

Кафедра маркетингу

**«ЗАТВЕРДЖЕНО»**

завідувач кафедри маркетингу

Касян С.Я. 

«10» липня 2022 року

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

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Освітньо-професійна програма	«Маркетинг»
Спеціалізації	-
Статус	Обов'язкова
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Термін викладання	5-й семестр, 9-10 квартали
Мова викладання	українська

Викладач: к.е.н., доцентка кафедри маркетингу, доц. Шинкаренко Н.В.

Пролонговано: на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_» \_\_ 20\_\_ р.  
(підпис, ПІБ, дата)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_» \_\_ 20\_\_ р.  
(підпис, ПІБ, дата)

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг послуг» для бакалаврів освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу Дніпро. : НТУ «ДП», 2022. 15 с.

Розробниця: кандидат економічних наук, доцентка кафедри маркетингу Шинкаренко Н.В.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії спеціальності 075 Маркетинг (протокол № 7 від 07.07.2022 р.).

## ЗМІСТ

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ .....	4
2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ.....	4
3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ.....	5
4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ .....	6
5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	7
6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ .....	8
6.1. Шкали.....	9
6.2. Засоби та процедури .....	9
6.3. Критерії.....	10
7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ .....	13
8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	13

## 1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти здійснено розподіл програмних результатів навчання (ПР) за організаційними формами освітнього процесу. Зокрема, до дисципліни Ф19 «Маркетинг послуг» віднесено наступні результати навчання:

ПР1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності
ПР5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів
ПР11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта

**Мета дисципліни** – формування системи теоретичних знань і практичних навичок з аналізу сутності розвитку надання послуг підприємствами та чинників, які впливають на цей процес, видового складу послуг у маркетинговій діяльності сервісних підприємств, опанування теоретичними основами та практичними навичками щодо формування і використання комплексу маркетингу підприємствами сфери послуг.

Важливим є формування системи теоретичних знань щодо сутності сегментування ринку послуг та позиціонування послуг у межах загальної стратегії і тактики маркетингу.

Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні.

## 2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	Шифр ДРН	Зміст
ПР1	ПР1.1-Ф19	знати визначення послуг, їх основні характеристики та особливості; специфіку формування ринку послуг та основних тенденцій його сучасного розвитку
	ПР1.2-Ф19	знати особливості маркетингу-мікс у сфері послуг та розробляти комплекс маркетингу послуг з урахуванням різних чинників
ПР5	ПР5.1-Ф19	знати сутність процесу надання послуги та описувати існуючі моделі маркетингу послуг, основи функціонування ринку послуг
	ПР5.2-Ф19	виявляти й аналізувати особливості маркетингової діяльності підприємств окремих сфер послуг, а також особливості поведінки їх суб'єктів
ПР11	ПР11.1-Ф19	здійснювати сегментацію ринку послуг та обирати найбільш привабливі сегменти
	ПР11.2-Ф19	вміти обирати та розробляти стратегії щодо елементів комплексу маркетингу для послуг з урахуванням різних чинників

## 3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна викладається в 5-му семестрі (9, 10 чвертях) відповідно до навчального плану. Вивчення курсу ґрунтується на знаннях, отриманих з попередньо вивчених дисциплін, а саме:

Ф1 Маркетинг	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
Ф8 Маркетингова товарна політика	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
Ф4 Етика маркетингу	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
	Застосовувати маркетингові інструменти для узгодження економічних, екологічних, соціальних інтересів суб'єктів ринку в умовах досягнення цілей сталого розвитку
Ф10 Маркетингові дослідження	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

#### 4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Розподіл за формами навчання, години					
	денна			заочна		
	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	54	26	28	54	6	48
практичні	66	26	40	66	6	60
лабораторні	-	-	-	-	-	-
семінари	-	-	-	-	-	-
<b>РАЗОМ</b>	<b>120</b>	<b>52</b>	<b>68</b>	<b>120</b>	<b>12</b>	<b>108</b>

