

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ
У СФЕРІ ПОСЛУГ**

**Робоча програма
для здобувачів спеціальності 075 "Маркетинг"
третього (освітньо-наукового) ступеня**

**Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2018**

УДК 338.46:339.138(07)

M27

Укладачі: П. А. Орлов

В. І. Рожко

Затверджено на засіданні кафедри економіки і маркетингу.

Протокол № 5 від 05.10.2017 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Маркетинг-менеджмент у сфері послуг [Електронний ресурс] :
M27 робоча програма для здобувачів спеціальності 075 "Маркетинг"
третього (освітньо-наукового) ступеня / уклад. П. А. Орлов, В. І. Рож-
ко. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 44 с.

Подано тематичний план навчальної дисципліни та її зміст за моду-
лями й темами, уміщено плани лекцій і семінарських (практичних) занять,
завдання щодо закріплення знань та систему оцінювання аспірантів.

Рекомендовано для аспірантів економічних спеціальностей.

УДК 338.46:339.138(07)

© Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, 2018

Вступ

Актуальність і значущість вивчення дисципліни полягає в тому, що як зовнішні умови, так і "внутрішні" відмінності у сфері послуг досить значні. Це стосується як цільової складової частини надання послуг, так і характеру виявів класичних рис послуг і різних вимог до ресурсних компонентів. Чим більшою мірою враховано особливості послуг в управлінні організацією, тим більшою мірою збігаються проблемні зони менеджменту.

Особливістю дисципліни "Маркетинг-менеджмент у сфері послуг" є необхідність вивчення як основ менеджменту й маркетингу, так і специфіки їхнього застосування підприємствами сфери сервісу. Особливості менеджменту в сфері послуг сформульовано шляхом системної характеристики трьох базових елементів системи менеджменту: цілей, ресурсів та інструментів. Усі названі компоненти мають відмінні риси, обумовлені специфікою послуг як економічних благ і товарів. Однак справу ускладнено тим, що і "внутрішні" відмінності в сфері послуг досить значні. Особливе місце в менеджменті послуг посідає маркетинг. Широке коло управлінських питань розглядають, насамперед, із маркетингової позиції й маркетингу на підприємствах сфери послуг. Особливості послуг приводять до розширення функціональної сфери маркетингу в забезпеченні стратегічних цілей діяльності організації сфери послуг і її конкурентних позицій на ринку.

Метою вивчення "Маркетинг-менеджменту в сфері послуг" є засвоєння аспірантами спеціальності "Маркетинг" основ управлінської діяльності, маркетингового інструментарію, а також розуміння специфіки управління сервісним підприємством.

1. Опис навчальної дисципліни

| Назви показників | Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь | Характеристика навчальної дисципліни | |
|---|---|--------------------------------------|-----------------------|
| | | денна форма навчання | заочна форма навчання |
| Кількість кредитів – 5 | Галузь знань 07 "Управління та адміністрування" | Вибіркова | |
| Змістових модулів – 2 | Спеціальність 075 "Маркетинг" | Рік підготовки | |
| Загальна кількість годин – 150 | | 1А | 1А |
| | | Семестр | |
| | | 2-й | 2-й |
| Тижневих годин: аудиторних – 4; самостійної роботи аспіранта – 14 | Рівень освіти: третій (освітньо-науковий) | Лекції | |
| | | 14 год | 14 год |
| | | Практичні, семінарські | |
| | | 20 год | 20 год |
| | | Самостійна робота | |
| | | 116 год | 116 год |
| | | Вид контролю | |
| залік | | | |

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної й індивідуальної роботи становить:
для усіх форм навчання – 29,3 %.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою дисципліни "Менеджмент у сфері послуг" є засвоєння основ управлінської діяльності, маркетингового інструментарію, а також розуміння специфіки управління сервісним підприємством.

Для досягнення мети поставлено такі основні **завдання**:

вивчення теоретичних основ менеджменту;

розуміння специфіки менеджменту й маркетингу підприємств сервісу;

формування й розвиток навичок роботи в групі та ухвалення колективних рішень;

розвиток здібностей до самостійного пошуку й аналізу інформації;

придбання навичок системного підходу до ставлення й рішення управлінських завдань;

виявлення особливостей в управлінні організаціями різної форми власності, що представляють сферу послуг;

розвиток навичок ведення аргументованої дискусії та презентації проекту.

Об'єктом навчальної дисципліни є процес управління сферою послуг, що відображає в різних аспектах ухвалення господарських рішень.

Предметом навчальної дисципліни є управлінські рішення на підприємстві сфери послуг.

Навчальна дисципліна "Маркетинг-менеджмент у сфері послуг" взаємодіє з такими економічними дисциплінами, як: "Основи менеджменту", "Професійна етика й службовий етикет", "Економічний аналіз", "Маркетинг". Знання із зазначених навчальних дисциплін дозволяють аспірантам засвоїти теоретичні та практичні положення, сприяють можливості здобути певні знання та набути навичок.

