

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ



Маркетинг послуг (service marketing)  
**робоча програма навчальної дисципліни**

Галузь знань *усі*  
Спеціальність *усі*  
Освітній рівень *другий (магістерський)*  
Освітня програма *усі*

Вид дисципліни  
Мова викладання, навчання та оцінювання

*вибіркова*  
*українська*

Завідувач кафедри туризму

Олена СУЩЕНКО

Харків  
2020

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
на засіданні кафедри туризму  
Протокол № 1 від 26.08.2020 р.

Розробник:  
Стрижак О.О., к.е.н., доц. кафедри туризму

**Лист оновлення та перезатвердження  
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

## Анотація навчальної дисципліни

На теперішній час в структурі економіки більшості розвинених країн домінує сфера послуг, і спостерігається тенденція щодо стійкого зростання її питомої ваги. В області нематеріального виробництва не тільки створюється значна частина ВВП, але й утворюються нові робочі місця, стимулюючи тим самим розвиток інших галузей народного господарства. Отже, дослідження проблем функціонування сфери послуг є актуальним та своєчасним, а отримання відповідних знань та навичок щодо особливостей діяльності підприємств на ринку послуг є необхідною передумовою успішної діяльності сучасних фахівців.

В умовах загострення конкурентної боротьби на світових ринках та кризи перевиробництва суттєвого значення набувають питання здійснення маркетингових досліджень, використання ідей та принципів маркетингу у практичних ситуаціях, тому опанування теоретичними знаннями та розвиток практичних навичок щодо їх застосування у реаліях ринкової економіки є вкрай важливим для майбутніх спеціалістів. Саме тому вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг послуг (service marketing)» є актуальним та своєчасним.

### Мета навчальної дисципліни:

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг послуг (service marketing)» є набуття студентами теоретичних знань та практичних навичок щодо маркетингової діяльності підприємств сфери послуг, проведення маркетингових досліджень на ринку послуг, визначення напрямків розвитку підприємств сфери послуг в сучасних умовах та використання комплексу маркетингу заходів у їх діяльності.

### Характеристика навчальної дисципліни

Курс	1М
Семестр	2
Кількість кредитів ECTS	5
Форма підсумкового контролю	залік

### Структурно-логічна схема вивчення дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
Економіка підприємства	Інтернет-маркетинг
Міжнародна економіка, світове господарство і міжнародні економічні відносини	Методологія та організація наукових досліджень
Маркетинг	Крос-культурний комунікативний менеджмент

### Компетентності та результати навчання за дисципліною:

Компетентності	Результати навчання
Оцінка впливу чинників зовнішнього середовища на діяльність ринку послуг	Знання, вміння та навички щодо функціонування та розвитку ринку послуг
Здатність використання маркетингового інструментарію до дослідження сфери послуг	
Вміння сегментувати ринок послуг відповідно до обраних чинників сегментації	
Визначення характеристик та особливостей послуг як специфічного товару	Знання, вміння та навички із виробництва та реалізації послуг
Оцінка та аналіз якості і конкурентоспроможності послуги	
Формування ціни на послуги	

Компетентності	Результати навчання
Вибір маркетингових засобів просування послуг	
Розробка маркетингової стратегії розвитку для підприємств сфери послуг	

## Програма навчальної дисципліни

### Змістовий модуль 1 Сутність та особливості маркетингу послуг

#### Тема 1. Сфера послуг в сучасному суспільстві

Взаємозв'язок матеріального виробництва і невиробничої сфери. Структурні зрушення в економічній парадигмі суспільного розвитку. Сфера послуг. Сутність та характеристики послуг. Невідчутність послуги. Невіддільність виробництва та споживання послуги. Неможливість зберігання послуги.

#### Тема 2. Ринок послуг та його характеристики

Призначення і структура національної класифікації послуг (Державний класифікатор продукції та послуг — ДК 016-97). Міжнародні класифікатори видів діяльності, продуктів, послуг. Класифікація послуг ГАТТ/ВТО. Міжнародна торгівля послугами. Міжнародне регулювання ринку послуг. Призначення та основні вимоги міжнародного стандарту ІСО 9004-2. Національний ринок послуг.

#### Тема 3. Особливості маркетингу послуг

Маркетинг у ринковій економіці. Основні концепції маркетингу. Етапи становлення маркетингу послуг. Сутність і особливості маркетингу послуг. Відмінності між маркетингом послуг та маркетингом товарів. Система засобів маркетингу, їх структура і особливості застосування щодо сфери послуг. Навколишнє середовище маркетингу. Елементи внутрішнього середовища та зовнішнього оточення.

#### Тема 4. Маркетингові дослідження на ринку послуг

Система маркетингової інформації сервісної організації. Засоби отримання первинної маркетингової інформації. Система аналізу маркетингової інформації. Зовнішнє середовище у індустрії послуг. Фактори мікро- і макросередовища в індустрії послуг. SWOT-аналіз. Можливості та загрози. Сильні та слабкі сторони внутрішнього середовища. Домінуючі фактори зовнішнього середовища підприємства. Оцінювання кон'юнктури ринку послуг. Визначення місткості ринку послуг.

#### Тема 5. Споживча поведінка на ринку послуг

Особливості процесу прийняття рішень споживачем щодо придбання послуг. Моделі поведінки споживача. Модель "простота-складність оцінки". Модель поведінки споживачів послуг "Прийнятний - бажаний рівень якості послуги". Модель поведінки споживачів послуг "Сприйняття - задоволення". Характеристика процесу прийняття рішення про придбання послуг. Лояльність споживачів бренду.

### Змістовий модуль 2 Комплекс маркетингу підприємства сфери послуг

#### Тема 6. Якість послуги та стандарти обслуговування

Визначення та показники якості послуги. Модель якості послуг. П'ятиступінчаста модель якості обслуговування. Засоби підвищення якості послуги. Стандарт обслуговування

і процедура його розробки. Якість послуги як конкурентна перевага компанії. Вивчення задоволеності клієнта після процесу надання послуги.

### **Тема 7. Ціна та ціноутворення на послуги**

Ціна в комплексі маркетингу підприємства сфери послуг. Сутність ціноутворення. Види і класифікація цін у сфері послуг. Стратегія ціноутворення. Методи ціноутворення: на основі витрат, з орієнтацією на рівень конкуренції, з орієнтацією на попит. Визначення та реалізація цінової стратегії, види цінових стратегій. Особливості ціноутворення в різних галузях сфери послуг. Цінова диференціація. Шляхи зниження витрат надання послуги.

### **Тема 8. Маркетингова стратегія підприємства сфери послуг**

Сутність стратегічного маркетингового планування. Сутність і критерії сегментації ринку послуг. Сегментування ринку залежно від виду послуг. Поняття цільового ринку. Маркетингова стратегія підприємства, стадії життєвого циклу послуги, матриця стратегій, матриця «зростання — частка ринку». Функції брендів, бренд-стратегії.

### **Тема 9. Комунікативна політика у сфері послуг**

Формування та управління каналами збуту компаній сфери послуг. Вибір посередників і визначення форми роботи з ними. Маркетингова комунікаційна політика. Сутність маркетингових комунікацій та їх особливості у сфері послуг. Структура і канали комплексу маркетингових комунікацій. Стимулювання збуту: форми і засоби, що використовуються в маркетингу послуг (PR, прямий маркетинг). Зв'язки з громадськістю та їх значення в сфері послуг.

### **Тема 10. Просування послуг**

Специфіка реклами на ринку послуг. Види реклами послуг. Рекламна кампанія. Розробка рекламного бюджету та медіапланування. Оцінка результатів рекламних компаній. Формування громадської думки; імідж фірми; правила створення сприятливих умов для продажу послуг. Приклади реалізації вдалих рекламних кампаній в галузях сфери послуг. Ринок корпоративних клієнтів і просування «business-to-business».

Перелік практичних занять, а також питань та завдань до самостійної роботи наведено у таблиці "Рейтинг-план навчальної дисципліни".

### **Методи навчання та викладання**

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так і інтерактивних навчальних технологій, серед яких: лекції проблемного характеру, міні-лекції, семінари-дискусії, робота в малих групах, мозкові атаки, презентації.

