

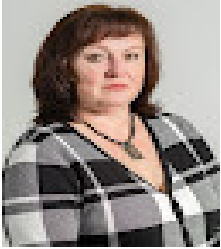


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Кафедра економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики

## Маркетинг послуг

<p><b>Викладач</b></p> 	<p>Лілія Коваль, кандидат економічних наук., доцент. кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики <a href="mailto:kovalla@kntu.kr.ua">kovalla@kntu.kr.ua</a> +38(050) 656 55 05</p>
<p><b>Обсяг та ознаки дисципліни</b></p>	<p>Нормативна дисципліна. Форма контролю: екзамен. Загальна кількість кредитів – 4, годин – 120, у т.ч. лекції – 28 годин, практичні заняття – 14 годин, самостійна робота – 78 годин. Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online). Мова викладання: українська. Рік викладання – 2022.</p>

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Маркетинг послуг» є вивчення комплексної системи організації маркетингових процесів сфери послуг, що орієнтована на задоволення потреб конкретних споживачів і одержання прибутку на основі вивчення, аналізу і прогнозування ринку послуг.

**Завдання** дисципліни полягає у розумінні та вивченні комплексу питань, що розкривають зміст та особливості маркетингу у сфері послуг. Особлива увага приділяється ринку послуг, його сегментації, дослідженню та маркетинговій стратегії на ринку послуг, питанням ціноутворення, продажу послуг, комунікації та стимулюванню їх.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

- зміст та особливості маркетингу сфери послуг;
- сегментацію ринку послуг;
- особливості впровадження комплексу маркетингу у сфері послуг;
- моделі маркетингу у сфері послуг;
- маркетингові стратегії на ринку послуг;
- особливості товарної політики на ринку послуг;
- політику ціноутворення у сфері послуг;
- особливості маркетингової комунікаційної політики у сфері послуг;
- етапи створення послуг-новинок та розробку іноваційної політики у сфері послуг;
- підходи до планування маркетингу у сфері послуг;

- особливості контролю та аудиту маркетингу у сфері послуг.

**вміти:**

- розробляти маркетингові стратегії підприємств на ринку послуг;

- досліджувати та аналізувати маркетингову стратегію підприємств на ринку послуг;

- розробляти товарну політику щодо послуг;

- вирішувати питання ціноутворення;

- досліджувати особливості впровадження елементів комплексу маркетингу на підприємствах сфери послуг;

- розробляти товарну політику підприємств сфери послуг;

- розробляти маркетингову комунікаційну політику підприємств сфери послуг;

- проводити сегментування ринку послуг; - розробляти стратегічні плани, тактичні та оперативні плани підприємств у сфері послуг.

## **Програма навчальної дисципліни**

### **Тема 1. Основні поняття маркетингу послуг**

Сутність послуг. Класифікація послуг. Специфіка маркетингу послуг. Маркетингова орієнтація підприємства, що надає послугу. Складові «маркетингу-мікс».

### **Тема 2 . Маркетинговий інструментарій у сфері послуг.**

Принципи, функції та концепції маркетингу послуг. Позиціонування послуг на ринку. Створення конкурентної позиції підприємства та етапи розробки стратегії позиціонування. Вплив маркетингового середовища на діяльність підприємства сфери послуг.

### **Тема 3. Особливості маркетингу у сфері послуг. Моделі маркетингу послуг**

Існуючі підходи для визначення особливостей впровадження маркетингу на ринку послуг. Основні особливості маркетингу у сфері послуг. Аналіз сьогоденної ситуації щодо розвитку маркетингового механізму на ринку послуг. Модель Д.Ратмела, «сервакшн»-модель П.Ейгліе та Е.Лангеарда та їх основні особливості. Модель К.Гренроса, «4-Р» модель Д.Маккарті та «7-Р» модель М.Бітнер. Особливості впровадження існуючих моделей у практичну діяльність підприємств на ринку послуг України. Трикутна модель Ф.Котлера та її основні відмінності.

### **Тема 4. Комплекс маркетингу підприємства та особливості його реалізації в сфері послуг**

Комплекс маркетингу. Планування маркетингу у сфері послуг. Оптимізація плану маркетингу.

### **Тема 5. Маркетинг у сфері торгівельного обслуговування населення**

Маркетингові рішення роздрібних товарів підприємств. Оцінка і прогнозування попиту у роздрібній торгівлі. Оцінка якості торгівельного обслуговування споживачів.

### **Тема 6. Маркетинг освітніх послуг**

Специфіка освітніх послуг. Сутність поняття «освітня послуга», її специфічні риси. Класифікація освітніх послуг. Стратегія освітніх послуг.

### **Тема 7. Банківський маркетинг**

Маркетинг та його специфіка у банківській сфері. Банківський ринок, його сегментація, дослідження та аналіз. Маркетингова стратегія комерційного банку. Комплекс маркетингу в банківській сфері. Організація і контроль у банківському маркетингу

### **Тема 8. Маркетинг у сфері громадського харчування.**

Основні показники підприємств громадського харчування. Прогнозування попиту на продукти і послуги підприємств громадського харчування. Стратегії ціноутворення ресторану.

### **Тема 9. Маркетинг побутових послуг.**

Сутність побутового обслуговування. Порядок надання побутових послуг населенню України. Аналіз і прогнозування попиту населення на побутові послуги.

### **Тема 10. Туристичний маркетинг. Маркетинг готельного бізнесу**

Основні характеристики ринку турпослуг. Класифікація турпослуг. Структура туристичного ринку. Маркетингові дослідження туристичного ринку. Сегментація туристичного ринку.

### **Рекомендована література**

1. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. К.: ЦУЛ, 2019. 252 с.
2. Основы маркетинга / Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В.: пер. с англ. 2-е европ. изд. М.:СПб:К.: Издательский дом „Вильямс”, 2003. 944 с.
3. Мальченко В.М. Маркетинг послуг: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2012. 364 с.

4. Маркетинг: Підручник / За ред. проф. Е.М. Забарної, Т.О. Окландер. для студентів економічних спеціальностей з Грифом МОНМСУ. Одеса: Наука і техніка, 2012. 181с.
5. Попова Н.В. Маркетинг : підручник. Харків : В справі, 2016. 298 с.
6. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: Підручник. Київ: КНЕУ, 2011. 246 с.
7. Шканова О.М. Маркетинг послуг: Навч. Посібник. Київ: Кондор, 2010. 304 с