

Силабус курсу**МАРКЕТИНГ ТА МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ**

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Освітньо-наукова програма «Професійна освіта (Сфера обслуговування)»

Рік навчання: IV, Семестр: VII

Кількість кредитів: 6 Мова викладання: українська

Керівник курсу**ПІП**канд.екн. наук., викл. **Алілуйко Марія Степанівна****Контактна інформація**

ел. пошта – m.alilujko@gmail.com

Опис дисципліни

Дисципліна «Маркетинг та менеджмент підприємств сфери послуг» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти таких компетентностей: здатність виконувати організаційно-управлінську діяльність підприємств сфери послуг; вміння застосовувати на практиці методи управління конфліктами; здатність збирати, обробляти маркетингову інформацію та розв'язувати конкретні маркетингові завдання; здатність проводити сегментування ринку та позиціонування послуги (продукту); вміння розрізняти та класифікувати основні моделі встановлення цін; аналізувати та розробляти рекламні звернення до споживачів; здатність здійснювати творчий пошук резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємств сфери послуг.

Структура курсу

Години (лек. / практ.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2 / 2	Сутність і основні поняття менеджменту підприємств сфери послуг	Усвідомлювати основні поняття менеджменту, а також теоретичні засади управління як системи менеджменту. Характеризувати рівні та принципи управлінської діяльності. Бути здатним застосовувати методи управління сервісним підприємством.	Практ. завдання, питання
2 / 2	Становлення і розвиток менеджменту як науки	Знати історію виникнення менеджменту. Аналізувати наукові підходи до управління. Характеризувати досягнення різних шкіл менеджменту.	Практ. завдання, питання
2 / 2	Планування діяльності підприємства сфери послуг	Усвідомлювати сутність і особливості планування та стратегічного планування у сфері послуг. Знати види та принципи планування у сфері послуг. Класифікувати стратегії. Аналізувати оточуюче середовище сервісного підприємства. Бути здатним	Практ. завдання, питання

		до формування місії та цілей сервісного підприємства.	
2 / 2	Процес організації менеджменту у сфері послуг	Знати основні поняття організації, як функції менеджменту. Вміти характеризувати організаційну структуру управління сервісного підприємства, ієрархічні та адаптивні типи організаційних структур. Усвідомлювати основи проектування сервісного підприємства. Характеризувати зв'язки в організації підприємства, а також масштаби підпорядкованості та контроль. Характеризувати основні життєві фази сервісного підприємства.	Практ. завдання, питання
2 / 2	Управлінський контроль сервісного підприємства	Усвідомлювати сутність контролю і його значення в управлінні сервісним підприємством. Знати види і методи контролю у сфері послуг, принципи ефективного контролю та особливості контролю якості послуг. Характеризувати зміст основних етапів процесу контролю.	Практ. завдання, питання
2 / 2	Розробка і прийняття управлінських рішень у сфері послуг	Усвідомлювати сутність та класифікувати рішення у менеджменті сфери послуг. Знати підходи та фактори, що впливають на розробку і прийняття управлінських рішень. Усвідомлювати процес підготовки, прийняття та реалізації управлінських рішень. Володіти моделями і методами розробки управлінських рішень.	Практ. завдання, питання
2 / 2	Організація комунікаційних процесів у сфері обслуговування	Знати основні поняття та види комунікацій в управлінні сервісним підприємством. Усвідомлювати процес комунікацій. Характеризувати комунікаційні мережі, стилі, а також комунікаційні бар'єри і шляхи їх подолання, особливості комунікаційної політики у сфері послуг.	Практ. завдання, питання
2 / 2	Мотивація як функція менеджменту	Розуміти сутність поняття "мотивація" та мотиваційний процес. Знати теорії мотивації: первинні, змістовні, процесуальні. Аналізувати особливості, помилки та принципи мотивування на підприємствах сфери обслуговування.	Практ. завдання, питання
2 / 2	Конфлікти в трудовому колективі	Знати поняття, природу, значення, симптоми типологію, спрямованість, розвиток і наслідки конфліктів. Вміти попереджувати конфлікти у трудовому колективі. Володіти методами управління конфліктами.	Практ. завдання, питання
2 / 2	Влада і лідерство в управлінні	Знати теорії влад, їх сутність та стилі управління. Усвідомлювати та характеризувати форми влади й впливу. Розуміти сутність лідерства, теорії лідерства та їх еволюцію.	Практ. завдання, питання