## 5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ПР	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	<b>ЛЕКЦІЇ</b>	<b>54</b>
ПР1.1-Ф19 ПР5.1-Ф19	<b>1. Ринок послуг у сучасній економіці та особливості його функціонування в умовах сталості</b>	6
	1.1 Загальні засади вивчення навчальної дисципліни	
	1.2 Посилення роді послуг у сучасній економіці	
	1.3 Особливості формування та сучасні тенденції розвитку ринку послуг в умовах сталості	
	1.4 Регулювання ринку послуг: національний та міжнародний аспекти	
ПР1.1-Ф19 ПР5.1-Ф19	<b>2. Економічна сутність, класифікація та основні характеристики послуг</b>	8
	2.1 Економічна природа послуги. Континуум «товар-послуга»	
	2.2 Маркетингова класифікація послуг	
	2.3 Поняття та особливості маркетинг-мікс у сфері послуг	
ПР1.1-Ф19 ПР5.1-Ф19	<b>3. Моделі маркетингу послуг</b>	6
	3.1 Сучасні наукові школи маркетингу послуг	
	3.2 Модель Дж. Ратмела	
	3.3 Модель П. Ейгліє і Е. Лангеарда "SERVACTION"	
	3.4 Модель К. Грьонроса та модель маркетинг-міксу сфери послуг (М.Д. Бітнер)	
	3.5 Трикутна модель маркетингу послуг Ф. Котлера. Модель К. Лавлока	
ПР1.2-Ф19 ПР5.2-Ф19 ПР11.2-Ф19	<b>4. Продуктова політика маркетингу послуг</b>	6
	4.1 Сутність, мета та особливості продуктової політики на ринку послуг	
	4.2 Асортиментна політика сфери послуг. Концепція життєвого циклу послуги	
	4.3 Ступень новизни послуг. Поняття якості послуг	
	4.4 Використання моделі Кано при розробленні послуги	
	4.5 Система фірмового стилю на ринку послуг	
ПР1.2-Ф19 ПР5.2-Ф19 ПР11.2-Ф19	<b>5. Особливості окремих інструментів маркетингового комплексу на ринку послуг</b>	8
	5.1 Сутність, цілі та значення цінової політики на ринку послуг	
	5.2 Методи ціноутворення, засновані на психологічних засадах. Типи цінових пакетів	
	5.3 Матеріальні свідчення (умови та оточення)	
	5.4 Особливості персонального продажу на ринку послуг	
ПР5.1-Ф19 ПР5.2-Ф19 ПР11.1-Ф19	<b>6. Моделі поведінки споживачів ринку послуг. Сегментування</b>	6
	6.1 Особливості та етапи поведінки споживачів ринку послуг	
	6.2 Складові зміни споживчого попиту на ринку послуг	
	6.3 Принципи сегментування ринку послуг. Сегментування за методом Волкової Л.	
	6.4 Специфіка позиціонування на ринку послуг	
ПР1.1-Ф19 ПР5.2-Ф19 ПР11.1-	<b>7. Особливості маркетингової діяльності підприємств сфери послуг</b>	8
	7.1 Маркетинг торговельно-посередницьких та сервісних послуг	

Ф19	7.2 Маркетинг готельних та туристичних послуг	
	7.3 Маркетинг банківських та консалтингових послуг	
ПР5.2-Ф19 ПР11.2-Ф19	<b>8. Управління маркетингом послуг</b>	
	8.1 Типи маркетингових досліджень. Дослідження ключових контактів	6
	8.2 Маркетинг стосунків. Стратегія формування лояльних стосунків	
	8.3 Причини відмови від повторного обслуговування	
8.4 Гарантії у сфері послуг		
	<b>ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ</b>	<b>66</b>
ПР1.1-Ф19 ПР5.1-Ф19 ПР5.2-Ф19 ПР11.1-Ф19 ПР11.2-Ф19	1. Ринок послуг у сучасній економіці та особливості його функціонування.	6
	2. Сучасна концепція маркетингу послуг	6
	3. Економічна сутність, класифікація та основні характеристики послуг	6
	4. Становлення ринку послуг. Моделі маркетингу послуг.	6
	5. Оцінка якості обслуговування GAP SERQUAL	6
	6. Товарна політика у сфері послуг.	6
	7. Особливості ціноутворення у сфері послуг	6
	8. Критерії місцерозташування підприємств сфери послуг. Розташування в рамках методу OPQRST	6
	9. Моделі поведінки споживачів ринку послуг. Сегментування	6
	10. Особливості маркетингової діяльності підприємств сфери послуг	6
	11. Скарги та претензії, система їх задоволення	6
	<b>РАЗОМ</b>	<b>120</b>

## 6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Оцінювання досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти», <http://surl.li/bgpuz>. Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувачів за дисципліною.

