

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Міжнародний сервісний маркетинг»

на 2022-2023 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	2 курс, 4 семестр
Освітня програма/спеціалізація	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	молодший бакалавр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Трайно Вікторія Миколаївна
к.е.н.,
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-066-10-46-215
Електронна адреса	trayno555@ukr.net
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Метою вивчення навчальної дисципліни «Міжнародний сервісний маркетинг» є вивчення теоретичних положень та практичного використання міжнародного сервісного маркетингу, особливостей і умов його застосування в економіці України.
Тривалість	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії (демонстрування, пояснення, бесіда, модерация, методи наративів, кейсів), самостійна робота поза розкладом.
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; доповіді з рефератами та їх обговорення; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік (ПМК)
Базові знання	Наявність знань з основ маркетингу, маркетингових досліджень
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none"> • застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу (ПР03); • виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів (ПР05). • використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій (ПР10). 	<ul style="list-style-type: none"> • здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні(ЗК01); • здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя (ЗК02); • здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК03);

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none"> • формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку (ПР15). • демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності (ПР18). 	<ul style="list-style-type: none"> • здатність проведення досліджень на відповідному рівні (ЗК08); • здатність діяти соціально відповідально та свідомо (ЗК14); • здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі (СК03); • здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу (СК12); • здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі (СК13); • здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності (СК14).

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Основні концептуальні положення міжнародного сервісного маркетингу		
Тема 1. Основний зміст міжнародного сервісного маркетингу	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Вибрати країну (за власним бажанням) та підготувати інфор-мацію про її ринок послуг (за власним бажанням).
Тема 2. Середовище міжнародного сервісного маркетингу	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Проаналізувати фактори міжнародного маркетингового середовища, які впливають на діяльність підприємства (за вибором студента)
Тема 3. Маркетингові дослідження сервісних послуг у міжнародному середовищі	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Здійснити сегментацію ринку послуг (за власним бажанням) обраної країни (за власним бажанням).
Тема 4. Сегментація міжнародного ринку сервісних послуг	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати програму міжнародного маркетингового дослідження підприємства (за вибором студента).
Тема 5. Вибір ринку та стратегії виходу на зовнішній ринок	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Уявіть, що Ви відкриваєте власний бізнес на міжнародному ринку (за власним бажанням). Виберіть сферу діяльності Вашого підприємства. Оберіть стратегії виходу на вибраний зовнішній ринок при відкритті підприємства. Опишіть їх.
Модуль 2. Маркетинговий інструментарій у сфері сервісних послуг на міжнародному ринку		
Тема 6. Ціноутворення на сервісні послуги у міжнародному середовищі	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Уявіть, що Ви відкриваєте власний бізнес на міжнародному ринку (за власним бажанням). Виберіть сферу діяльності Вашого підприємства. Сплануйте цінову політику підприємства.

Тема 7. Система продажу послуг в міжнародному сервісному маркетингу	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Уявіть, що Ви відкриваєте власний бізнес на міжнародному ринку (за власним бажанням). Виберіть сферу діяльності Вашого підприємства. Сплануйте політику розподілу підприємства.
Тема 8. Маркетингові комунікації на міжнародному ринку сервісних послуг	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Уявіть, що Ви відкриваєте власний бізнес на міжнародному ринку (за власним бажанням). Виберіть сферу діяльності Вашого підприємства. Сплануйте комунікаційну політику підприємства.

Інформаційні джерела

1. International marketing.- Edited by Yuriy Kozak , Sławomir Smyczek – Kiev - Katowice : CUL , 2015- 279 p. Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2845/1/International%20marketing.pdf>
2. International Marketing. Pervez Ghauri and Philip Cateora. Режим доступу: <https://ebs.online.hw.ac.uk/EBS/media/EBS/PDFs/International-Marketing-Course-Taster.pdf>
3. Зайцева О.І., Фурсова А. М. Маркетинг вражень як інструмент реалізації клієнтоорієнтованого підходу в діяльності готельних підприємств. Вісник Хмельницького національного університету 2019, № 4 Том 1. Режим доступу: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/01/20-17.pdf>
4. Іванова Л.О., Вовчанська О.М. Сучасний досвід маркетингу вражень в індустрії гостинності / Л.О. Іванова, О.М. Вовчанська // Науково-практичний журнал «Причорноморські економічні студії, Розділ 4. Економіка та управління підприємствами», Випуск 65. 2021. – Режим доступу: http://bses.in.ua/journals/2021/65_2021/11.pdf
5. Карпенко Н. В. Міжнародний маркетинг: навч.-метод. посібник / Н. В. Карпенко. – Полтава : ПУЕТ, 2016 .
6. Коваленко Л.Г., Нагернюк Д.В. Стратегія розвитку маркетингу готельних послуг в умовах нестабільного ринкового середовища / Л.Г. Коваленко, Д.В. Нагернюк // Економіка та суспільство, Випуск № 30, 2021. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-24> Режим доступу: <https://bit.ly/3J5APFT>
7. Перебийніс В. І. Маркетингове управління споживачами послуг : монографія / В. І. Перебийніс, В. М. Трайно. – Полтава : ПУЕТ, 2015. – 323 с. Режим доступу
8. Рахман М. С. Міжнародний маркетинг: Навчальний посібник / М. С. Рахман. –Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 180 с.
9. Трайно В. М. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства» для студентів напряму підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа» / В. М. Трайно. – Полтава : ПУЕТ, 2017. – 181 с.
10. Чеботар С. І. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / за ред. С. І. Чеботар. – Суми : Друк. дім "Папірус", 2015. – 368 с.
11. Черномаз П. О. Міжнародний маркетинг : навч. посібник / П. О. Черномаз. – Київ : Академвидав, 2010. – 272 с. – (Альма-матер).

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перекладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перекладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність» (http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf); списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (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 компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
 - Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/neformalna-osvita>;

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне та підсумкове оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (4 бали); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (6 балів)	50
Модуль 2 (теми 6-8): відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (4 бали); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (6 балів)	50
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни