

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Донецький національний університет економіки і торгівлі**  
**імені Михайла Туган-Барановського**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
на засіданні кафедри маркетингу,  
менеджменту та публічного  
адміністрування  
Протокол №1 від 26 серпня 2024 р  
Завідувач кафедри



\_\_\_\_\_ Н.С. Приймак

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ»**

Ступінь: бакалавр

**Кількість кредитів ECTS 5**

Розробник: Барабанова В.В.  
доцент, к.е.н.

2024 – 2025 навчальний рік

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни
Обов'язкова (для студентів освітньої програми) / вибіркова дисципліна	<b>Обов'язкова дисципліна для здобувачів спеціальності 075 «Маркетинг і реклама»</b>
Семестр (осінній / весняний)	<b>осінній</b>
Кількість кредитів	<b>5</b>
Загальна кількість годин	<b>150</b>
Кількість змістових модулів	<b>2</b>
Лекції, годин	<b>28</b>
Практичні / семінарські, годин	<b>28</b>
Лабораторні, годин	<b>-</b>
Самостійна робота, годин	<b>94</b>
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	<b>4</b>
самостійної роботи студента	<b>6,7</b>
Вид контролю	<b>екзамен</b>

## 2. Програма навчальної дисципліни

**Мета** вивчення дисципліни полягає у формуванні у здобувачів вищої освіти сучасного наукового світогляду та системи спеціальних знань у сфері маркетингу послуг, інструментів їх використання для забезпечення ефективної діяльності підприємств.

**Завдання** дисципліни полягає в теоретичній і практичній підготовці здобувачів ВО у сфері маркетингу послуг; формуванні вмінь та навичок: використання теоретичних основ маркетингу послуг; дослідження маркетингового інструментарію підприємств сфери послуг; оцінювання маркетингових стратегій сегментування, вибору цільового ринку; аналізу міжнародних моделей маркетингу послуг; визначення продуктової політики у сфері послуг; управління ціновою політикою у сфері послуг; аналізу комунікативної політики у сфері послуг; дослідження просування послуг; оцінки персоналу як складової маркетинг-міксу послуг; управління маркетингом туристичних послуг; оцінювання маркетингу готельних послуг; аналізу маркетингу послуг ресторанного господарства; дослідження маркетингу послуг некомерційної діяльності.

**Предмет:** стратегії, методи, моделі, механізми та інструменти маркетингу послуг

**Зміст дисципліни розкривається в темах:**

Тема 1. Особливості функціонування ринку послуг

Тема 2. Маркетинговий інструментарій підприємств сфери послуг

Тема 3. Маркетингові стратегії сегментування, вибору цільового ринку послуг

- Тема 4. Міжнародні моделі маркетингу послуг  
Тема 5. Продуктова політика у сфері послуг  
Тема 6. Цінова політика у сфері послуг  
Тема 7. Комунікативна політика у сфері послуг  
Тема 8. Політика розповсюдження у сфері послуг  
Тема 9. Персонал як складова маркетинг- міксу  
Тема 10. Маркетинг туристичних ослуг  
Тема 11. Маркетинг готельних послуг  
Тема 12. Маркетинг послуг ресторанного господарства  
Тема 13. Маркетинг послуг некомерційної діяльності

### 3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	усього	У тому числі			
		л	п/с	лаб	срс.
1	2	3	4	5	6
<b>Змістовий модуль 1. Основні поняття маркетингу послуг</b>					
Тема 1. Особливості функціонування ринку послуг	14	2	2		10
Тема 2. Маркетинговий інструментарій підприємств сфери послуг	14	2	2		10
Тема 3. Маркетингові стратегії сегментування, вибору цільового ринку	18	4	4		10
Тема 4. Міжнародні моделі маркетингу послуг	18	4	4		10
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>64</b>	<b>12</b>	<b>12</b>		<b>40</b>
<b>Змістовий модуль 2. Особливості маркетингової діяльності підприємств у сфері послуг</b>					
Тема 5. Продуктова політика у сфері послуг.	10	2	2		6
Тема 6. Цінова політика у сфері послуг	9	2	2		5
Тема 7. Комунікативна політика у сфері послуг	9	2	2		5
Тема 8. Політика розповсюдження у сфері послуг	9	2	2		5
Тема 9. Персонал як складова маркетинг - міксу	9	2	2		5
Тема 10. Маркетинг туристичних послуг	9	2	2		5
Тема 11. Маркетинг готельних послуг	9	2	2		5
Тема 12. Маркетинг послуг ресторанного господарства	9	1	1		7
Тема 13. Маркетинг послуг некомерційної діяльності	13	1	1		11
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>86</b>	<b>16</b>	<b>16</b>		<b>54</b>
<b>Усього годин</b>	<b>150</b>	<b>28</b>	<b>28</b>		<b>94</b>

