

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Міжнародний сервісний маркетинг»
на 2023-2024 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	4 курс, 1 семестр
Освітня програма/спеціалізація	
Спеціальність	
Галузь знань	
Ступінь вищої освіти	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

Метавивчення навчальної дисципліни	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, 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: ПМК
Мова викладання	Українська

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

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
- 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).	- 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 до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК03); - знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (ЗК06); - здатність працювати в міжнародному контексті (ЗК13); - здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності (СК06); - здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів (СК07); - здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
	досліджень у сфері маркетингу (СК12); • 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 інформацію 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. Сегментація міжнародного ринку сервісних послуг	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. Маркетингові дослідження сервісних послуг у міжнародному середовищі	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	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. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навч. посіб. / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 508 с.

2. Карпенко Н. В. Міжнародний маркетинг [Електронний ресурс] : навч.-метод. посібник / Н. В. Карпенко. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – Режим доступу: http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt_path_info=lm.web.view&fDocumentId=778292.

3. Карпенко Н. В. Управління маркетингом на підприємствах малого та середнього бізнесу: монографія / Н. В. Карпенко. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 363 с. – Режим доступу : http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt_path_info=lm.web.view&fDocumentId=252889
4. Князева Т. В. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с.
5. Корнієв В. Л. Міжнародний маркетинг [Текст] : навч. посібник / В. Л. Корнієв, В. В. Кулішов, Б. М. Одягайло, та ін.. – Львів : Магнолія-2006, 2017. – 384 с.
6. Мазаракі А.А. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 448 с.
7. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст [Текст] : монографія / за заг. ред. Н. В. Карпенко. – Київ : Центр учб. л-ри, 2016. – 252 с. Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/6730>
8. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2 : колективна монографія / за науковою редакцією Н. В. Карпенко - Полтава : ПУЕТ, 2021. - 344 с. Режим доступу : [http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/12252/1/Marketingova%20dialnist%20pidpriemstv Monografia Karpenko.pdf](http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/12252/1/Marketingova%20dialnist%20pidpriemstv%20Monografia%20Karpenko.pdf)
9. Рахман М. С. Міжнародний маркетинг: Навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / М. С. Рахман. – Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 180 с.
10. Тимошенко З.І. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу / З.І. Тимошенко, Г.Б. Мунін, В.П. Дишлевий. Режим доступу: <http://tourism-book.com/pbooks/book-37/ua/>.
11. Трайно В. М. Маркетингове управління споживачами послуг : монографія / В. І. Перебийніс, В. М. Трайно. – Полтава : ПУЕТ, 2015. – 323 с. Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/4922>
12. Трайно В. М. Використання засобів стимулювання продажу на підприємствах сфери послуг / В. М. Трайно // Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі. – 2020. – № 4 (100). – (Серія «Економічні науки»). Режим доступу: <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/1799>
13. IlanAlon. Global Marketing / IlanAlon, Eugene Jaffe, Christiane Prange, Donata Vianelli. – New York: Routledge, 2020. – 666 p.
14. Christopher Lovelock. Services Marketing: People, Technology, Strategy / Christopher Lovelock. – World Scientific Publishing Company, 2016. – 800 p.
15. Jochen Wirtz. Essentials of Services Marketing, Global Edition / Jochen Wirtz, Christopher H. Lovelock. – Pearson, 2017. – 720 p.

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: 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.
- http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf
- 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://www.puet.edu.ua/uk/neformalna-osvita>
http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_zarahuvannya_rezultativ_neformalnoyi_osvity_0.pdf

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (10 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (6 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (10 балів); тестування (6 бали); поточна модульна робота (12 балів)	60
Модуль 2 (теми 6-8): відвідування занять (6 балів); захист домашнього завдання (4 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (8 балів)	40
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