



Уманський національний
університет садівництва

Факультет економіки і
підприємництва

Кафедра маркетингу

СИЛАБУС НАМВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг послуг»

Рівень вищої освіти:	<u>перший</u> <u>(бакалаврський)</u>
Спеціальність:	<u>075 «Маркетинг»</u>
Освітня програма:	<u>Маркетинг</u>
Навчальний рік, семестр:	<u>2025-2026 н.р., семестр 8</u>
Курс (рік навчання)	<u>4 (4)</u>
Форма навчання:	<u>Денна</u>
Кількість кредитів ЄКТС:	<u>4</u>
Мова викладання:	<u>українська</u>
Обов'язкова/вибіркова:	<u>обов'язкова</u>

Лектор курсу	Валентина Лементовська
Профайл лектора	https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/lementovska-valentina-anatoliivna.html
Контактна інформація лектора (e-mail)	v.lementovskij@gmail.com.ua
Сторінка курсу в MOODLE	https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=333

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу	формування у здобувачів вищої освіти здатності вирішувати складні задачі та практичні проблеми в сфері маркетингу послуг, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Завдання курсу	➤ здатність виконувати самостійні дослідження у відповідності з розробленою програмою. ➤ здатність оцінювати методи аналізу і прогнозування попиту на послуги. ➤ здатність готувати аналітичні матеріали для оцінки маркетингових заходів і прийняття стратегічних рішень. ➤ здатність аналізувати і використовувати різноманітні джерела інформації для здійснення економічних розрахунків. ➤ володіння навичками прогнозування і моделювання явищ та процесів у сфері маркетингу послуг. ➤ здатність визначати маркетингову орієнтацію підприємства, що надає послуги. ➤ здатність критично оцінити запропоновані варіанти маркетингових рішень, розробити і обґрунтувати пропозиції щодо їх удосконалення, враховуючи ризики та можливі наслідки в сфері маркетингу послуг.
Компетентності	➤ здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів; ➤ здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
Програмні результати навчання	➤ збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; ➤ виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів; ➤ визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності; ➤ демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції /практичні (семінарські, лабораторні))	Зміст тем курсу	Завдання	Оціню- вання (балів)	Залучені стейкхолдери (спільне проведення аудит. занять)
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. СТРУКТУРА І РОЛЬ СФЕРИ ПОСЛУГ					
Тема 1. Основні поняття маркетингу послуг	4/2	1. Сутність послуги. 2. Класифікація послуг. 3. Специфіка маркетингу послуг. 4. Маркетингова орієнтація підприємства, що надає послуги. 5. Складові маркетингу-мікс.	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно- методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	5	-
Тема 2. Методи маркетингового дослідження ринку послуг	2/2	1. Класифікація методів дослідження. 2. Сегментація ринку послуг. 3. Аналіз конкурентного середовища. 4. Методи аналізу і прогнозування попиту на послуги.	Опрацювання лекційного матеріалу, Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно- методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	5	-
Тема 3. Дослідження діяльності підприємства та вибір маркетингових стратегій	2/2	1. Місія, цілі та маркетингові стратегії підприємства. 2. Стратегії підприємства на різних стадіях життєвого циклу послуги. 3. Вибір конкурентних стратегій. 4. Бренд-стратегії підприємства.	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно- методичних матеріалах, проходження тестування в	5	-

			системі електронного забезпечення навчання в Moodle		
Модульний контроль				5	-
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЙ СФЕРИ ПОСЛУГ					
Тема 4. Маркетинг у сфері торгівельного обслуговуванн я населення	2/2	1. Маркетингові рішення роздрібних торгівельних підприємств. 2. Оцінка і прогнозування попиту в роздрібній торгівлі. 3. Оцінка якості торгівельного обслуговування споживачів.	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно- методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	5	-
Тема 5. Маркетинг сервісу технічно складних товарів	2/2	1. Класифікація сервісу технічно складних товарів. 2. Характеристики допродажного та післяпродажного сервісу. 3. Визначення потреби в сервісі.	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно- методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	5	-
Тема 6. Маркетинг послуг громадського харчування	2/2	1. Основні показники підприємств громадського харчування. 2. Прогнозування попиту на продукцію та послуги підприємства громадського харчування.	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно- методичних матеріалах,	5	-

		3. Стратегії ціноутворення ресторану.	проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle		
Topic 7. Marketing of hotel services	2/2	1. Concepts and indicators of the hotel industry. 2. Hotel services in Ukraine. 3. Pricing strategies in the hospitality market.	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	5	-
Модульний контроль				5	-
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ СФЕРИ ПОСЛУГ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ					
Тема 8. Маркетинг у туризмі	2/2	1. Терміни туристичної діяльності. 2. Структура туристичного ринку. 3. Маркетингові дослідження туристичного ринку.	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	5	роботодавець
Тема 9. Маркетинг транспортних послуг	2/2	1. Маркетингова діяльність транспортного підприємства. 2. Вивчення попиту на перевезення пасажирів автомобільним транспортом	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-	5	-

			методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle		
Тема 10. Маркетинг побутових послуг	2/2	1. Сутність побутового обслуговування. 2. Порядок надання побутових послуг населенню в Україні. 3. Аналіз і прогнозування попиту населення на побутові послуги.	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	5	-
Тема 11. Маркетинг у консалтингу	2/2	1. Поняття консалтингових послуг. 2. Сегментація ринку консалтингових послуг України. 3. Вимоги споживачів до послуг консалтингових фірм. 4. Критерії вибору консалтингової фірми.	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	5	-
Модульний контроль				5	-
Всього за семестр 8	24/22			70	
Екзамен				30	
Всього за курс				100	

ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика оцінювання	В основу рейтингового оцінювання знань закладена 100-бальна шкала оцінювання (максимально можлива сума балів, яку може набрати здобувач за всіма видами контролю знань з дисципліни з урахуванням поточної успішності, самостійної роботи, науково-дослідної роботи, модульного контролю, підсумкового контролю тощо). Встановлюється, що при вивченні дисципліни до моменту підсумкового контролю (іспиту) здобувач може набрати максимально 70 балів. На підсумковому контролі (іспит) здобувач може набрати максимально 30 балів, що в сумі і дає 100 балів.
Політика щодо академічної доброчесності	Під час підготовки рефератів та індивідуальних науково-дослідних завдань, проведення контрольних заходів здобувачі повинні дотримуватися правил академічної доброчесності, які визначено Кодексом доброчесності Уманського НУС. Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (за погодженням із деканом факультету)

РОЗПОДІЛ БАЛІВ З ДИСЦИПЛІНИ « МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ »

Поточний (модульний) контроль - 70													Підсумковий контроль	Сума	
Змістовний модуль 1-20				Змістовний модуль 2 -25					Змістовний модуль 3 -25				30	100	
Т 1	Т 2	Т 3	МК	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	МК	Т 8	Т 9	Т 10	Т 11			МК
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			5

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	задовільно
35-59	FX	
0-34	F	незадовільно з можливістю повторного складання
		незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни