

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 7 «Маркетинг послуг»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3 курс, 6 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Букало Надія Артемівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, основ маркетингу, основ поведінки споживачів.
Що буде вивчатися	Специфіка послуг як об'єкта маркетингу. Формування та просування сервісних продуктів. Управління якістю щодо обслуговування споживачів послуг. Політика ціноутворення у сфері послуг. Побудова довгострокових відносин із клієнтами. Адаптація маркетинг-міксу (7Р) до сфери послуг. Застосування сучасних технологій у маркетингу послуг.
Чому це цікаво/треба вивчати	Освітній компонент «Маркетинг послуг» важливо вивчати, тому що: сервіс домінує у сучасній економіці (більшість бізнесів працюють у сфері послуг, і розуміння специфіки цього ринку є ключовим); освітній компонент вчить, як задовольнити нематеріальні потреби клієнтів та забезпечити їх лояльність; знайомить із сучасними технологіями та стратегіями, які допомагають бути конкурентоспроможними та успішно просувати послуги у різних галузях (туризм, фінанси, освіта, ІТ тощо).
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

	ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.