

Міністерство освіти і науки України
Сумський національний аграрний університет
Факультет економіки і менеджменту
Кафедра маркетингу та логістики

Робоча програма (силабус) освітнього компонента

Маркетинг послуг

(обов'язковий)

Реалізується в межах освітньої програми

Маркетинг


(назва)


за спеціальністю

075 Маркетинг

(шифр, назва)

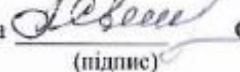
на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти


Розробник:  Шумкова Олена Володимирівна, к.е.н., доцент
(підпис) (прізвище, ініціали) (вчений ступінь та звання, посада)


Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики (назва кафедри)	протокол від 26.06.2021 р. № 14	
	Завідувач кафедри	<u></u> Лищенко М.О. (підпис) (прізвище, ініціали)

Погоджено:

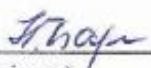

Гарант освітньої програми  Данько Ю.І.
(підпис) (ПІБ)

Декан факультету, де реалізується освітня програма  Строченко Н.І.
(підпис) (ПІБ)

Рецензія на робочу програму (додається) надана: Лищенко М.О.
(ПІБ) 

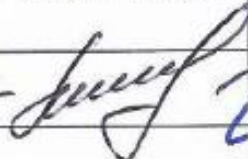

Муштай В.А.
(ПІБ) 

Методист відділу якості освіти,
ліцензування та акредитації

 ()
(підпис) (ПІБ)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 10.08. 2021 р.

Інформація про перегляд робочої програми (силабусу):

Навчальний рік, в якому вносяться зміни	Номер додатку до робочої програми з описом змін	Зміни розглянуто і схвалено		
		Дата та номер протоколу засідання кафедри	Завідувач кафедри	Гарант освітньої програми
2022 - 2023	Додаток 1	03.06.2022 Протокол №15		

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1.	Назва ОК	Маркетинг послуг					
2.	Факультет/кафедра	Факультет економіки і менеджменту, Кафедра маркетингу та логістики					
3.	Статус ОК	Обов'язковий					
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК для	075 Маркетинг					
5.	ОК може бути запропонований для	-					
6.	Рівень НРК	6					
7.	Семестр та тривалість вивчення	8 семестр, 15 тижнів					
8.	Кількість кредитів ЄКТС	4					
9.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття)				Самостійна робота	
		Лекційні		Практичні/семінарські		Лабораторні	
		Денна 10	Заоч. 10	Денна 10	Заоч. 8	-	
		Денна 100	Заоч. 102				
10.	Мова навчання	Українська					
11.	Викладач/Координатор освітнього компонента	К.е.н., доцент Шумкова Олена Володимирівна					
11.1	Контактна інформація	Шумкова О.В., доцент, ауд.214е, E-mail lena_shumkova@ukr.net, години консультацій: 2-й та 4-й вівторок 11.00-12.15					
12.	Загальний опис освітнього компонента	ОК «Маркетинг послуг» є невід'ємною частиною програми підготовки фахівців з маркетингу. Актуальність вивчення даного курсу зумовлено тим, що ринок послуг розвивається швидкими темпами. Сфера послуг охоплює торгівлю і транспорт, фінанси і страхування, культурні, освітні та медичні установи, комунальне господарство та ін. Практично всі організації надають ті чи інші послуги клієнтам. 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.					
13.	Мета освітнього компонента	Мета ОК «Маркетинг послуг» - формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо маркетингової діяльності підприємств сфери послуг, методів вивчення ринку послуг, визначення маркетингових стратегій, шляхів, механізмів та інструментів сфери послуг в сучасних умовах для забезпечення ефективної діяльності підприємств сфери послуг та задоволення потреб споживачів.					
14.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	1. Освітній компонент базується на дисциплінах: «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Менеджмент». 2. Освітній компонент є основою для вивчення дисциплін, «Маркетингова товарна політика», «Маркетингові комунікації»					

15.	Політика академічної доброчесності	Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу. Списування відповідей (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт та екзаменів, написання не своїх варіантів завдань на контрольних заходах заборонені. Не допускається придбання в інших осіб чи організацій з наступним поданням як власних результатів навчальної та наукової діяльності (рефератів, проектів, контрольних, розрахункових робіт, есе, тощо). Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача. Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.
16.	Посилання на курс у системі Moodle	Курс «Маркетинг послуг» в системі MOODLE. URL: https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=2076

2. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ПРОГРАМНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ

Результати навчання за ОК: Після вивчення освітнього компонента студент очікувано буде здатен...»	Програмні результати навчання, на досягнення яких спрямований ОК (зазначити номер згідно з нумерацією, наведеною в ОП)						Як оцінюється РНД
	ПРН ₁	ПРН ₃	ПРН ₄	ПРН ₈	ПРН ₁₁	ПРН ₁₂	
	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	
ДРН 1. Виявити особливості маркетингу послуг як специфічного товару та умов і інструментів використання його в діяльності підприємств сфери послуг.	x					x	Теоретичне (письмове) опитування (питання/тести)

ДРН 2. Використовувати маркетинговий інструментарій у сфері послуг.		x	x	x			Презентація з доповіддю
ДРН 3. Формувати комплекс маркетингу в сфері послуг		x		x	x	x	Індивідуальний проект
ДРН 4. Аналізувати маркетингову діяльність підприємств, які надають різні види послуг.			x	x	x	x	Аналітична робота

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу							Рекомендована література
	Аудиторна робота					Самостійна робота		
	Лк		П.з / семін. з		Лаб. з.			
	ден на	заоч	ден на	заоч		денна	заоч	
Тема 1. Основні поняття маркетингу послуг. 1. Поняття і основні характеристики послуги. 2. Маркетингові класифікаційні ознаки послуг. 3. Безперервний процес розвитку послуги.	2	2	2	2		8	8	3,6,10
Тема 2. Становлення маркетингу послуг. 1. Наукові школи маркетингу послуг. 2. Моделі маркетингу послуг.	2	2	2	-		6	8	3,6,10
Тема 3. Маркетинговий інструментарій у сфері послуг. 1. Вплив маркетингового середовища на діяльність підприємств сфери послуг. 2. Маркетингові дослідження на ринку послуг. 3. Споживча поведінка на ринку послуг.	2	2	2	2		8	8	1,2,3,6,9,10
Тема 4. Дослідження попиту на послуги 1. Особливості споживчого попиту на послуги. Складові зміни попиту. 2. Адаптація можливостей підприємства до змін споживчого попиту. 3. Сегментування ринку послуг. 4. Стратегії охоплення ринку послуг.	2	2	2	-		8	8	1,2,3,6,9,10
Тема 5. Комплекс маркетингу в сфері послуг і особливості його формування.	2	2	2	2		10	10	2,3,5,6,9,10,11

1. Моделі «4P», «7P» та «4C» та їх комбінація. 2. Товарна форма послуги. 3. Цінова політика в маркетингу послуг. 4. Способи надання та розповсюдження послуг. 5. Комунікації в маркетингу послуг.								
Тема 6. Маркетинг у сфері торгівельного обслуговування населення. 1. Основні типи посередників і специфіка їх роботи. 2. Маркетингова діяльність оптових торгівельних підприємств. 3. Маркетингові рішення роздрібної торгівлі. 4. Передпродажний та післяпродажний сервіс технічно складних товарів. 5. Прогнозування обсягу різних видів сервісних послуг. 6 Оцінка якості торгівельного обслуговування споживачів.	-	-	-	-		12	12	3,6,7,8,10
Тема 7. Маркетинг готельних та туристичних послуг. 1. Поняття та основні терміни готельних послуг. 2. Основні показники готельного господарства. 3. Туризм та його класифікація. 4. Специфіка туристичного маркетингу.	-	-	-	-		12	12	3,6,7,8,10
Тема 8. Маркетинг послуг громадського харчування 1. Основні показники підприємств громадського харчування. 2. Маркетинг – мікс підприємств громадського харчування.	-	-	-	-		12	12	3,4,6,10
Тема 9. Маркетинг у сфері фінансових послуг. 1. Маркетинг банківських послуг. 2. Маркетинг страхових послуг.	-	-	-	-		12	12	3,6,7,8,10
Тема 10. Маркетинг у сфері некомерційної діяльності. 1. Маркетинг організацій. 2. Маркетинг окремих осіб. 3. Маркетинг місць. 4. Маркетинг ідей.	-	-	-	-		12	12	3,6,10
Всього	10	10	10	8		100	102	

4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем <u>під час аудиторних занять</u> , консультацій)	Кількість годин	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати <u>студент самостійно</u>)	Кількість годин
-----	--	-----------------	--	-----------------

