



## Силабус дисципліни МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ НА РИНКУ ПОСЛУГ

Ступінь вищої освіти – третій (освітньо-науковий)  
Спеціальність – 075 Маркетинг  
Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування»  
Освітньо-наукова програма – «Маркетинг»  
Рік навчання: I, Семестр: 2  
Кількість кредитів: 5  
Мова викладання: українська

### Керівник

ПІП

д.е.н., професор **Борисова Тетяна Михайлівна**

Контактна  
інформація

[borisova.tanushka@gmail.com](mailto:borisova.tanushka@gmail.com), +380961560900

### Опис дисципліни

Дисципліна “Маркетинг-менеджмент на ринку послуг” спрямована на засвоєння аспірантами теорії та практики здійснення маркетингового аналізу, оволодіння напрямками та інструментами його проведення. Проведення занять спрямовані на виконання таких завдань:

- з'ясування сутності маркетинг-менеджменту на ринку послуг та його відмінностей від інших споріднених курсів;
- освоєння прийомів здійснення маркетинг-менеджмент на ринку послуг;
- оволодіння методами проведення маркетингового аналізу за конкретними його напрямками; опанування навиків виявлення резервів маркетингової діяльності, насамперед щодо елементів комплексу маркетингу на ринку послуг;
- формування вміння розробляти заходи з удосконалення маркетингу на підприємстві сфери послуг за результатами проведеного аналізу;
- набуття навичок складання звітів за підсумками здійснення зазначеного аналізу.

### Структура дисципліни

| Години<br>(лек. /<br>сем.) | Тема                           | Результати навчання   | Завдання                     |
|----------------------------|--------------------------------|---|------------------------------|
| 4/4                        | 1. Сфера послуг в економічному | Знати основні поняття маркетингу послуг, вміти класифікувати послуги, аналізувати | Опитування, тести, практичні |

|     | комплексі   | концепції маркетингу послуг   | завдання, кейси                              |
|-----|---|---|--|
| 4/4 | 2. Ринок послуг в умовах інноваційного розвитку економіки                                 | Знати основні компоненти розвитку ринку послуг, визначати чинники формування попиту на послуги та зміни поведінки споживачів, обґрунтувати роль віртуального ринку послуг   | Опитування, тести, практичні завдання, кейси |
| 4/4 | 3. Моделі маркетингу послуг   | Проводити порівняльний аналіз моделей маркетингу послуг, визначати особливості впровадження моделей наукових шкіл у сферу маркетингу послуг   | Опитування, тести, практичні завдання, кейси |
| 4/4 | 4. Маркетинговий інструментарій у сфері послуг  | Знати компоненти системи маркетингу послуг, набути практичних навичок використання методів маркетингових досліджень, виокремлювати особливості використання цифрових інструментів проведення маркетингових досліджень.  | Опитування, тести, практичні завдання, кейси |
| 4/4 | 5. Товарна та цінова політика у сфері послуг  | Поглибити знання з формування товарної та цінової політики підприємств сфери послуг, проводити характеристику товарної і цінової стратегій у сфері послуг, визначати особливості асортиментної політики послуг і життєвого циклу послуги, набути практичних навичок використання методів управління якістю послуг, ціноутворення. | Опитування, тести, практичні завдання, кейси |
| 4/4 | 6. Збутова та комунікаційна політика у сфері послуг                                       | Поглибити знання з формування політики збуту; визначати особливості реклами на ринку послуг, компоненти комунікаційної політики   | Опитування, тести, практичні завдання, кейси |
| 6/6 | 7. Організаційно-економічний механізм управління маркетингом на підприємстві сфери послуг | Вміти визначити чинники трансформації системи управління маркетингом на підприємстві сфери послуг, обґрунтувати переваги використання моделей та методів формування стратегічного управління маркетингом послуг.  | Опитування, тести, практичні завдання, кейси |
| 6/6 | 8. Маркетинг в сфері освіти, знань та інформаційних технологій                            | Вміти розробляти стратегію просування персонального бренду, проводити маркетингові дослідження у сфері освіти, знань та інформаційних технологій.   | Опитування, тести, практичні завдання, кейси |

|     |  |  |  |
|-----|--|--|--|
| 4/4 | 9. Маркетинг-менеджмент послуг у сфері зайнятості населення та управління персоналом | Знати основні поняття з маркетингу у сфері зайнятості населення та управління персоналом, вміти формувати асортиментну політику послуг у сфері зайнятості населення та управління персоналом, набути практичних навичок розробки комунікаційної політики на ринку праці. | Опитування, тести, практичні завдання, кейси |
|-----|--|--|--|