2 / 2	Сутність і основні поняття маркетингу підприємств сфери послуг	Усвідомлювати основні поняття маркетингу, а також принципи та функції маркетингу. Класифікувати та характеризувати наукові школи маркетингу послуг. Характеризувати моделі маркетингу послуг. Аналізувати сучасні тенденції розвитку маркетингу.	Практ. завдання, питання
2 / 2	Продуктова політика у сфері послуг	Усвідомлювати сутність та мету продуктової політики. Виокремлювати особливості продуктової політики у сфері послуг. Характеризувати продуктивні стратегії у сфері послуг. Аналізувати системи менеджменту якості послуг. Бути здатними визначати життєвий цикл послуги. Бути здатними формувати фірмовий імідж підприємства сфери послуг.	Практ. завдання, питання
2 / 2	Цінова політика у сфері послуг	Усвідомлювати сутність, цілі та значення цінової політики у сфері послуг. Класифікувати та характеризувати фактори впливу на цінову політику. Володіти методами ціноутворення в сфері послуг, а також стратегіями встановлення цін із застосуванням психологічних підходів.	Практ. завдання, питання
2 / 2	Політика розповсюдження у сфері послуг	Усвідомлювати сутність та складові політики розповсюдження у сфері послуг. Характеризувати способи надання та розповсюдження послуг. Аналізувати структуру території обслуговування підприємства та фактори впливу на вибір місця розташування підприємств сфери послуг.	Практ. завдання, питання
2 / 2	Політика просування у сфері послуг	Усвідомлювати сутність та цілі політики просування у сфері послуг. Класифікувати та характеризувати складові політики просування послуг. Характеризувати стадії процесу персонального продажу. Володіти правилами створення ефективного реклами. Бути здатним створювати рекламні звернення.	Практ. завдання, питання

Літературні джерела

1. Балабанова Л. В. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. 3-тє вид., переробл. і допов. Київ: Знання, 2004. 354 с.
2. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Стратегічний маркетинг. Підручник. Київ. ЦУЛ, 2012. 612 с.
3. Демченко Е. В., Маклакова О.М. Маркетинг услуг. Минск. БГУ, 2009. 195 с.
4. Джефрі К. Лайкер. Філософія тойота. 14 принципів роботи злагодженої команди. Київ. "Наш формат", 2017. 424 с.
5. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства: підручник. Київ: Знання, 2012. 342 с.
6. Литвин Л. М. Економіка підприємств та маркетинг: для студ. з курсу денної форми навч. напряду підгот.: Педагогічна освіта, спец. Професійна освіта (Комп'ютерні технології. Транспорт). Пробне вид. Тернопіль : ТНПУ, 2014. 64 с.
7. Мазаракі А.А. Основи менеджменту. Харків. Фоліо, 2014. 848 с.
8. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 384 с.
9. Мінцберг Генрі. Зліт і падіння стратегічного планування. Київ. Вид-во О. Капусти, 2008. 412 с.

10. Нова парадигма маркетингу підприємств в умовах глобалізації: монографія / За наук. ред. д. е. н., проф. М. Я. Матвіїва, д. е. н., проф. О. М. Сохацької. Тернопіль. ТНЕУ, 2013. 416 с.
11. Пащук О. В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід. Київ. "Професіонал", 2005. 560 с.
12. Сучасний менеджмент у питаннях і відповідях. Навчальний посібник / Балашов А. М. та ін. Київ. Алерта, 2018. 620 с.
13. Шатун В. Т. Основи менеджменту. Навчальний посібник. Миколаїв. Видавництво МДГУ імені Петра Могили, 2006. 376с.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (80 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Модуль 1 (5 практичних занять, що передбачають використання знань та вмінь з тем 1–5). Практичні завдання, співбесіда, опитування відповідних теоретичних питань, тести.	25
Модуль 2 (5 практичних занять, що передбачають використання знань та вмінь з тем 6–10): Практичні завдання, співбесіда, опитування відповідних теоретичних питань, тести.	25
Модуль 3 (5 практичних занять, що передбачають використання знань та вмінь з тем 11–15): Практичні завдання, співбесіда, опитування відповідних теоретичних питань, тести.	25
ІНДЗ	10
Підсумковий контроль (теми 1–15)	15

Розподіл балів, які отримують студенти

Змістовий модуль №1						Змістовий модуль № 2						Змістовий модуль № 3						ІНДЗ	Підсумковий контроль	Сума	
Практ. 1	Практ. 2	Практ. 3	Практ. 4	Практ. 5	ЗМ 1	Практ. 6	Практ. 7	Практ. 8	Практ. 9	Практ. 10	ЗМ 2	Практ. 11	Практ. 12	Практ. 13	Практ. 14	Практ. 15	ЗМ 3				
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	10	15	100