

Національний  
транспортний  
університет

## ВБК 18 Стимулювання збуту на ринку послуг

**ОПП:** Маркетинг послуг

**Рівень вищої освіти** – *перший (бакалаврський)*

**Дні занять, час занять, аудиторія:**

Згідно розкладу. Перейдіть за посиланням

<http://www.ntu.edu.ua/studentam/rozklad/>

---

### Лекції веде

д.е.н., проф. Коваленко Наталія Василівна

---

|                             |                                                                                 |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Контактна інформація</b> | <a href="mailto:Kovalenko-nv@ukr.net">Kovalenko-nv@ukr.net</a><br>+380442808438 |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|

---

|                  |            |
|------------------|------------|
| <b>Аудиторія</b> | <b>242</b> |
|------------------|------------|

---

|                         |                      |
|-------------------------|----------------------|
| <b>Час консультацій</b> | Вт. з 14-30 до 16-00 |
|-------------------------|----------------------|

---

### Практичні заняття веде

д.е.н., проф. Коваленко Наталія Василівна

---

|                             |                                                                                 |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Контактна інформація</b> | <a href="mailto:Kovalenko-nv@ukr.net">Kovalenko-nv@ukr.net</a><br>+380442808438 |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|

---

|                  |            |
|------------------|------------|
| <b>Аудиторія</b> | <b>242</b> |
|------------------|------------|

---

|                         |                      |
|-------------------------|----------------------|
| <b>Час консультацій</b> | Вт. з 14.30 до 16-00 |
|-------------------------|----------------------|

---

**Анотація курсу:** формування у студентів професійних компетенцій системи теоретичних знань та практичних навичок щодо стимулювання збуту на ринку послуг, характеристик основних компонентів системи стимулювання збуту.

**Предметом** є форми та методи системи стимулювання як інструмента збутової діяльності на ринку послуг.

**Міждисциплінарні зв'язки:** викладення матеріалу пов'язане з вивченням наступних освітніх компонентів:основи маркетингу, маркетинг послуг, основи безпеки маркетингової діяльності, психологія споживання, поведінка споживачів.

### Програма навчальної дисципліни складається з таких модулів:

#### Модуль 1 Теоретичні основи стимулювання збуту на ринку послуг

##### Тема 1 Теоретичні засади стимулювання збуту на ринку послуг

Зміст та основні завдання товарознавства. ATL- та BTL-технології. Особливості стимулювання збуту послуг на ринку послуг. Переваги та недоліки стимулювання продажів. Американська, японська моделі стимулювання збуту. Цілі стимулювання збуту на ринку послуг..

##### Тема 2 Цінове стимулювання збуту на ринку послуг

Форми цінового стимулювання. Види рекламних цін. Переваги та недоліки цінової маркетингової стратегії. Найкраща ціна. Ідентифікаційний маркетинг. Промо-акції на основі ідентичності. Ризики цінового стимулювання збуту на ринку послуг.

### **Тема 3 Нецінове стимулювання збуту на ринку послуг**

Сутність нецінового стимулювання збуту на ринку послуг. Олігополістична, монополістична конкуренція. Типи нецінової конкуренції. Недоліки нецінового стимулювання збуту. Антимонопольне законодавство.

### **Тема 4. Стимулювання споживачів та продавців на ринку послуг**

Цілі стимулювання споживачів. Психологічні особливості стимулювання продажу. Типи поведінки продавця під час персонального продажу.

### **Модуль 2. Політика стимулювання збуту на ринку послуг**

### **Тема 5. Стимулювання збуту на ринку послуг онлайн**

Сутність стимулювання продажів онлайн. Встановлення чітких цілей. Визначення цільової аудиторії. Методи стимулювання збуту в Інтернеті. Створення привабливих пропозицій. Використання соціальних мереж.

### **Тема 6. Стратегії стимулювання збуту на ринку послуг**

Формування «стратегічного набору» підприємства. Алгоритм розробки стратегії збуту. Канали збуту. Стратегії збуту та сервісного обслуговування.

### **Тема 7. Особливості процесу персонального продажу послуг**

Сутність персонального продажу. Особливості персонального продажу послуг. Стадії процесу персонального продажу. Синтетичні складові політики просування послуг.

### **Тема 8. Політика просування послуг**

Складові політики просування послуг. Реклама: значення, види, правила створення. Ревіталізація бренду. Сутність та форми прямого маркетингу. Формування громадської думки.

**Методи контролю:** Методи поточного контролю: поточне тестування, індивідуальне опитування, фронтальне опитування, перевірка домашніх завдань, перевірка індивідуальних завдань. Методи модульного контролю: письмова контрольна робота, підсумкове тестування.

**Джерела для вивчення курсу –**

- 1 Електронний ресурс бібліотеки НТУ: <http://lib.ntu.edu.ua/catalog/login.html>
- 2 Віртуальне середовище навчання (Google classroom).

### **Оцінювання**

Підсумкова оцінка вивчення дисципліни розраховується з використанням наступних категорій

| Поточне тестування та самостійна робота (максимальна кількість балів) |                    |                    |            |                    |                    | Підсумковий контроль: екзамен / залік | максимальна кількість балів разом |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|------------|--------------------|--------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|
| Модуль 1                                                              |                    |                    | Модуль 2   |                    |                    |                                       |                                   |
| Активність                                                            | Поточне тестування | Модульний контроль | Активність | Поточне тестування | Модульний контроль |                                       |                                   |
| 1                                                                     | 2                  | 3                  | 4          | 5                  | 6                  | 8                                     | 9                                 |
| Семестр                                                               |                    |                    |            |                    |                    |                                       |                                   |
|                                                                       |                    |                    |            |                    |                    | 40                                    | 100                               |

**Критерії оцінювання:** [http://vstup.ntu.edu.ua/pro\\_orhanizatsiyu\\_osvitnoho\\_protseesu.pdf](http://vstup.ntu.edu.ua/pro_orhanizatsiyu_osvitnoho_protseesu.pdf).