### Літературні джерела

1. Борисова Т. М. Маркетинг некомерційних суб'єктів: теорія, методологія, практика: дис.на здобуття докт.екон.наук. Тернопіль : ТНЕУ, 2019.
2. Палеха Ю.І., Палеха О.Ю. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг: Навч.посібник. К.: Видавництво Ліра-К, 2019. 480 с.
3. Маркетингове забезпечення сталого розвитку міського громадського транспорту : монографія / Т. М. Борисова, Г. Л. Монастирський, Р. Б. Окрепкий [та ін.] ; за ред. Т. М. Борисової, Г. Л. Монастирського. Тернопіль : Осадца Ю. В., 2019. 220 с.
4. Брич В. Я., Борисяк О. В. Інноваційні технології формування персоналу підприємств в умовах оптимізаційного розвитку. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». 2019. Вип. 2 (50). С. 172–179.
5. Давимука, С. А. Креативний сектор економіки : досвід та напрями розбудови : монографія / С. А. Давимука, Л. І. Федулова. Львів, 2019. 528 с.
6. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2020. 508 с.
7. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посіб. / За ред. Буднікевич І. М. К. : «Центр учбової літератури», 2019. 536 с.
8. Матвіїв М.Я. Методологія та організація маркетингового менеджменту в сфері вищої освіти. Тернопіль: Економічна думка, 2019. 560 с.
9. Палеха Ю.І., Палеха О.Ю. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг: Навч.посібник. – К.: Видавництво Ліра-К, 2019. 480 с.
10. Шканова О.М. Маркетинг послуг. Навчальний посібник. Київ, “Кондор”, 2019. 302 с.
11. Humanity in the machine. Retrieved from [http://www.mindshareworld.com/sites/default/files/MINDSHARE\\_HUDDLE\\_HUMANITY\\_MACHINE\\_2019\\_0.pdf](http://www.mindshareworld.com/sites/default/files/MINDSHARE_HUDDLE_HUMANITY_MACHINE_2019_0.pdf)
12. Schwab, K. The Fourth Industrial Revolution : what it means, how to respond. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2019/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond>.
13. Lysytsya N. Prospects of Marketing of Economic Educational Services in Ukraine [Електронний ресурс] / N. Lysytsya, Т. Prytychenko, О. Gron // Економіка розвитку. - 2019. - № 1. - С. 5-15. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecro\\_2019\\_1\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecro_2019_1_3)
14. Korzh M. Simulation of Control Strategy for International Marketing Services [Електронний ресурс] / M. Korzh, L. Akimova, I. Chub // Proceedings of the National aviation university. - 2019. - № 2. - С. 132–139. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnau\\_2019\\_2\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnau_2019_2_20)