У результаті вивчення навчальної дисципліни аспірант повинен:

знати:

поняття, сутність і специфіку менеджменту сфери послуг, його функції та принципи;

теоретичні та практичні проблеми соціокультурного менеджменту;

культурну політику в Україні й перспективні напрями її розвитку;

типові процедури й рішення з управління кадрами;

підходи до реалізації альтернативних моделей управління;

способи залучення й акумулювання позабюджетних коштів;

систему обліку, звітності й контролю, що застосовуються в установах сфери послуг;

організацію управлінської праці керівника;

уміти:

аналізувати співвідношення втілених тенденцій в управлінській технології, що намітилися, напрями їхнього розвитку;

розробляти проекти соціально-культурного розвитку муніципальних закладів, регіонів;

розробляти статут, положення, посадові інструкції й іншу організаційну документацію в установах сфери послуг;

застосовувати систему стимулювання й мотивації творчих працівників;
володіти навичками прийняття рішень у можливих нестандартних ситуаціях в управлінській діяльності установ сфери послуг;

визначати ефективність системи управління в конкретних установах сфери послуг;

комунікації:

доведення до відома фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності;

здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію;

автономність і відповідальність:

володіти навичками вирішення різноманітних управлінських, виробничих, психологічних проблем, що виникають в установах сфери послуг;

використовувати сучасні прийоми планування, роботи з персоналом, наскрізного оцінювання результатів діяльності;

мати здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності.

У процесі викладання навчальної дисципліни основну увагу приділяють оволодінню аспірантам професійними компетентностями, що наведені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Професійні компетентності, які отримують аспіранти після вивчення навчальної дисципліни

| Коди компетентностей | Назви компетентностей | Складові частини компетентностей |
|----------------------|--|---|
| 1 | 2 | 3 |
| ММСП* 1 | Компетентності щодо управління сферою послуг | Здатність усвідомлювати понятійний апарат менеджменту сфери послуг |
| | | Здатність застосовувати планування в управлінні сферою послуг |
| | | Здатність визначати організаційні відносини на підприємствах сфери послуг |
| | | Здатність здійснювати мотивацію, стимулювання праці в сфері послуг |
| | | Здатність здійснювати контроль за менеджментом у сфері послуг |

| 1 | 2 | 3 |
|--------|--|---|
| МСП* 2 | Компетентності щодо управління підприємствами сфери послуг | Здатність управляти персоналом підприємства сфери послуг |
| | | Здатність усвідомлювати принципи стратегічного менеджменту в сфері послуг |
| | | Здатність використовувати методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності |

* Маркетинг-менеджмент у сфері послуг

Структуру складових частин професійних компетентностей та їх формування відповідно до Національної рамки кваліфікацій України наведено в додатку А.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1

Теоретичні основи маркетинг-менеджменту в сфері послуг

Тема 1. Особливості й основні проблеми маркетинг-менеджменту в сфері послуг

Сутність, необхідність і сучасні підходи до визначення поняття "маркетинг-менеджмент послуг". Особливості менеджменту в сфері послуг і їхній вплив на систему управління підприємством. Складові менеджменту на підприємствах сфери послуг.

Тема 2. Планування в сфері послуг

Планування й ставлення цілей в організаціях сфери послуг. Види, принципи й етапи планування. Методи планування в сфері послуг.

Тема 3. Організаційні відносини на підприємствах сфери послуг

Організаційний процес та організаційні відносини в організаціях сфери послуг. Поділ праці та види департаменталізації. Властивості, характеристики й типи організаційних структур. Механістичні структури в сфері послуг. Органічні структури в сфері послуг.

Тема 4. Мотивація, стимулювання й оплата праці в сфері послуг

Мотивація як функція менеджменту. Зв'язок мотивації й стимулювання праці. Теорії трудової мотивації та їхнє практичне значення. Форми й системи оплати праці на підприємствах сфери послуг.

Тема 5. Контроль як функція маркетинг-менеджменту в сфері послуг

Поняття та види контролю. Основні етапи контрольного циклу. Контроль за людськими ресурсами. Особливості контролю комерційними і некомерційними послугами.

Змістовий модуль 2

Економічні аспекти управлінських рішень у системі маркетинг-менеджменту послуг

Тема 6. Управління персоналом клієнтоорієнтованої організації

Планування роботи з персоналом. Відбір персоналу. Адаптація персоналу. Оцінювання результативності персоналу в організації. Професійне навчання. Управління кар'єрою. Оцінювання ефективності управління персоналом.

Тема 7. Стратегічний маркетинг-менеджмент у сфері послуг

Поняття стратегічного менеджменту. Сутність стратегії. Класифікація стратегій. Основні методи розроблення стратегій. Організаційний потенціал фірми. Основні одиниці аналізу. Реалізація стратегій. Оцінювання стратегій.

Тема 8. Управління сервісними операціями

Прогнозування попиту на послуги. Управління запасами в сфері послуг. Управління транспортним обслуговуванням.