### 6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних здобувачів.

#### Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо здобувач отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

## 6.2. Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії здобувачів за вимогами НРК до 6-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувачі на контрольних заходах мають виконувати завдання, орієнтовані на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики, що надаються здобувачам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

### *Засоби діагностики та процедури оцінювання*

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні роботи	відповідь на контрольні запитання	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення сумарного результату поточних контролів
практичні	контрольні роботи	відповідь на контрольні запитання		
	індивідуальне завдання	виконання завдань під час практичних занять та самостійної роботи		виконання ККР під час екзамену за бажанням студента

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольних та індивідуального завдань.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час екзамену має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

## 6.3. Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерію використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:



$$O_i = 100 a/m,$$

де  $a$  – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення;  $m$  – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (подано нижче).

**Загальні критерії досягнення результатів навчання для  
6-го кваліфікаційного рівня за НРК**

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
<b>Знання</b>		
♦ концептуальні наукові та практичні знання, критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/або навчання	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - концептуальних знань; - високого ступеню володіння станом питання; - критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	95-100
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
	<b>Уміння/навички</b>	
♦ поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - обирати адекватні методи та інструментальні засоби; - збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію; - використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання	95-100
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати	80-84

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	рівень умінь/навичок незадовільний	<60
<b>Комунікація</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації;</li> <li>♦ збір, інтерпретація та застосування даних;</li> <li>♦ спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово</li> </ul>	<p>Вільне володіння проблематикою галузі. Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правильна;</li> <li>- чиста;</li> <li>- ясна;</li> <li>- точна;</li> <li>- логічна;</li> <li>- виразна;</li> <li>- лаконічна.</li> </ul> <p>Комунікаційна стратегія:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- послідовний і несуперечливий розвиток думки;</li> <li>- наявність логічних власних суджень;</li> <li>- доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням;</li> <li>- правильна структура відповіді (доповіді);</li> <li>- правильність відповідей на запитання;</li> <li>- доречна техніка відповідей на запитання;</li> <li>- здатність робити висновки та формулювати пропозиції</li> </ul>	95-100
	<p>Достатнє володіння проблематикою галузі з незначними хибами. Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) з незначними хибами. Доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами</p>	90-94
	<p>Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)</p>	85-89
	<p>Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)</p>	80-84

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Часткове володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Фрагментарне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
<b><i>Відповідальність і автономія</i></b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами;</li> <li>◆ спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах;</li> <li>◆ формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти;</li> <li>◆ організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп;</li> <li>◆ здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії</li> </ul>	<p>Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на:</p> <p>1) управління комплексними проектами, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію;</li> <li>- здатність до роботи в команді;</li> <li>- контроль власних дій;</li> </ul> <p>2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обґрунтування власних рішень положеннями нормативної бази галузевого та державного рівнів;</li> <li>- самостійність під час виконання поставлених завдань;</li> <li>- ініціативу в обговоренні проблем;</li> <li>- відповідальність за взаємовідносини;</li> </ul> <p>3) відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- використання професійно-орієнтованих навичок;</li> <li>- використання доказів із самостійною і правильною аргументацією;</li> <li>- володіння всіма видами навчальної діяльності;</li> </ul> <p>4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ступінь володіння фундаментальними знаннями;</li> <li>- самостійність оцінних суджень;</li> <li>- високий рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок;</li> </ul>	95-100

<b>Опис кваліфікаційного рівня</b>	<b>Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії</b>	<b>Показник оцінки</b>
	- самостійний пошук та аналіз джерел інформації	
	Упевнене володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано дві вимоги)	90-94
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано шість вимог)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано вісім вимог)	65-69
	Рівень відповідальності і автономії фрагментарний	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

## 7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Office365.

## 8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### Базові

1. Лихолат С. М., Крикавський Є. В., Скупейко В. В., Шинкаренко Н. В., Петецький І. Вплив маркетингової комунікаційної політики на транспарентність банків. *Ефективна економіка*. 2021. № 7. DOI: **10.32702/2307-2105-2021.7.70**
2. Сапінський О., Шинкаренко Н.В., Пілова К.П.. Маркетинг у створенні стратегічних переваг на ринку послуг. *Економічний вісник Дніпровської політехніки. Науковий журнал*. 2021 №3 (75). С. 115-122 DOI: **https://doi.org/10.33271/ebdut/75.114**
3. Шинкаренко Н.В. Методичні вказівки до самостійного опанування дисципліни «Маркетинг послуг» для здобувачів першого (бакалаврського рівня вищої освіти) спеціальності 075 Маркетинг [Електронний ресурс] : НТУ «Дніпровська політехніка»; уклад.: Н. В. Шинкаренко. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2021. 35 с.
4. Дистанційний курс на платформі Moodle «Маркетинг послуг» <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=2989>
5. Y. Krykavskiy, O. Shandrivska, N. Shynkarenko. Ukraine's River Transportation Potential: Between Business and Sustainable Development. *Transport Means 2019 Sustainability: Research and Solutions Proceedings of the 23rd International Scientific Conference, PART II*. October 02 – 04, 2019 Palanga, Lithuania. P. 634-638. (Scopus).
6. Jochen Wirtz, Christopher Lovelock Services Marketing: People, Technology, Strategy (Ninth Edition)  
**[https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=T6pJEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=marketing+service&ots=YBHopvM7Ip&sig=16DFCdNP2Qd6N-DNHMOtIvO\\_x64&redir\\_esc=y#v=onepage&q=marketing%20service&f=false](https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=T6pJEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=marketing+service&ots=YBHopvM7Ip&sig=16DFCdNP2Qd6N-DNHMOtIvO_x64&redir_esc=y#v=onepage&q=marketing%20service&f=false)**
7. Національний класифікатор України. Державний класифікатор продукції та послуг ДК 016:2010. [Електронний ресурс] **<https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v457a609-10#Text>**
8. 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.

### Допоміжні

1. Крикавський Є. В., О. Є. Шандрівська, Шинкаренко Н. В. Дослідження потенціалу річкового транспорту України на засадах концепції сталого розвитку. Вісник Національного університету «Львівська політехніка. Серія "Проблеми економіки та управління". 2019. Вип. 7. № 4. С. 45-53. DOI: <https://doi.org/10.23939/semi2019.04.045>
2. Y. Krykavskiy, O. Shandrivska, N. Shynkarenko. Services of river passenger transport in Ukraine in the trend of behavioral economy. *Transport Means 2020 Sustainability: Research and Solutions Proceedings of the 24rd International Scientific Conference, PART I*. 30 September to 2 October, 2020 Palanga, Lithuania, P. 38-43.
3. Y. Krykavskiy, O. Shandrivska, N. Shynkarenko. Tourist Business – Driver of River Passenger Transport Development in Ukraine. *Transport Means 2021 Sustainability: Research and Solutions Proceedings of the 25rd International Scientific Conference, PART I*. 6-8 October, 2021 Palanga, Lithuania. P. 371-378. (Scopus)

4. Y. Krykavskiy, O. Shandrivska, N. Shynkarenko. RiverHeavy Transport in Emergency Conditions Transport Means 2022 Sustainability: Research and Solutions Proceedings of the 26th International Scientific Conference, PART I. 5-7 October, 2022 Palanga, Lithuania, 475 p. P. 237-241. (Scopus)

5. Маркетинг послуг: робочий зошит [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. напрям підготовки 6.030507 «Маркетинг», галузь знань: 0305 «Економіка і підприємництво» / К.В. Бажеріна, Є.В. Гнітецький ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 5,43 Мбайт). – КиЎДжв : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 103 с.

6. Маркетинг послуг: Методичні матеріали для самостійної підготовки студентів / О.В. Кузик. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. – 76 с. Методичні матеріали.

7. Chitty W., D'Alessandro St., Gray D., Hughes A. Services Marketing. - Oxford University Press; 2nd edition. - 496 p.

8. Danyiuk, T. Marketing in the field of services. Economic journal of Lesya Ukrainka Volyn National University. 2, 26 (Jun. 2021), 128–136. DOI:<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2021-02-128-136>.

9. Бедрадіна Г.К. Методика service quality в оцінюванні якості готельних послуг. Приазовський економічний вісник. Серія «Економіка та управління підприємствами». Випуск 5(16) 2019. <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-5-18>

10. А. С. Капліна . Методичний підхід до оцінки якості готельних послуг. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2016. № 2 (74). *Економіка й управління підприємством*. <https://core.ac.uk/download/pdf/300243498.pdf>

11. Маркетинг послуг: розрахункова робота [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / К.В. Бажеріна, Є.В. Гнітецький; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 907 КБ). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 61 с.

Навчальне видання

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«Маркетинг послуг»  
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
освітньої програми «Маркетинг», спеціальності 075 Маркетинг

Розробниця:  
Шинкаренко Наталія Валентинівна

В редакції авторки

Підготовлено до виходу в світ  
у Національному технічному університеті  
«Дніпровська політехніка».  
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842  
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19