15. Mardar M. The marketing research of military service people's consumer preferences of dry product packages and ways of their improvement [Електронний ресурс] / M. Mardar, M. Khrupalo, M. Stateva // Харчова наука і технологія. - 2020. - Т. 12, Вип. 1. - С. 3-9. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Khnit\\_2020\\_12\\_1\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Khnit_2020_12_1_3)
16. Bondarenko M. Marketing researches of leading out to the market of new service with the purpose of exposure of her strengths and weaknesses [Електронний ресурс] / M. Bondarenko, O. Kozhurina, M. Kovalova // Економічний вісник ДВНЗ "Український державний хіміко-технологічний університет". - 2020. - № 1. - С. 117-121. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evdvnz\\_2020\\_1\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evdvnz_2020_1_21)
17. Martynenko M. V. Innovations in marketing of economic educational services [Електронний ресурс] / M. V. Martynenko, N. M. Lysytsia, T. I. Prytychenko // Науковий вісник Полісся. - 2020. - № 2(2). - С. 212-220. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp\\_2020\\_2\(2\)\\_33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp_2020_2(2)_33)
18. Pukala R. International Marketing of Economic Educational Services in Ukraine and Poland [Електронний ресурс] / R. Pukala, N. M. Lysytsia, T. I. Prytychenko, O. V. Gron // Бізнес Інформ. - 2020. - № 9. - С. 77-85. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2020\\_9\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2020_9_13)
19. Bacik R. Marketing instrument of improving hotel management service: evidence of Visegrad group countries [Електронний ресурс] / R. Bacik, L. Kmeco, F. Richard, M. Olearova, M. Rigelsky // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2019. - № 1. - С. 208-220. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi\\_2019\\_1\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2019_1_19)
20. Reshetnikova I. Multican marketing as an innovation technology of providing services in the conditions of globalization of the banking market [Електронний ресурс] / I. Reshetnikova, S. Smerichevskiy, Y. Polishchuk // Marketing and Management of Innovations. - 2019. - № 3. - С. 142-150. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi\\_2019\\_3\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2019_3_13)
21. Ádám H. Service Marketing Analysis Of Movies As Unique Service-Products [Електронний ресурс] / H. Ádám, G. Balázs // SocioEconomic Challenges. - 2020. - Vol. 4, Iss. 2. - С. 44-55. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/seconch\\_2020\\_4\\_2\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/seconch_2020_4_2_7)
22. Bejtkovsky J. Social Media Platforms as HR Marketing Tool in Selected Healthcare Service Providers [Електронний ресурс] / J. Bejtkovsky // Marketing and management of innovations. - 2020. - № 1. - С. 294-302. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi\\_2020\\_1\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2020_1_27)
23. Sydorenko V. Marketing of educational services for continuous professional development of modern educator [Електронний ресурс] / V. Sydorenko, T. Kravchynska, O. Aleinikova, O. Dubinina // Освітній вимір. - 2020. - Вип. 3. - С. 75-92. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/PVSSh\\_2020\\_3\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/PVSSh_2020_3_8)
24. Rosokhata A. Marketing services mix for healthy territories: Europe – Ukraine features [Електронний ресурс] / A. Rosokhata, N. Letunovska, A. Jasnikowski, D. Moiseienko // Економічний простір. - 2020. - № 162. - С. 13-19. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros\\_2020\\_162\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2020_162_4)

У процесі вивчення дисципліни «Маркетинг-менеджмент на ринку послуг» використовуються такі засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання: поточне опитування; залікове модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; презентації та виступи на наукових заходах; бесіди та обговорення

проблемних питань, методи дискусійного характеру (дискусії), робота в проблемних групах, тренінгові завдання, індивідуальні консультації, залік.

- **Політика щодо перескладання:** Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних заходів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

### Оцінювання

Остаточна оцінка розраховується за результатами диференційованого заліку.

#### Шкала оцінювання аспірантів:

| За шкалою університету<br>(сума балів за всі види навчальної діяльності в межах модуля) | За національною шкалою | За шкалою ECTS   |
|---|------------------------|--|
| 90–100  | відмінно               | <b>A</b> (відмінно)  |
| 85-89   | добре                  | <b>B</b> (дуже добре)                                      |
| 75–84   |                        | <b>C</b> (добре)   |
| 65–74   | задовільно             | <b>D</b> (задовільно)                                      |
| 60-64   |                        | <b>E</b> (достатньо)                                       |
| 35–59   | незадовільно           | <b>FX</b> (незадовільно з можливістю повторного складання) |
| 1–34  |                        | <b>F</b> (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)    |

| Заліковий модуль 1  | Заліковий модуль 2  | Заліковий модуль 3   |
|---|---|--|
| 30 %  | 30 %  | 40 %   |
| Поточне опитування (робота) на заняттях (теми 1–5) по 10 балів за тему – тах 50 балів .<br>Модульна робота – 50 балів | Поточне опитування (робота) на заняттях (теми 6–9) по 10 балів за тему – тах 40 балів .<br>Модульна робота – 60 балів | Підготовка КПІЗ – 40 балів.<br>Захист КПІЗ – 40 балів.<br>Виконання завдань під час тренінгу – 20 балів. |