### **Використання методик активізації процесу навчання**

Тема навчальної дисципліни	Практичне застосування методик	Методики активізації процесу навчання
<i>Тема 1.</i> Сфера послуг в сучасному суспільстві	Тема семінарського заняття "Особливості послуг"	Семінари-дискусії, презентації
<i>Тема 2.</i> Ринок послуг та його характеристики	Тема семінарського заняття "Міжнародне регулювання ринку послуг"	Робота в малих групах, презентації
<i>Тема 3.</i> Особливості маркетингу послуг	Тема семінарського заняття "Відмінності між маркетингом послуг та маркетингом товарів"	Семінари-дискусії, презентації

Тема 4. Маркетингові дослідження на ринку послуг	Тема семінарського заняття "Основні напрямки маркетингового дослідження бренду сервісної компанії"	Семінари-дискусії, презентації
Тема 5. Споживча поведінка на ринку послуг	Тема семінарського заняття "Моделі поведінки споживача"	Робота в малих групах, презентації
Тема 6. Якість послуги та стандарти обслуговування	Тема семінарського заняття "Показники якості послуги"	Семінари-дискусії, презентації
Тема 7. Ціна та ціноутворення на послуги	Тема семінарського заняття "Особливості ціноутворення в різних галузях сфери послуг"	Робота в малих групах, презентації
Тема 8. Маркетингова стратегія підприємства сфери послуг	Тема семінарського заняття "Функції брендів, бренд-стратегії"	Семінари-дискусії, презентації
Тема 9. Комунікативна політика у сфері послуг	Тема семінарського заняття "Зв'язки з громадськістю та їх значення в сфері послуг"	Семінари-дискусії, презентації
Тема 10. Просування послуг	Тема семінарського заняття "Приклади реалізації вдалих рекламних кампаній в сфері послуг"	Робота в малих групах, презентації

### Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні та практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою, контрольні заходи включають:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних та семінарських занять і оцінюється сумою набраних балів);

модульний контроль, що проводиться з урахуванням поточного контролю і має за мету *інтегровану* оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля;

підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі заліку, відповідно до графіку навчального процесу (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту вважатися атестованим, – 60 балів).

*Поточний контроль* з даної навчальної дисципліни проводиться в таких формах:

активна робота на лекційних заняттях (1 бал за кожне заняття) за умови виконання студентом активної участі в обговоренні теми заняття, становлення питань та висловлюванням своєї думки стосовно теми заняття; загальна кількість балів 16;

активна участь у виконанні практичних завдань (1 бал за кожне заняття), за умови виконання студентом активної участі в дискусії стосовно теми заняття; загальна кількість балів 16;

Форми поточного оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

завдання за темами. Протягом семестру студенти виконують завдання за всіма темами, а саме: тема 1 (2 завдання); тема 2 (2 завдання); тема 3 (2 завдання); тема 4 (1 завдання), тема 5 (1 завдання), тема 6 (1 завдання), тема 7 (1 завдання); тема 8 (2 завдання);

тема 9 (2 завдання); тема 10 (2 завдання); максимальна оцінка за кожне завдання – 1 бал (усього 16 балів);

індивідуальні опитування. Протягом семестру студенти мають індивідуальні опитування за всіма темами, а саме: тема 1 (2 опитування); тема 2 (2 опитування); тема 3 (2 опитування); тема 4 (1 опитування), тема 5 (1 опитування), тема 6 (1 опитування), тема 7 (1 опитування); тема 8 (2 опитування); тема 9 (2 опитування); тема 10 (2 опитування); максимальна оцінка за кожне опитування – 1 бал (усього 16 балів);

компетентнісно-орієнтовані завдання. Протягом семестру студенти виконують компетентнісно-орієнтовані завдання за темами 3; 7; 9; 10; максимальна оцінка – 5 балів (усього 20 балів);

презентації. Протягом семестру студенти мають зробити презентації за темами 2; 3; 6; 8; 10; максимальна оцінка за кожену – 2 бали (усього 10 балів);

письмові контрольні роботи. Протягом семестру студенти виконують три письмові контрольні роботи за темами 2; 5; 8; максимальна оцінка – 2 бали (усього 6 балів).

**Підсумковий контроль** знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення заліку, завданням якого є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.