Тема 9. Інформаційне забезпечення розроблення й ухвалення управлінських рішень на підприємствах сфери послуг

Інформаційне забезпечення розроблення й ухвалення управлінських рішень на підприємствах сфери послуг.

Тема 10. Методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності

Мета й завдання стратегічного менеджменту в сфері послуг. Механізм і порядок формування стратегій у сфері послуг. Класифікація стра-

тегій у розвитку діяльності підприємств сервісу. Методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності.

4. Структура навчальної дисципліни

Із самого початку вивчення навчальної дисципліни кожен аспірант має бути ознайомлений як із робочою програмою навчальної дисципліни й формами організації навчання, так і зі структурою, змістом та обсягом кожного з її навчальних модулів, а також з усіма видами контролю та методикою оцінювання сформованих професійних компетентностей.

Вивчення аспірантом навчальної дисципліни відбувається шляхом послідовного та ґрунтовного опрацювання змістових модулів. Змістовий модуль – це окремий, відносно самостійний блок дисципліни, який логічно об'єднує кілька навчальних елементів дисципліни за змістом і взаємозв'язками. Тематичний план дисципліни складається з двох змістових модулів (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

Структура залікового кредиту навчальної дисципліни

| Назви змістових модулів і тем | Кількість годин | | | | | | | | |
|--|-----------------|--------------|---------------------------|---|-------------------|--------------|----------|---------------------------|---------------------------|
| | денна форма | | | | заочна форма | | | | |
| | усього | у тому числі | | | самостійна робота | у тому числі | | | само- стійна робота |
| | | лекційні | практичні, семінарські | Виконання ІНДЗ, підготовка до занять | | усього | лекційні | практичні, семінарські | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | |
| Змістовий модуль 1 | | | | | | | | | |
| Теоретичні основи маркетинг-менеджменту в сфері послуг | | | | | | | | | |
| <i>Тема 1. Особливості й основні проблеми маркетинг-менеджменту в сфері послуг</i> | 16 | 2 | 2 | 12 | 16 | 2 | 2 | 12 | |

Закінчення табл. 4.1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|---|------------|-----------|-----------|------------|------------|-----------|-----------|------------|
| <i>Тема 2. Планування в сфері послуг</i> | 18 | 2 | 2 | 14 | 18 | 2 | 2 | 14 |
| <i>Тема 3. Організаційні відносини на підприємствах сфери послуг</i> | 19 | 2 | 2 | 15 | 19 | 2 | 2 | 15 |
| <i>Тема 4. Мотивація, стимулювання й оплата праці в сфері послуг</i> | 18 | 1 | 3 | 14 | 18 | 1 | 3 | 14 |
| <i>Тема 5. Контроль як функція маркетинг-менеджменту в сфері послуг</i> | 9 | 1 | 1 | 7 | 9 | 1 | 1 | 7 |
| Разом за змістовим модулем 1 | 80 | 8 | 10 | 62 | 8 | 8 | 10 | 62 |
| Змістовий модуль 2 Економічні аспекти управлінських рішень у системі маркетинг-менеджменту послуг | | | | | | | | |
| <i>Тема 6. Управління персоналом клієнтоорієнтованої організації</i> | 15 | 2 | 1 | 12 | 15 | 2 | 1 | 12 |
| <i>Тема 7. Стратегічний маркетинг-менеджмент у сфері послуг</i> | 8 | 1 | 1 | 6 | 8 | 1 | 1 | 6 |
| <i>Тема 8. Управління сервісними операціями</i> | 15 | 1 | 2 | 12 | 15 | 1 | 2 | 12 |
| <i>Тема 9. Інформаційне забезпечення розроблення й ухвалення управлінських рішень на підприємствах сфери послуг</i> | 15 | 1 | 2 | 12 | 15 | 1 | 2 | 12 |
| <i>Тема 10. Методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності</i> | 17 | 1 | 4 | 12 | 17 | 1 | 4 | 12 |
| Разом за змістовим модулем 2 | 70 | 6 | 10 | 54 | 70 | 6 | 10 | 54 |
| Усього годин | 150 | 14 | 20 | 116 | 150 | 14 | 20 | 116 |

5. Теми та плани семінарських занять

Відповідно до навчального плану вивчення навчальної дисципліни "Маркетинг-менеджмент у сфері послуг", крім лекцій, передбачає проведення семінарських та практичних занять. Плани проведення семінарських занять та зміст практичних завдань наведено в табл. 5.1.

Мета практичних та семінарських занять – систематизація, поглиблення та конкретизація знань, здобутих аспірантами на попередніх етапах навчання (лекціях, самостійних заняттях, консультаціях), оперативний контроль за ступенем засвоєння аспірантами матеріалу.

Семінарське заняття – це форма навчального заняття, за якої викладач організовує дискусію навколо попередньо визначених тем, до яких аспіранти готують тези виступів, реферати, доповіді. Викладач оцінює творчу активність аспірантів, їхні вміння формувати теоретичні положення, давати їм власну інтерпретацію та визначати свою позицію.

