцінка за національною шкалою** | | **Оцінка за шкалою ECTS** | |
|  | **залік** |
| **90 – 100** | *відмінно* |  | *зараховано* | **A** | *відмінно* |
| **82 – 89** | *добре* |  | **B** | *добре (дуже добре)* |
| **75 – 81** | *добре* |  | **C** | *добре* |
| **64 – 74** | *задовільно* |  | **D** | *задовільно* |
| **60 – 63** | *задовільно* |  | **Е** | *задовільно (достатньо)* |
| **35 – 59** | *незадовільно* |  | *незарахо-вано* | **FX** | *незадовільно з можливістю повторного складання* |
| **1 – 34** | *незадовільно* |  | **F** | *незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни* |

|  |  |
| --- | --- |
| **Оцінка** | **Критерії оцінювання** |
| ***«відмінно»*** | Ставиться за повні та міцні знання матеріалу в заданому обсязі, вміння вільно виконувати практичні завдання, передбачені навчальною програмою; за знання основної та додаткової літератури; за вияв креативності в розумінні і творчому використанні набутих знань та умінь. |
| ***«добре»*** | Ставиться за вияв студентом повних, систематичних знань із дисципліни, успішне виконання практичних завдань, засвоєння основної та додаткової літератури, здатність до самостійного поповнення та оновлення знань. Але у відповіді студента наявні незначні помилки. |
| ***«задовільно»*** | Ставиться за вияв знання основного навчального матеріалу в обсязі, достатньому для подальшого навчання і майбутньої фахової діяльності, поверхову обізнаність із основною і додатковою літературою, передбаченою навчальною програмою. Можливі суттєві помилки у виконанні практичних завдань, але студент спроможний усунути їх із допомогою викладача. |
| ***«незадовільно»*** | Виставляється студентові, відповідь якого під час відтворення основного програмового матеріалу поверхова, фрагментарна, що зумовлюється початковими уявленнями про предмет вивчення. Таким чином, оцінка «незадовільно» ставиться студентові, який неспроможний до навчання чи виконання фахової діяльності після закінчення закладу вищої освіти без повторного навчання за програмою відповідної дисципліни. |

**ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ**

|  |  |
| --- | --- |
| Крайні терміни складання та перескладання дисципліни | *Перескладання здійснюється відповідно до графіка* |
| Правила академічної доброчесності | *Перевірка навчальних робіт на плагіат (згідно Положення про академічну доброчесність і Положення про запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових, навчально-методичних, кваліфікаційних та навчальних роботах)* |
| Вимоги до відвідування | *Пропущені заняття (лікарняні, мобільність і т.ін.) можна відпрацювати, виконавши всі завдання, зазначені в інструкціях до практичних занять, переслати в електронному варіанті на електронну пошту. Здобувачі вищої освіти можуть отримати електронні презентації лекцій і самостійно ознайомитись із матеріалом при об'єктивних причинах пропуску занять.* |

**ПЕРЕВІРЕНО:**

(посада, звання)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_)

(підпис) (прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ р.