

Білоцерківський національний аграрний університет
Економічний факультет
Кафедра фінансів, банківської справи та страхування

	СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ» Галузь знань – 07 Управління та адміністрування (D Бізнес, адміністрування та право) Спеціальність – 075 Маркетинг (D5 Маркетинг) Освітня програма – Маркетинг
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Компонент освітньої програми:	вибірковий
Кількість кредитів ECTS / загальна кількість годин	4 кредити / 120 годин
Семестр	7
Форма контролю	залік
Мова викладання	українська
Профайл викладача 	Качан Дмитро Анатолійович Посада: доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Науковий ступінь: кандидат економічних наук Робоче місце: навчальний корпус №4 (пл. Соборна, 8/1), аудиторія 130 (кафедра фінансів, банківської справи та страхування) E-mail: kachan.dmytro@btsau.edu.ua Зв'язок з викладачем: +380970659960
Опис дисципліни	Дисципліна «Маркетинг послуг» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти системних теоретичних знань і практичних навичок організації та управління маркетинговою діяльністю підприємств сфери послуг. У межах курсу розглядаються економічна сутність і специфіка послуг як особливого виду товару, закономірності функціонування ринку послуг, особливості формування комплексу маркетингу сервісних підприємств, а також інструменти аналізу якості, конкурентоспроможності та ефективності надання послуг. Значна увага приділяється вивченню сучасних моделей маркетингу послуг, маркетингових стратегій, управлінню контактами у сервісному процесі та адаптації маркетингових рішень до динамічних умов ринку.
Передумови для вивчення дисципліни	Вивчення дисципліни «Маркетинг послуг» ґрунтується на знаннях, отриманих у процесі опанування таких навчальних дисциплін як: «Поведінка споживачів», «Маркетинг», «Менеджмент», «Маркетингові комунікації», «Маркетингове

	ціноутворення», «Логістика». Наявність базових знань із теорії маркетингу та ринкової поведінки споживачів є необхідною умовою для ефективного засвоєння навчального матеріалу курсу.
Мета вивчення дисципліни	Метою вивчення дисципліни «Маркетинг послуг» є формування у студентів комплексного розуміння теоретичних засад і практичних механізмів маркетингової діяльності у сфері послуг, набуття навичок застосування сучасного маркетингового інструментарію для дослідження ринку послуг, розроблення та реалізації маркетингових стратегій сервісних підприємств, а також підготовка фахівців, здатних приймати обґрунтовані управлінські рішення з урахуванням специфіки сервісного продукту, поведінки споживачів і конкурентного середовища.
Формат дисципліни	Для денної форми навчання дисципліна викладається в очному форматі, із застосуванням мультимедійних засобів. За необхідності передбачено індивідуальні графіки, дистанційна форма навчання, тощо. Використовуються платформи Moodle, Zoom. Формат проведення дисципліни є змішаним: поєднання як традиційних форм навчання з елементами дистанційного навчання.
Компетентності відповідно до Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (D5 Маркетинг)	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
Очікувані результати навчання	Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

	<p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p>
<p>Структура курсу</p>	<p><i>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи та методологія маркетингу послуг</i></p> <p>Тема 1.1. Сутність послуг як об'єкта маркетингової діяльності та їх ключові характеристики</p> <p>Тема 1.2. Ринок послуг і специфіка застосування маркетингових підходів у сервісній сфері</p> <p>Тема 1.3. Концепції, моделі та інструменти маркетингу послуг</p> <p>Тема 1.4. Дослідження ринку послуг і формування ринкового позиціонування</p> <p><i>Змістовий модуль 2. Організація маркетингової діяльності сервісного підприємства</i></p> <p>Тема 2.1. Сегментування ринку послуг та оцінювання конкурентного середовища</p> <p>Тема 2.2. Аналіз діяльності сервісної компанії та вибір маркетингових стратегій</p> <p>Тема 2.3. Комунікаційна політика та інструменти просування послуг</p> <p>Тема 2.4. Формування та реалізація цінових стратегій у сфері послуг</p> <p><i>Змістовий модуль 3. Управління процесом надання послуг і взаємодією з клієнтами</i></p> <p>Тема 3.1. Політика розповсюдження послуг і організація сервісного процесу</p> <p>Тема 3.2. Управління контактами зі споживачами у процесі надання послуг</p>
<p>Методи навчання</p>	<p>Під час викладання курсу застосовуються презентації, робота в малих групах, мозкові атаки, метод проектної роботи, виконання колективних та індивідуальних завдань, підготовки есе та презентацій із додержанням вимог академічної доброчесності.</p>
<p>Політика</p>	<p>Політика щодо академічної доброчесності: очікується, що письмові роботи здобувачів будуть оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в</p>

	<p>письмовій роботі здобувача (списування, відсутність посилань на використані джерела, фабрикація, фальсифікація, обман) є підставою для її незарахування викладачем.</p> <p>Політика щодо відвідування занять: очікується, що здобувачі відвідають усі лекції та практичні заняття курсу. Здобувачі мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Відпрацювання пропущених занять згідно графіку консультацій викладача. За об'єктивних причин навчання може відбуватись в он-лайн режимі.</p> <p>Політика щодо дедлайнів і перескладання: здобувачі мають дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт.</p> <p>Політика щодо виконання завдань: позитивно оцінюється відповідальність, старанність, креативність.</p> <p>Політика оцінювання: засоби та критерії оцінювання прописані в робочій програмі дисципліни, розміщеної на платформі Moodle Білоцерківського НАУ.</p>
<p>Рекомендовані джерела інформації</p>	<p style="text-align: center;">Основна література</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг: навч. посібник – 2-ге вид., переробл. і допов. / кер. кол. авторів і наук. ред. проф. О.М. Варченко. Біла Церква, ТОВ «Білоцерківдрук», 2025. – 832 с. 2. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. Marketing 5.0: Technology for Humanity. John Wiley & Sons, 2021. 224 с. 3. Кузик О.В. Маркетинг послуг: технології та стратегії: навч. посіб. Львів: Видавництво ЛНУ ім. І.Франка, 2018. 338 с. 4. Васильців Н.М., Карпій О.П. Маркетинг послуг : навчальний посібник. – Львів: Растр-7, 2022 р. – 178 с. 4. Wirtz, J. Essentials of Services Marketing (4th ed.). Pearson, 2022. <p style="text-align: center;">Додаткова література</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Torres, E. N., Zhang, T. Customer Service Marketing: Managing the Customer Experience (1st ed.). Routledge, 2022. 2. Tabari, S., Chen, W., Kladou, S. Marketing and Design in the Service Sector: Enhancing the Customer Experience. Emerald, 2024. 3. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг послуг» для здобувачів першого (бакалавр) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «маркетинг»/ уклад. М.В. Мірошник. Х.: НТУ «ХП», 2023. 81с. 4. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D., Mende, M. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (8th ed.). McGraw-Hill, 2024. 5. Аракелова І. О. Маркетинг послуг: електронний навчальний посібник. 2024. <p style="text-align: center;">Інформаційні ресурси</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Навчально-інформаційний портал БНАУ Moodle. URL: https://teach.btsau.net.ua/ 2. Наукова бібліотека БНАУ. URL: https://library.btsau.edu.ua/ 3. Інституційний репозитарій БНАУ: URL: https://rep.btsau.edu.ua/