Таблиця 5.1

Перелік тем семінарських занять

| Назва теми | Програмні запитання | Кількість годин | Література |
|--|---|-----------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетинг-менеджменту в сфері послуг | | | |
| <i>Тема 1.</i> Особливості й основні проблеми маркетинг-менеджменту в сфері послуг | 1. Роль сфери послуг в економіці й суспільному житті. 2. Сутність, необхідність і сучасні підходи до визначення поняття "менеджмент послуг". 3. Особливості менеджменту в сфері послуг і їхній вплив на систему управління підприємством. 4. Складові частини менеджменту на підприємствах сфери послуг. 5. Основні проблеми менеджменту в сфері послуг | 1 | Основна: [3; 4; 7; 8]. Додаткова: [29; 31; 35] |
| <i>Тема 2.</i> Планування в сфері послуг | 1. Організація підприємства як система управління (самоврядована система). 2. Внутрішнє середовище й зовнішнє середовище організації сфери послуг, її основні елементи. 3. Модель організації (підприємства) як об'єкта керування: закрита й відкрита система | 1 | Основна: [5; 9; 22]. Додаткова: [28; 30; 35] |

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|---|-----|--|
| <i>Тема 3.</i> Організаційні відносини на підприємствах сфери послуг | 1. Структура, функціонування й життєвий цикл підприємства сфери послуг. 2. Система управління персоналом туристичного підприємства. 3. Система управління персоналом підприємства ЖКГ. 4. Мотивація персоналу в діяльності підприємств ресторанного господарства. 5. Система менеджменту підприємства сфери послуг (на прикладі підприємства на вибір аспіранта) | 2 | Основна: [1; 6; 12; 20]. Додаткова: [29; 31; 35] |
| <i>Тема 4.</i> Мотивація, стимулювання й оплата праці в сфері послуг | 1. Система планування діяльності підприємства сфери послуг. 2. Системно-комплексний і програмно-цільовий підходи в менеджменті підприємства. 3. Методи менеджменту у сфері управління підприємства сфери послуг. 4. Механізм та особливості прийняття управлінських рішень на підприємствах сфери послуг | 1 | Основна: [12; 16; 19; 22]. Додаткова: [27; 28; 34] |
| Змістовий модуль 2. Економічні аспекти управлінських рішень у системі маркетинг-менеджменту послуг | | | |
| <i>Тема 6.</i> Управління персоналом клієнтоорієнтованої організації | 1. Управління персоналом як частина загального керування. Кадрова політика. 2. Планування роботи з персоналом. Відбір персоналу. Адаптація персоналу | 0,5 | Основна: [2; 10; 22; 24]. Додаткова: [29; 30; 33] |
| <i>Тема 8.</i> Управління сервісними операціями | 1. Стратегічне планування на підприємствах транспортної сфери. 2. Оперативне планування на підприємствах сфери послуг | 0,5 | Основна: [1; 9; 11; 21]. Додаткова: [26; 29; 35] |
| <i>Тема 9.</i> Інформаційне забезпечення розроблення й ухвалення управлінських рішень на підприємствах сфери послуг | 1. Лінійна та функціональна організаційні структури управління: переваги, недоліки, сфери застосування. 2. Лінійно-функціональна й лінійно-штабна організаційні структури управління: переваги, недоліки, сфери застосування. 3. Дивізійна організаційна структура управління: переваги, недоліки, сфери застосування. 4. Матрична та програмно-цільова організаційні структури управління: переваги, недоліки, сфери застосування | 2 | Основна: [7; 8; 12; 18; 22]. Додаткова: [28; 34; 35] |

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|--|-----------|--|
| <i>Тема 10.</i> Методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності | 1. Адміністрування й лідерство в системі менеджменту підприємств сфери послуг. 2. Стили керівництва в системі менеджменту організації. 3. Управлінська культура в системі менеджменту підприємств сфери послуг. 4. Оцінка ефективності менеджменту організації в сфері послуг | 2 | Основна: [1; 13; 18; 24]. Додаткова: [27; 32; 33] |
| Разом годин за модулями | | 10 | |

6. Теми практичних занять

Практичне заняття – це форма навчального заняття, за якої викладач організовує детальний розгляд окремих теоретичних положень навчальної дисципліни та формує вміння та навички в їхньому практичному застосуванні шляхом індивідуального виконання аспірантом сформульованих завдань. Проведення таких занять ґрунтується на попередньо підготовленому методичному матеріалі: тестах для виявлення ступеня оволодіння необхідними теоретичними положеннями, наборі завдань різного рівня складності для вирішення їх на занятті. Воно містить проведення попереднього контролю за знаннями, уміннями і навичками аспірантів, ставлення загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю аспірантів, вирішення завдань із їхнім обговоренням, виконання контрольних завдань, їхню перевірку, оцінювання (табл. 6.1).