ДРН 1. Виявити особливості маркетингу послуг як специфічного товару та умов і інструментів використання його в діяльності підприємств сфери послуг.	Інтерактивна лекція, письмове опитування	4	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування	18
ДРН 2. Використовувати маркетинговий інструментарій у сфері послуг.	Інтерактивна лекція, експрес - опитування, вирішення завдань, практична робота	6	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, вирішення завдань	20
ДРН 3. Формувати комплекс маркетингу в сфері послуг	Інтерактивна лекція, обговорення ситуаційних завдань, розв'язання задач, використання контролюючих завдань	6	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, виконання ситуаційних завдань	22
ДРН 4. Аналізувати маркетингову діяльність підприємств, які надають різні види послуг.	Вирішення завдань, обговорення ситуаційних завдань (індивідуальні дослідження)	4	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, виконання ситуаційних завдань	40

5. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

5.1. Діагностичне оцінювання (зазначається за потреби)

5.2. Сумативне оцінювання

5.2.1. Для оцінювання очікуваних результатів навчання передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1.	Теоретичне (письмове) опитування (питання/тести)	20/20%	4,10,15 тижні
2.	Презентація з доповіддю (маркетинговий інструментарій у сфері послуг)	10/10%	5 тиждень
3.	Індивідуальний проєкт (формування комплексу маркетингу в сфері послуг)	20/20%	8 тиждень
4.	Аналітична робота (аналіз маркетингової діяльності підприємств, які надають різні види послуг)	20/20%	13 тиждень
5.	Екзамен (письмово, 2 теоретичних питання, 1 практичне завдання)	30/30%	16-17 тижні

5.2.2. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Теоретичне (письмове) опитування (питання/тести)	<12 балів	12-15 балів	15-18 балів	20 балів
	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час письмових	В цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час письмових відповідей, в основному розкриває зміст	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст

	відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань	аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.	теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.	теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
Презентація з доповіддю	<i><5 балів</i>	<i>5-7 балів</i>	<i>7-9 балів</i>	<i>10 балів</i>
	Вимоги щодо завдання не виконано	Більшість вимог виконано, але окремі складові відсутні або недостатньо розкриті, відсутній аналіз інших підходів до питання	Виконано усі вимоги завдання	Виконано усі вимоги завдання, продемонстровано, креативність, вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми
Індивідуальний проект	<i><12 балів</i>	<i>12-15 балів</i>	<i>15-18 балів</i>	<i>20 балів</i>
	Вимоги щодо завдання не виконано	Більшість вимог виконано, але окремі складові відсутні або недостатньо розкриті, відсутній аналіз інших підходів до питання	Виконано усі вимоги завдання	Виконано усі вимоги завдання, продемонстровано, креативність, вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми
Розрахунково-аналітична робота	<i><12 балів</i>	<i>12-15 балів</i>	<i>15-18 балів</i>	<i>20 балів</i>
	Завдання виконані частково і неякісно; записані тільки формули	Завдання розв'язані, але містять грубі помилки; завдання розв'язані не у повному обсязі та допущено значні помилки; не сформульовані висновки за результатами розрахунків	Завдання виконані повністю але при розв'язуванні допущені незначні помилки; не обґрунтовано викладений матеріал; у висновках містяться помилки та недоречності.	Завдання розв'язані повністю і правильно, містять пояснення до розрахунків; показано вміння самостійно формулювати висновки за результатами проведеного дослідження; присутній творчий підхід
Екзамен	<i><18 балів</i>	<i>18-23</i>	<i>23-28 балів</i>	<i>30 балів</i>

(письмово, 2 теоретичних питання, 1 практичне завдання)	Студент взагалі не відповів на питання, або його відповідь є неправильною, Аргументація відсутня взагалі або ж є абсолютно безсистемною чи алогічною. Задача розв'язана невірно. Відповідь на ситуативне завдання є необгрунтованою та алогічною.	Студент дав відповідь на поставлене питання, однак допустив суттєві помилки як змістовного характеру, так і при оформленні відповіді на питання, у роботі багато грубих орфографічних помилок; порушено алгоритм розв'язку задачі і/або присутні помилки при розрахунках, відсутні висновки; обгрунтування відповіді до ситуаційного завдання є слабко аргументованим і/або в окремих аспектах алогічним.	Студент дав досить змістовну відповідь на поставлене питання, але відповідь недостатня повнота, незначні неточності чи прогалини при поясненні того чи іншого аспекту питання; відповідь на ситуаційне завдання є недостатньо аргументованою; алгоритм розв'язку задачі є вірним, однак допущені помилки при розрахунках.	Відповідь студента містить повний, розгорнутий, правильний виклад матеріалу з поставленого питання; демонструє знання основних понять і категорій та взаємозв'язку між ними, вірно розуміння змісту основних теоретичних положень; вказує на вміння давати змістовний та логічний аналіз матеріалу з поставленого питання; містить послідовний та аргументований розв'язок задачі (завдання); вірно зроблені розрахунки до задачі.
---	---	---	---	--