**Політика несвоєчасної здачі роботи.** поточні та підсумкові контролі проводяться відповідно до графіку освітнього процесу та встановлених Науково-методичною радою НТУ графіків. У випадку неявки здобувача вищої освіти на контроль за поважних причин є можливість індивідуального проведення в узгоджений з викладачем термін за наявності дозволу деканату.

Повторне складання екзамену у випадку отримання незадовільної оцінки допускається не більше двох разів: один раз – викладачу, другий – комісії, яка створюється деканом факультету.

**Запізнені завдання.** При здачі роботи без поважної причини пізніше встановленого терміну оцінка буде знижена на 10 %. Технічні проблеми (поломка обладнання, проблеми з друком) не є поважною причиною для несвоєчасної здачі роботи.

**Політика переоцінки.** Упродовж тижня після оголошення результатів поточного контролю здобувач освіти може звернутися до оцінювача за роз'ясненням і/або з незгодою щодо отриманої оцінки. У випадку незгоди з рішенням оцінювача щодо результатів семестрового контролю здобувач освіти може звернутися до оцінювача з незгодою щодо отриманої оцінки у день її оголошення. Перескладання семестрового контролю з метою підвищення позитивної оцінки не допускається.

**Політика відвідування та / або активності.** Відвідування навчальних занять є обов'язковим для здобувача освіти. Невиконання здобувачем освіти завдань, що визначені індивідуальним навчальним планом практичних/семінарських/лабораторних занять, через відсутність на заняттях є підставою для прийняття рішення про недопущення до семестрового контролю. За рішенням декана факультету передбачається надання можливості виконати пропущені завдання за індивідуальним графіком (але не пізніше, ніж до завершення семестрового контролю).

**Плагіат, академічна доброчесність:** [http://vstup.ntu.edu.ua/polozhennyantu\\_dobroch.pdf](http://vstup.ntu.edu.ua/polozhennyantu_dobroch.pdf).

Порушеннями академічної доброчесності є:

- академічний плагіат;
- фальсифікація;
- списування;
- обман;
- неправомірна вигода;
- хабарництво.

При проходженні контролю (поточного або підсумкового) особа, яка проходить контроль, не має права використовувати будь яку зовнішню (сторонню) допомогу. Якщо оцінювач підозрює особу, що проходить контроль, у використанні недозволених допоміжних засобів, він має право запропонувати їй учинити дії, які б спростували підозру. У разі відмови, списування, використання недозволених допоміжних засобів чи зовнішньої допомоги (обману) результат оцінюється як «незадовільно».

**Поведінка в аудиторії.** Ноутбуки та портативні пристрої можна використовувати **ВИКЛЮЧНО** з навчальною метою за вказівкою викладача. Неправомірне використання ноутбуків чи кишенькових пристроїв вважатиметься порушенням дисципліни, викладач має право ініціювати відповідні дії.

В аудиторії забороняється вживання їжі, напоїв (за винятком води). Здобувачі вищої освіти та викладачі повинні дотримуватися етичних норм поведінки.

**Здобувачам вищої освіти з обмеженими можливостями або особливими потребами** слід звернутися до деканату та обговорити з викладачем питання організації навчання (до початку семестру).

**При виникненні у здобувача вищої освіти проблем зі здоров'ям**, які можуть заважати навчанню (напружені стосунки, посилене занепокоєння, вживання заборонених речовин, почуття слабкості, труднощі з концентрацією уваги та/або відсутність мотивації) слід звернутися до медичного

закладу та повідомити про це деканат.

**Свої скарги, пропозиції, зауваження та повідомлення про наявність конфліктних ситуацій** в рамках освітніх програм здобувачі можуть надсилати електронною поштою за адресою: [general@ntu.edu.ua](mailto:general@ntu.edu.ua), або скористатися скринькою довіри, яка розміщена при вході в університет.

**E-mail звернень до психологічної служби:** [philosophy@ntu.edu.ua](mailto:philosophy@ntu.edu.ua).

**Зв'язок з викладачем:** e-mail: [Kovalenko-nv@ukr.net](mailto:Kovalenko-nv@ukr.net) тел.: +380442808438

### **Рекомендована література:**

#### **Основна:**

1. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій: навчальний посібник. Тернопіль: Карт-бланш, 2006. 275 с.
2. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: навчальний посібник. Київ: Київський університет, 2017. 140 с.
3. Денисова Є.С. Методи стимулювання збуту: навчально-практичний посібник. Київ: ЕАОІ, 2019. 200 с.
4. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегія, вітчизняна практика. Кондор, 2009. 320 с.
5. Карпова, С. В. Маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник для бакалаврів. Юрайт, 2019. 408 с.
6. Котлер Ф. Основи маркетингу / пер. з англ. П.Т. Махрінського, Н.В. Сакаль. Київ, 2016. 944 с.
7. Майборода О.О. Маркетингова політика комунікацій: навчально-методичний посібник. Київ : КНЕУ, 2017. 256 с.
8. Мальська М. П. Основи маркетингу в туризмі: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 336 с.
9. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Центр учб. л-ри, 2012. 383с.
10. Пономаренко В. С. Управління іміджем підприємства: монографія. Харків: Вид ХНЕУ, 2012. 240 с.

#### **Законодавча та нормативна база:**

11. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 р. № 271/96-ВР.

#### **Електронні ресурси:**

12. Офіційний сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. <https://vrk.org.ua/research.html>
13. Офіційний сайт EFFIE Ukraine. <https://effie.org.ua/>