Таблиця 6.1

Перелік тем практичних занять

| Назви змістових модулів | Теми практичних занять (за модулями) | Кількість годин | Література |
|---|--|-----------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| <i>Змістовий модуль 1</i> Теоретичні основи маркетинг-менеджменту в сфері послуг | <i>Тема 1.</i> Особливості й основні проблеми маркетинг-менеджменту в сфері послуг | 1 | Основна: [3; 4; 7; 8]. Додаткова: [29; 31; 35] |

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|---|------------|---|
| | <i>Тема 2.</i> Планування в сфері послуг | 1 | Основна: [5; 9; 22]. Додаткова: [28; 30; 35] |
| | <i>Тема 4.</i> Мотивація, стимулювання й оплата праці в сфері послуг | 2 | Основна: [12; 16; 19; 22]. Додаткова: [27; 28; 34] |
| | <i>Тема 5.</i> Контроль як функція маркетинг-менеджменту в сфері послуг | 1 | Основна: [2; 6; 16]. Додаткова: [26; 29; 33] |
| <i>Змістовий модуль 2</i> Економічні аспекти управлінських рішень у системі менеджменту послуг | <i>Тема 6.</i> Управління персоналом клієнтоорієнтованої організації | 0,5 | Основна: [2; 10; 22; 24]. Додаткова: [29; 30; 33] |
| | <i>Тема 7.</i> Стратегічний маркетинг-менеджмент у сфері послуг | 1 | Основна: [9; 13; 17; 22]. Додаткова: [27; 29; 34] |
| | <i>Тема 8.</i> Управління сервісними операціями | 1 | Основна: [1; 9; 11; 21]. Додаткова: [26; 29; 35] |
| | <i>Тема 10.</i> Методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності | 2 | Основна: [4 – 6; 22]. Додаткова: [25; 26; 31; 35] |
| Разом годин за змістовими модулями | | 9,5 | |

6.1. Приклади типових практичних завдань за темами

Змістовий модуль 1

Теоретичні основи маркетинг-менеджменту в сфері послуг

Тема 1. Особливості й основні проблеми маркетинг-менеджменту в сфері послуг

Завдання 1

Спеціалізоване підприємство з індивідуального пошиття взуття кооперується ще з одним підприємством. Відносини між ними здійснюються

за розрахунковими цінами, 20 % у структурі яких належать партнерові підприємства. План щодо обсягу реалізованих послуг у порядку кооперування становить 713,0 тис. грн. Собівартість послуг за бізнес-планом у підприємства становить 394,0 тис. грн, у його партнера – 246,0 тис. грн. Яким за таких умов буде запланований розмір прибутку підприємства?

Тема 2. Планування в сфері послуг

Завдання 2

Систематизуйте наведені послуги за класами і сформулюйте їхні загальні характеристики. Перелік послуг: готельні, соціальні, інформаційні, туристичні, побутові, послуги громадського харчування, автосервісу, медичні послуги, послуги авіаперевезень, фінансові послуги, юридичні послуги, послуги освіти, ремонтні послуги, страхові послуги.

7. Самостійна робота

Самостійна робота аспіранта (CPA) – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання аспірант виконує самостійно під методичним керівництвом викладача.

Мета CPA – засвоєння в повному обсязі навчальної програми та формування в аспірантів загальних і професійних компетентностей, які відіграють суттєву роль у становленні майбутнього фахівця вищого рівня кваліфікації.

Навчальний час, відведений для самостійної роботи аспірантів денної форми навчання, визначено навчальним планом і він становить 77 % (116 годин) від загального обсягу навчального часу на вивчення навчальної дисципліни (150 годин). У ході самостійної роботи аспірант має стати активним учасником навчального процесу, навчитися свідомо ставитися до оволодіння теоретичними та практичними знаннями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі, брати на себе індивідуальну відповідальність за якість власної професійної підготовки. CPA містить: опрацювання лекційного матеріалу; опрацювання та вивчення рекомендованої літератури, основних термінів та понять за темами

навчальної дисципліни; підготовку до практичних, семінарських занять; підготовку до виступу на семінарських заняттях; поглиблене опрацювання окремих лекційних тем або питань; виконання індивідуальних завдань (вирішення розрахункових індивідуальних та комплексних завдань) за вивченою темою; написання есе на задану тематику; пошук (підбір) й огляд літературних джерел на задану тематику навчальної дисципліни; аналітичний розгляд наукової публікації; контрольну перевірку аспірантами особистих знань за запитаннями для самодіагностики; підготовку до контрольних робіт та інших форм поточного контролю; підготовку до модульного контролю (колоквіуму); систематизацію вивченого матеріалу.

Необхідним елементом успішного засвоєння матеріалу навчальної дисципліни є самостійна робота аспірантів із вітчизняною та зарубіжною спеціальною економічною літературою, нормативними актами з питань державного регулювання економіки, статистичними матеріалами. Основні види самостійної роботи, які запропоновані аспірантам для засвоєння теоретичних знань з навчальної дисципліни, наведені в табл. 7.1.