Студента слід **вважати атестованим**, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює 100. Мінімально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 60.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни. Виставлення підсумкової оцінки здійснюється за шкалою, наведено в таблиці "Шкала оцінювання: національна та ЄКТС".

### Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D		
60 – 63	E	задовільно	не зараховано
35 – 59	FX	незадовільно	
1 – 34	F		

Форми оцінювання та розподіл балів наведено у таблиці "Рейтинг-план навчальної дисципліни".

### Рейтинг-план навчальної дисципліни

Тема	Форми та види навчання		Форми оцінювання	Мак бал
Тема 1 (2 заняття)	<i><b>Аудиторна робота</b></i>			
	Лекція	Лекція на тему «Сфера послуг в сучасному суспільстві»	Робота на лекції	2
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою «Сфера послуг в сучасному суспільстві»	Активна участь в обговоренні питань практичного заняття та виконанні практичних завдань	2
	<i><b>Самостійна робота</b></i>			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою	Індивідуальне опитування	2
Виконання практичних завдань за темою		Вирішення практичних задач з теми	2	
Тема 2 (2 заняття)	<i><b>Аудиторна робота</b></i>			
	Лекція	Лекція на тему «Ринок послуг та його характеристики»	Робота на лекції	2
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою «Ринок послуг та його характеристики»	Активна участь в обговоренні питань практичного заняття та виконанні практичних завдань	2
		Презентація доповідей за темою лекції	Презентація доповідей	2
		Проведення письмової контрольної роботи	Поточна контрольна робота	2
	<i><b>Самостійна робота</b></i>			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою	Індивідуальне опитування	2
Виконання практичних завдань за темою		Вирішення практичних задач з теми	2	
Тема 3 (2 заняття)	<i><b>Аудиторна робота</b></i>			
	Лекція	Лекція на тему «Особливості маркетингу послуг»	Робота на лекції	2
	Практичне заняття	Ділова гра за темою «Сегментування ринку послуг»	Активна участь в обговоренні питань практичного заняття та виконанні практичних завдань	2
		Виконання компетентнісно-орієнтованого завдання	Захист компетентнісно-орієнтованого завдання	5
		Презентація доповідей за темою лекції	Презентація доповідей	2
	<i><b>Самостійна робота</b></i>			
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою	Індивідуальне опитування	2	
	Виконання практичних завдань за темою	Вирішення практичних задач з теми	2	



Тема 4	<b>Аудиторна робота</b>			
	Лекція	Лекція на тему «Маркетингові дослідження на ринку послуг»	Робота на лекції	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою «Маркетингові дослідження на ринку послуг»	Активна участь в обговоренні питань практичного заняття та виконанні практичних завдань	1
	<b>Самостійна робота</b>			
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою	Індивідуальне опитування	1	
	Виконання практичних завдань за темою	Вирішення практичних задач з теми	1	
Тема 5	<b>Аудиторна робота</b>			
	Лекція	Лекція на тему «Споживча поведінка на ринку послуг»	Робота на лекції	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою «Споживча поведінка на ринку послуг»	Активна участь в обговоренні питань практичного заняття та виконанні практичних завдань	1
		Проведення письмової контрольної роботи	Поточна контрольна робота	2
	<b>Самостійна робота</b>			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою	Індивідуальне опитування	1
Виконання практичних завдань за темою		Вирішення практичних задач з теми	1	
Тема 6	<b>Аудиторна робота</b>			
	Лекція	Лекція на тему «Якість послуги та стандарти обслуговування»	Робота на лекції	1
	Практичне заняття	Ділова гра за темою «Оцінка якості послуги»	Активна участь в обговоренні питань практичного заняття та виконанні практичних завдань	1
		Презентація доповідей за темою лекції	Презентація доповідей	2
	<b>Самостійна робота</b>			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою	Індивідуальне опитування	1
Виконання практичних завдань за темою		Вирішення практичних задач з теми	1	
Тема 7	<b>Аудиторна робота</b>			
	Лекція	Лекція на тему «Ціна та ціноутворення на послуги»	Робота на лекції	1
	Практичне заняття	Виконання практичного завдання «Ціна та ціноутворення на послуги»	Активна участь в обговоренні питань практичного заняття та виконанні практичних завдань	1
	<b>Самостійна робота</b>			
Питання та завдання до самостійного	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою	Індивідуальне опитування	1	

