

Анотація навчальної дисципліни

Назва поля	Опис
Назва дисципліни	Маркетинг послуг
Статус	Вільного вибору (у блоці дисциплін)
Спеціальності	
Мова викладання	Українська
Семестр, в якому викладається	7 семестр навчання за ОКР «Бакалавр»
Кількість: -кредитів ЄКТС, -академічних годин	3 кредити 90 год: 18 год (лекції)+26 год (практичні)+46 год (самостійна робота)
Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань	Диференційований залік
Кафедра, що забезпечує викладання	Кафедра підприємництва та маркетингу
Викладач, що планується для викладання	д.е.н., проф. Мінакова С. М.
Попередні вимоги до вивчення дисципліни	Вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг послуг» базується на знаннях, отриманих із навчальних дисциплін «Маркетинг», «Промисловий маркетинг», «Статистика», «Інфраструктура товарного ринку», «Маркетингові дослідження»
Перелік компетентностей, яких набуде студент після опанування дисципліни	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог. <u>Загальних:</u> ЗК 4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності); ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків <u>фахових:</u> СК 4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності
Особливості навчання на курсі	Використання мультимедійних лекцій, відробки занять - опрацювання і здача індивідуальних завдань по пропущеній тематиці
Мета вивчення предмету дисципліни	Метою навчальної дисципліни є ознайомлення студентів зі специфікою роботи в даній області, а також дати основи теоретичних і практичних знань в рамках даної наукової дисципліни: озброїти студентів знаннями про комплекс маркетингової діяльності у сфері послуг, про систему та методи вивчення ринку послуг, про визначення шляхів та резервів свого розвитку в певних умовах, опанування теоретичними розробками та практичними рекомендаціями щодо формування і використання комплексу маркетингу підприємствами послуг. Предметом - є економічні категорії маркетингу послуг, науково-методичні та практичні аспекти планування та організації надання конкурентоспроможних послуг.
Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися (мін-макс)	1-30 на лекції, 1-15 на практичних заняттях