5.3. Формативне оцінювання:

Для оцінювання поточного прогресу у навчанні та розуміння напрямів подальшого удосконалення передбачено

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1	Теоретичне письмове опитування (питання / тести)	3,8,11 тижні
2	Усне обговорення презентації з доповіддю протягом занять	Протягом 2 тижнів після подання на перевірку
3	Представлення та обговорення викладачем і студентами індивідуальних проєктів	Протягом 1 тижня після подання на перевірку
4	Перевірка та обговорення аналітичної роботи	Протягом 1 тижня після подання на перевірку

6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

6.1. Основні джерела

6.1.1 Підручники, посібники

1. Антошніна Л. І., Стегенко Д.М. Методологія економічних досліджень: підручник. К.: Знання, 2015. 311с
2. Голубков Є. П. Маркетинг для професіоналів: практичний курс: підручник і практикум для бакалаврату та магістратури. 2017. С. 358-390. - (Серія: Бакалавр і магістр. Академічний курс).
3. Іванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг: навч. посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.

4. Жабина, С. Б., Бурдюгова О.М., Колесова А.В. Основи економіки, менеджменту і маркетингу в громадському харчуванні: підручник. 4-е изд., Стер.М.: Академія, 2017. 336 с.
5. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с
6. Мангушев Д.В. Маркетинг послуг: навч.-метод. посібник для студентів за напрямом підготовки 075 «Маркетинг». Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016. 168 с.
7. Рега М.Г., Чучка І.М. Маркетинг галузей: навч. посібник. Мукачево: РВЦ МДУ, 2015. 228 с.
8. Скибінський С. Буднікевич І., Баранник О., Кифяк О., Немцева І., Черданцева І. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. Чернівці: Кондратьєв А.В., 2012. 560 с.
9. Руделіус В., Азарян О.М., Бабенко Н.О. та ін. Маркетинг: підручник, 6-те вид. К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2017. 648 с.
10. Шканова О.М. Маркетинг послуг: навч. посібник. Київ: Кондор, 2017. 302 с.
11. Шумкова О.В., Лищенко М.О, Шумкова В.І. Маркетингова товарна політика. Навчальний посібник для студентів 4 курсу спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня - «Бакалавр» денної та заочної форм навчання. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 250 с.

6.1.2 Методичне забезпечення

12. Маркетинг послуг. Методичні рекомендації щодо самостійного вивчення дисципліни та виконання практичних занять для студентів 4 курсу денної форми навчання за напрямом 7.03050701 «Маркетинг» / Данько Ю. І. // Суми: Сумкий нац. агр. унів., 2016 р. – 34 с

6.2 Додаткові джерела

13. <http://www.autosystems.com.ua> – інформаційно-пошукова система по підприємствах, фірмах і організаціях, які працюють на ринку України (Маркетинг термінал-2000);
14. <http://www.profibook.com.ua> – ділова література з економіки, менеджменту, реклами і маркетингу, управління персоналом, психології бізнесу, інформаційних технологій тощо;
15. <http://bredmarketing.bigmir.net> – маркетинг очима світил науки;
16. <http://www.sebso.com.ua/> – система електронного бізнесу і торгівлі в Internet;
17. <http://www.marketolog.com.ua> – перший в Україні тематичний ресурс Internet, який присвячено маркетингу: статті, аналітика, програмне забезпечення, навчання, працевлаштування, форум маркетологу;
18. <http://www.vigvam.kiev.ua> – загальна інформація про маркетинг взагалі і в Україні зокрема;
19. <http://www.reklamist.com> – повна інформація про маркетинг і рекламу
20. <http://ukrainskaya-assotsiatsiya-marketinga.uaprom.net> – Українська асоціація маркетингу

6.3 Програмне забезпечення

1. Персональні комп'ютери з підключенням до Інтернет і доступом до Центру дистанційного навчання СНАУ (дистанційних курсів і електронної бібліотеки) для ознайомлення з навчальним контентом, виконання завдань самостійної роботи, проходження тестування. (Середовище Moodle дисципліна «Маркетинг послуг» <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=2076>)

2. Бітрікс – 24.

Додаток 1

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

17.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття), денна			Самостійна робота
		Лекційні	Практичні/ семінарські	Лабораторні	
		20/30	20/30	-	80/60

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу				Рекомендована література
	Аудиторна робота			Самостійна робота	
	Лк	П.з / семін. з	Лаб. з.		
<i>Тема 1. Основні поняття маркетингу послуг</i> 1. Поняття і основні характеристики послуги 2. Маркетингові класифікаційні ознаки послуг 3. Принципи, функції та концепції маркетингу послуг	2/2	2/2	-	6/6	3,6,10 Методичне забезпечення: 1,2,3
<i>Тема 2. Становлення маркетингу послуг</i> 1. Наукові школи маркетингу послуг 2. Моделі маркетингу послуг	2/2	2/2	-	4/4	3,6,10 Методичне забезпечення: 1,2,3
<i>Тема 3. Маркетингові дослідження у сфері послуг</i> 1. Особливості та типи маркетингових досліджень у сфері послуг 2. Дослідження факторів маркетингового середовища підприємств сфери послуг	2/4	2/4	-	6/6	1,2,3,6,9,10 Методичне забезпечення: 1,2,3
<i>Тема 4. Дослідження попиту на послуги</i> 1. Особливості споживчого попиту на послуги 2. Споживча поведінка на ринку послуг 3. Маркетинг стосунків і стратегія формування лояльних стосунків	2/4	2/4	-	8/6	1,2,3,6,9,10 Методичне забезпечення: 1,2,3
<i>Тема 5. Комплекс маркетингу в сфері послуг і особливості його формування.</i> 1. Моделі «4P», «7P» та «4C» та їх комбінація. 2. Товарна політика у сфері послуг	4/4	4/4	-	8/6	2,3,5,6,9,10,11 Методичне забезпечення: 1,2,3

3. Цінова політика в маркетингу послуг 4. Способи надання та розповсюдження послуг 5. Комунікації в маркетингу послуг					
<i>Тема 6. Маркетинг у сфері торгівельного обслуговування населення</i> 1. Маркетингова діяльність оптових торгівельних підприємств 2. Особливості маркетингу роздрібно-торговельного підприємства. 3. Рівень та якість торговельного обслуговування споживачів	2/4	2/4	-	12/8	3,6,7,8,10 Методичне забезпечення: 1,2,3
<i>Тема 7. Маркетинг готельних та туристичних послуг</i> 1. Сутність та особливості маркетингу готельних послуг 2. Специфіка маркетингу туристичних послуг	2/4	2/4	-	12/8	3,6,7,8,10 Методичне забезпечення: 1,2,3
<i>Тема 8. Маркетинг послуг громадського харчування</i> 1. Особливості маркетингу послуг підприємств громадського харчування 2. Основні показники підприємств громадського харчування	2/2	2/2	-	12/8	3,4,6,10 Методичне забезпечення: 1,2,3
<i>Тема 9. Маркетинг у сфері фінансових послуг.</i> 1. Особливості маркетингу банківських послуг 2. Особливості маркетингу страхових послуг	2/4	2/4		12/8	3,6,7,8,10 Методичне забезпечення: 1,2,3
Всього	2/4	2/4	-	80/60	

6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

6.1.2 Методичне забезпечення

1. Маркетинг послуг. Методичні рекомендації щодо самостійного вивчення дисципліни та виконання практичних занять для студентів 4 курсу денної форми навчання за напрямом 7.03050701 «Маркетинг» / Данько Ю. І. // Суми: Сумкий нац. агр. унів., 2016 р. 34 с
2. Маркетинг послуг. Конспект лекцій для студентів 4 курсу спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «Бакалавр» денної та заочної форм навчання Суми, 2022. 108 с. протокол № 4 від 12.05.2022 р.
3. Маркетинг послуг. Робочий зошит (методичні рекомендації) для проведення практичних занять для студентів 4 курсу спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «Бакалавр» денної та заочної форм навчання Суми, 2022. 31 с. Протокол № 4 від 12.05.2022 р.