Таблиця 7.1

Завдання для самостійної роботи аспірантів та форми її контролю

| Назва теми | Питання до самостійного опрацювання (за модулями та темами) | Кількість годин | Рекомендована література |
|---|--|-----------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетинг-менеджменту в сфері послуг | | | |
| <i>Тема 1. Особливості й основні проблеми маркетинг-менеджменту в сфері послуг</i> | 1. Менеджмент підприємства як керівна підсистема різновиду суспільної системи (організації). 2. Менеджмент як керівна підсистема підприємства, що є суб'єктом ринкових відносин. 3. Організація підприємства як система керування (система самоврядування) | 12 | Основна: [3; 4; 7; 8]. Додаткова: [29; 31; 35] |

Продовження табл. 7.1

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|--|-----------|--|
| Тема 2. Планування в сфері послуг | 1. Система менеджменту підприємства сфери послуг (на прикладі підприємства на вибір аспіранта). 2. Система планування діяльності підприємства сфери послуг. 3. Системно-комплексний і програмно-цільовий підходи в менеджменті підприємства | 14 | Основна: [5; 9; 22]. Додаткова: [28; 30; 35] |
| Тема 3. Організаційні відносини на підприємствах сфери послуг | 1. Методи менеджменту в сфері управління підприємства сфери послуг. 2. Механізм та особливості ухвалення управлінських рішень на підприємствах сфери послуг. 3. Стратегічне планування на підприємствах транспортної сфери | 15 | Основна: [1; 6; 12; 20]. Додаткова: [29; 31; 35] |
| Тема 4. Мотивація, стимулювання й оплата праці в сфері послуг | 1. Система керування персоналом туристського підприємства. 2. Система керування персоналом підприємства ЖКГ. 3. Мотивація персоналу в діяльності підприємств ресторанного господарства | 14 | Основна: [8; 10; 15; 19]. Додаткова: [27; 28; 35] |
| Тема 5. Контроль як функція маркетинг-менеджменту в сфері послуг | 1. Оперативне планування на підприємствах сфери послуг. 2. Система підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації кадрів підприємств сфери послуг. 3. Організація як функція менеджменту підприємства сфери послуг | 7 | Основна: [2; 6; 16]. Додаткова: [26; 29; 33] |
| Усього за змістовим модулем 1 | | 62 | |
| Змістовий модуль 2. Економічні аспекти управлінських рішень у системі маркетинг-менеджменту послуг | | | |
| Тема 6. Управління персоналом клієнтоорієнтованої організації | 1. Координація й регулювання як функції менеджменту в сфері управління підприємства сфери послуг. 2. Лінійна та функціональна організаційні структури управління: переваги, недоліки, сфери застосування. 3. Лінійно-функціональна й лінійно-штабна організаційні структури управління: переваги, недоліки, сфери застосування | 12 | Основна: [2; 10; 22; 24]. Додаткова: [29; 30; 33] |

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|---|------------|---|
| <i>Тема 7. Стратегічний маркетинг-менеджмент у сфері послуг</i> | 1. Дивізійна організаційна структура управління: переваги, недоліки, сфери застосування. 2. Матрична та програмно-цільова організаційні структури управління: переваги, недоліки, сфери застосування. 3. Централізація й децентралізація організаційних структур управління | 6 | Основна: [9; 13; 17; 22]. Додаткова: [27; 29; 34] |
| <i>Тема 8. Управління сервісними операціями</i> | 1. Управління інноваціями на підприємствах сфери послуг. 2. Контроль у системі менеджменту підприємств ресторанного господарства. 3. Колектив, особисті взаємини й неформальна структура організації в сфері послуг | 12 | Основна: [1; 9; 11; 21]. Додаткова: [26; 29; 35] |
| <i>Тема 9. Інформаційне забезпечення розроблення й ухвалення управлінських рішень на підприємствах сфери послуг</i> | 1. Керівник у системі менеджменту підприємства сфери послуг. 2. Адміністрування й лідерство в системі менеджменту підприємств сфери послуг. 3. Стилі керівництва в системі менеджменту організації | 12 | Основна: [7; 8; 12; 18; 22]. Додаткова: [28; 34; 35] |
| <i>Тема 10. Методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності</i> | 1. Управлінська культура в системі менеджменту підприємств сфери послуг. 2. Оцінювання ефективності менеджменту організації в сфері послуг | 12 | Основна: [4 – 6; 22]. Додаткова: [25; 26; 31; 35] |
| Усього за змістовим модулем 2 | | 54 | |
| Разом годин за змістовними модулями | | 116 | |

8. Контрольні запитання для самодіагностики

1. Розкрийте сутність поняття менеджмент підприємства як керівної підсистеми різновиду суспільної системи (організації).
2. Охарактеризуйте менеджмент як керівну підсистему підприємства, що є суб'єктом ринкових відносин.
3. Охарактеризуйте організацію підприємства як систему управління (система самоврядування).

