



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетинг комерційних та рекреаційних послуг»

Ступінь вищої освіти: *Бакалавр*

Спеціальність: *075 Маркетинг*

Освітньо-професійна програма: *Digital маркетинг*

Викладач: *Лозовська Ганна Миколаївна, к.е.н., доцент*

Кафедра: *Маркетингу, підприємництва і торгівлі*

Профайл викладача:

Контактна інформація:

тел: 048-7121164

e-mail: aniko85@ukr.net

1. Загальна інформація

Тип дисципліни – *обов'язкова*

Мова викладання – *українська*

Навчальна дисципліна викладається на 3 курсі у 6 семестрі денної форми навчання

Кількість кредитів ECTS- 4, годин – 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	40	20	20
заочна	-	-	-
Самостійна робота, годин	Денна -80		Заочна -

Розклад занять

2. Анотація навчальної дисципліни

Маркетинг послуг – це процес розробки, просування і реалізації послуг, орієнтований на виявлення і задоволення потреб клієнтів. Але у зв'язку з тим, що клієнту пропонується те, що не має матеріальної форми, процес продажу ускладнюється. Тому знання особливостей маркетингу у сфері послуг допомагає підприємствам більш ефективно здійснювати маркетингову діяльність, виявляти, які саме послуги необхідно пропонувати на ринку, як отримати прибуток та вдосконалити якість обслуговування.

Міждисциплінарні зв'язки: «Історія маркетингу та реклами», «Економічна теорія», «Маркетинг», «Поведінка споживача».

3. Мета навчальної дисципліни

Метою викладання дисципліни «Маркетинг комерційних та рекреаційних послуг» є засвоєння знань щодо розробки маркетингової стратегії й складових маркетингу-мікс (цінова, товарна, асортиментна, комунікативна, розподільча політики) для підприємства сфери послуг.

Завдання дисципліни полягає у розумінні та вивченні комплексу питань, що розкривають зміст та особливості маркетингу у сфері послуг. Особлива увага приділяється ринку послуг, його сегментації, дослідженню та маркетинговій стратегії на ринку послуг, питанням ціноутворення, продажу послуг, комунікації та стимулюванню їх.

В результаті вивчення дисципліни студенти повинні

знати:

- зміст та особливості маркетингу сфери послуг;
- сегментацію ринку послуг;
- особливості впровадження комплексу маркетингу у сфері послуг;

- моделі маркетингу у сфері послуг;
- маркетингові стратегії на ринку послуг;
- особливості товарної політики на ринку послуг;
- політику ціноутворення у сфері послуг;
- особливості маркетингової комунікаційної політики у сфері послуг;
- етапи створення послуг-новинок та розробку інноваційної політики у сфері послуг;
- підходи до планування маркетингу у сфері послуг;
- особливості контролю та аудиту маркетингу у сфері послуг

вміти:

- розробляти маркетингові стратегії підприємств на ринку послуг;
- досліджувати та аналізувати маркетингову стратегію підприємств на ринку послуг;
- розробляти товарну політику щодо послуг;
- вирішувати питання ціноутворення;
- досліджувати особливості впровадження елементів комплексу маркетингу на підприємствах сфери послуг;

4. Програмні компетентності та результати навчання за дисципліною

5. Зміст навчальної дисципліни

6. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий – екзамен.

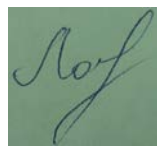
Нарахування балів

Інформаційні ресурси

7. Політика навчальної дисципліни

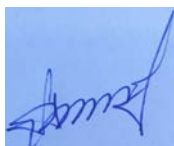
Політика всіх навчальних дисциплін в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, вимог [ISO 9001:2015](#), «[Кодекс академічної доброчесності Одеського національного технологічного університету](#)» та [Положення про організацію освітнього процесу](#)

Викладач



підпис

Ганна ЛОЗОВСЬКА



Завідувач кафедри

підпис

Володимир ЛАГОДІЄНКО