#### 4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять:

№ з/п	Вид та тема заняття	Години
1	Семінар – розгорнута бесіда Сучасні тенденції та особливості ринку послуг в Україні	2
2	Семінар запитань і відповідей Характеристика маркетингу підприємств сфери послуг	2
3	Семінар з виконанням кейсів Види інструментів маркетингу підприємств сфери послуг	2
4	Семінар запитань і відповідей Дослідження ринкових стратегій сегментування	2
5	Семінар – розгорнута бесіда Формування маркетингові стратегії сегментування, вибору цільового ринку	2
6	Семінар запитань і відповідей Міжнародні моделі маркетингу послуг	2
7	Семінар запитань і відповідей Специфіка формування продуктової політики у сфері послуга	2
8	Семінар запитань і відповідей Характеристика цінової політики у сфері послуг	2
9	Семінар – розгорнута бесіда Сучасні особливості комунікативної політики послуг	2
10	Семінар з виконанням кейсів Сучасні особливості комунікативної політики послуг	2
11	Семінар – розгорнута бесіда Сучасні методи просування послуг	2
12	Семінар – розгорнута бесіда Роль персоналу у сфері послуг	2
13	Семінар – розгорнута бесіда Організація маркетингу туристичних послуг	2
14	Семінар запитань і відповідей Специфіка комплексу маркетингу готельних послуг	2
	<b>Всього</b>	<b>28</b>

#### 5. Розподіл балів, які отримують студенти

- вид контролю: **екзамен**

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення екзамену: впродовж семестру (50 балів) та при проведенні підсумкового контролю - екзамену (50 балів).

#### Оцінювання студентів протягом семестру (очна форма навчання)

№ теми семінарсько	Аудиторна робота	Позааудиторна робота	Сума балів
--------------------	------------------	----------------------	------------

го/практичного заняття	Тестові завдання	Ситуаційні завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	ПМК	Завдання для самостійного виконання	
<b>Змістовий модуль 1</b>						
Тема 1	1	1	0,5			2,5
Тема 2	1	1	0,5	2		4,5
Тема 3	1		0,5	2		3,5
Тема 4	1	1	0,5	2		4,5
Тема 5	2		1	2		5
Тема 6	2		1	2		5
<b>Разом змістовий модуль 1</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>10</b>		<b>25</b>
<b>Змістовий модуль 2</b>						
Тема 7	1		0,5			1,5
Тема 8	1		0,5	1		2,5
Тема 9	1		0,5	1		2,5
Тема 10	1	1	0,5	1		3,5
Тема 11	1	1		1		3
Тема 12	1	1		1		3
Тема 13	1	1		5		7
Тема 14	1	1				2
<b>Разом змістовий модуль 2</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>10</b>		<b>25</b>
<b>Разом</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>20</b>		<b>50</b>

**Оцінювання студентів протягом семестру  
(заочна форма навчання)**

Поточне тестування та самостійна робота			Підсумковий тест (екзамен)	Сума в балах
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Індивідуальне завдання	50	100
15	20	15		

**Загальне оцінювання результатів вивчення навчальної дисципліни**

Для виставлення підсумкової оцінки визначається сума балів, отриманих за результатами екзамену та за результатами складання змістових модулів. Оцінювання здійснюється за допомогою шкали оцінювання загальних результатів вивчення дисципліни (модулю).

<b>Оцінка</b>		
<b>100-бальна шкала</b>	<b>Шкала ECTS</b>	<b>Національна шкала</b>
90-100	A	5, «відмінно»

80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	3, «задовільно»
60-69	E	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	