4. Розкрийте сутність поняття внутрішнє й зовнішнє середовище організації сфери послуг, її основні елементи.

5. Визначте модель організації (підприємства) як об'єкта управління: закрита й відкрита система.

6. Охарактеризуйте структуру, функціонування й життєвий цикл підприємства сфери послуг.

7. Визначте систему управління персоналом туристичного підприємства.

8. Розкрийте систему управління персоналом підприємства ЖКГ.

9. Визначте мотивацію персоналу в діяльності підприємств ресторанного господарства.

10. Поясніть систему менеджменту підприємства сфери послуг (на прикладі підприємства на вибір аспіранта).

11. Охарактеризуйте систему планування діяльності підприємства сфери послуг.

12. Порівняйте системно-комплексний і програмно-цільовий підходи в менеджменті підприємства.

13. Визначте методи менеджменту в сфері управління підприємства сфери послуг.

14. Поясніть механізм та особливості ухвалення управлінських рішень на підприємствах сфери послуг.

15. Охарактеризуйте стратегічне планування на підприємствах транспортної сфери.

16. Розкрийте оперативне планування на підприємствах сфери послуг.

17. Поясніть систему підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації кадрів підприємств сфери послуг.

18. Поясніть організацію як функцію менеджменту підприємства сфери послуг.

19. Розкрийте координацію й регулювання як функції менеджменту в сфері управління підприємства сфери послуг.

20. Порівняйте лінійну й функціональну організаційні структури управління: переваги, недоліки, сфери застосування.

21. Порівняйте лінійно-функціональну й лінійно-штабну організаційні структури управління: переваги, недоліки, сфери застосування.

22. Визначте дивізійну організаційну структуру управління: переваги, недоліки, сфери застосування.

23. Розкрийте матричну та програмно-цільову організаційні структури управління: переваги, недоліки, сфери застосування.

24. Розкрийте централізацію й децентралізацію організаційних структур управління.

25. Охарактеризуйте управління інноваціями на підприємствах сфери послуг.

26. Поясніть контроль у системі менеджменту підприємств ресторанного господарства.

27. Охарактеризуйте колектив, особисті взаємини й неформальну структуру організації в сфері послуг.

28. Охарактеризуйте керівника в системі менеджменту підприємства сфери послуг.

29. Поясніть адміністрування й лідерство в системі менеджменту підприємств сфери послуг.

30. Визначте стилі керівництва в системі менеджменту організації.

31. Розкрийте управлінську культуру в системі менеджменту підприємств сфери послуг.

32. Поясніть оцінювання ефективності менеджменту організації в сфері послуг.

9. Індивідуально-консультативна робота

Індивідуально-консультативну роботу здійснюють за графіком індивідуально-консультативної роботи в формі індивідуальних занять, консультацій, перевірки виконання індивідуальних завдань, перевірки та захисту завдань, винесених на поточний контроль, тощо.

Формами організації індивідуально-консультативної роботи є:

а) за засвоєнням теоретичного матеріалу:

консультації: індивідуальні (запитання – відповідь), групові (розгляд типових прикладів – ситуацій);

б) за засвоєнням практичного матеріалу:

консультації індивідуальні та групові;

в) для комплексного оцінювання засвоєння програмного матеріалу:

індивідуальне здавання виконаних робіт.

10. Методи навчання

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності аспірантів передбачено застосування як активних, так й інтерактивних навчальних технологій, серед яких: лекції проблемного характеру, міні-лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, мозкові атаки, кейс-метод, презентації, ознайомлювальні (початкові) ігри, метод проектної роботи, комп'ютерні симуляції, метод Дельфі, метод сценаріїв (табл. 10.1 і 10.2).

Таблиця 10.1

Розподіл форм та методів активізації процесу навчання за темами навчальної дисципліни (лекційні заняття)

| Теми | Практичне застосування навчальних технологій |
|---|--|
| 1 | 2 |
| <i>Тема 1.</i> Особливості й основні проблеми маркетинг-менеджменту в сфері послуг | Лекція проблемного характеру з питання "Роль сфери послуг у суспільному житті", робота в малих групах, презентація результатів |
| <i>Тема 2.</i> Планування в сфері послуг | Міні-лекція з питання "Види, принципи планування" |
| <i>Тема 3.</i> Організаційні відносини на підприємствах сфери послуг | Лекція проблемного характеру з питання "Організаційний процес й організаційні відносини в організаціях сфери послуг", робота в малих групах, презентація результатів |
| <i>Тема 4.</i> Мотивація, стимулювання й оплата праці в сфері послуг | Міні-лекція з питання "Мотивація як функція менеджменту", робота в малих групах, презентація результатів |
| <i>Тема 5.</i> Контроль як функція маркетинг-менеджменту в сфері послуг | Лекція проблемного характеру з питання "Основні етапи контрольного циклу", робота в малих групах, презентація результатів |
| <i>Тема 6.</i> Управління персоналом клієнтоорієнтованої організації | Лекція проблемного характеру з питання "Оцінювання результативності персоналу в організації" |
| <i>Тема 7.</i> Стратегічний маркетинг-менеджмент у сфері послуг | Міні-лекція з питання "Основні методи розроблення стратегій" |
| <i>Тема 8.</i> Управління сервісними операціями | Міні-лекція з питання "Управління запасами у сфері послуг" |
| <i>Тема 9.</i> Інформаційне забезпечення розроблення й ухвалення управлінських рішень на підприємствах сфери послуг | Лекція проблемного характеру з питання "Мета й завдання стратегічного менеджменту в сфері послуг", робота в малих групах, презентація результатів |