	опрацювання	Виконання практичних завдань за темою	Вирішення практичних задач з теми	1
		Виконання компетентнісно-орієнтованого завдання	Захист компетентнісно-орієнтованого завдання	5
	<b>Аудиторна робота</b>			
<b>Тема 8 (2 заняття)</b>	Лекція	Лекція на тему «Маркетингова стратегія підприємства сфери послуг»	Робота на лекції	2
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою «Маркетингова стратегія підприємства сфери послуг»	Активна участь в обговоренні питань практичного заняття та виконанні практичних завдань	2
		Презентація доповідей за темою лекції	Презентація доповідей	2
		Проведення письмової контрольної роботи	Поточна контрольна робота	2
	<b>Самостійна робота</b>			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою	Індивідуальне опитування	2
		Виконання практичних завдань за темою	Вирішення практичних задач з теми	2
	<b>Аудиторна робота</b>			
<b>Тема 9 (2 заняття)</b>	Лекція	Лекція на тему «Комунікативна політика у сфері послуг»	Робота на лекції	2
	Практичне заняття	Демонстраційно-рольова гра "Переговори по телефону"	Активна участь в обговоренні питань практичного заняття та виконанні практичних завдань	
		Виконання компетентнісно-орієнтованого завдання	Захист компетентнісно-орієнтованого завдання	5
	<b>Самостійна робота</b>			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою	Індивідуальне опитування	2
		Виконання практичних завдань за темою	Вирішення практичних задач з теми	2
	<b>Аудиторна робота</b>			
<b>Тема 10 (2 заняття)</b>	Лекція	Лекція на тему «Просування послуг»	Робота на лекції	2
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою «Просування послуг»	Активна участь в обговоренні питань практичного заняття та вирішенні практичних завдань	2
		Презентація доповідей за темою лекції	Презентація доповідей	2
		Виконання компетентнісно-орієнтованого завдання	Захист компетентнісно-орієнтованого завдання	5
	<b>Самостійна робота</b>			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою	Індивідуальне опитування	2
		Виконання практичних завдань за темою	Вирішення практичних задач з теми	2

## Рекомендована література

### Основна література:

1. Стрижак О. О. Опорний конспект лекцій «Маркетинг послуг (service marketing)» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://pns.hneu.edu.ua/pluginfile.php/506489/mod\\_resource/content/2/%D0%9C%D0%B0%D1%](https://pns.hneu.edu.ua/pluginfile.php/506489/mod_resource/content/2/%D0%9C%D0%B0%D1%)
2. Kapoor Dr. S. K. Service Marketing: Concepts & Practices. - Tata McGraw-Hill Education, 2011. - 432 p.
3. Wirtz J., Lovelock Ch. Services Marketing: People, Technology, Strategy; 8th Edition. - World Scientific (Us). 2016. - 801 p.
4. Zeithaml V. A. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. - McGraw Hill Education (India) Private Limited, 2013. - 711 p.
5. Chitty W., D'Alessandro St., Gray D., Hughes A. Services Marketing. - Oxford University Press; 2nd edition. - 496 p.
6. Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. – Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 508 с.

### Додаткова література:

7. Aldoshyna M., Stryzhak O. Features of branding of higher education institution in educational services market // Modern technologies in education : Collective Scientific Monograph / Edited by W. Duczmal, I. Ostopolet / The Academy of Management and Administration in Opole. – Opole, 2019. – 130-142 pp.
8. Mudie P., Pirrie A. Services Marketing Management. - Routledge, 2012. - 280 p.
9. Wirtz J. Service Marketing Communications (Winning in Service Markets). - WS PROFESSIONAL, 2017. - 80 p.
10. Стрижак Е. О., Ахмедова Е. О. Особенности проведения рекламной кампании в туристической сфере // Туризм и гостеприимство. – 2018. - № 2. – С. 31-40.

### Інформаційні ресурси:

11. ПНС з навчальної дисципліни «Маркетинг послуг». – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5579>