| 1 | 2 |
|--|---|
| Тема 10. Методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності | Міні-лекція з питання "Методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності" |

Основні відмінності активних та інтерактивних методів навчання від традиційних визначено не тільки методикою й технікою викладання, але й високою ефективністю навчального процесу, який виявляють у: високій мотивації аспірантів; закріпленні теоретичних знань на практиці; підвищенні самосвідомості аспірантів; формуванні здатності приймати самостійні рішення; формуванні здатності до ухвалення колективних рішень; формуванні здатності до соціальної інтеграції; набутті навичок у вирішенні конфліктів; розвитку здатності до пошуку компромісів.

Лекції проблемного характеру – один із найважливіших елементів навчання аспірантів. Вони передбачають разом із розглядом основного лекційного матеріалу встановлення та розгляд кола проблемних питань дискусійного характеру, які недостатньо розроблені в науці й мають актуальне значення для теорії та практики. Лекції проблемного характеру відрізняються поглибленою аргументацією матеріалу, що викладають. Вони сприяють формуванню в аспірантів самостійного творчого мислення, прищеплюють їм пізнавальні навички. Аспіранти стають учасниками наукового пошуку та вирішення проблемних ситуацій.

Міні-лекції передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу й характеризуються значною наповненістю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Їх проводять, переважно, як частину заняття-дослідження. Міні-лекції відрізняються від повноформатних лекцій значно меншою тривалістю. Зазвичай міні-лекції тривають не більше ніж 10 – 15 хвилин і їх використовують для того, щоб стисло повідомити нову інформацію всім слухачам. Міні-лекції часто застосовують як частини цілісної теми, яку бажано викладати повноформатною лекцією, щоб не втомлювати аудиторію. Тоді інформацію надають по черзі кількома окремими сегментами, між якими застосовують інші форми й методи навчання.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками й поглядами учасників щодо цієї теми, а також розвивають мислення, допомагають

формувані погляди та переконання, виробляють уміння формулювати думки та висловлювати їх.

Робота в малих групах дає змогу структурувати практично-семінарські заняття за формою та змістом, створює можливості для участі кожного аспіранта в роботі над темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування.

Мозкові атаки – метод вирішення невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити якомога більшу кількість ідей за дуже обмежений проміжок часу, обговорити та здійснити їхню селекцію.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовують для подання певних досягнень, результатів роботи групи, звіту щодо виконання індивідуальних завдань, проектних робіт. Презентації можуть бути як індивідуальними, наприклад виступ одного слухача, так і колективними, тобто виступи двох та більше слухачів.

Таблиця 10.2

**Використання методик активізації процесу навчання
(семінарські та практичні заняття)**

| Теми навчальної дисципліни | Практичне застосування методик | Методики активізації процесу навчання |
|--|--|---------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| <i>Тема 1. Особливості й основні проблеми маркетинг-менеджменту в сфері послуг</i> | <i>Семінарське заняття "Особливості й основні проблеми менеджменту в сфері послуг"</i> | Семінари-дискусії |
| <i>Тема 2. Планування в сфері послуг</i> | <i>Завдання 2. Планування за допомогою-методу лінійного програмування</i> | Виконання есе |
| <i>Тема 3. Організаційні відносини на підприємствах сфери послуг</i> | <i>Тема практичного заняття: "Вибір методу контролю за сферою послуг"</i> | Поточна контрольна робота |
| <i>Тема 4. Мотивація, стимулювання й оплата праці в сфері послуг</i> | <i>Завдання 4. Мотивація як функція менеджменту</i> | Колоквіум |
| <i>Тема 5. Контроль як функція маркетинг-менеджменту в сфері послуг</i> | <i>Завдання 5. Основні етапи контрольного циклу</i> | Робота в малих групах, мозкові атаки |

| 1 | 2 | 3 |
|---|---|---|
| <i>Тема 6.</i> Управління персоналом клієнтоорієнтованої організації | <i>Семінарське заняття</i> "Особливості й основні проблеми менеджменту в сфері послуг" | Семінари-дискусії, виконання есе |
| <i>Тема 7.</i> Стратегічний маркетинг-менеджмент у сфері послуг | <i>Завдання 7.</i> Оцінка потенціалу фірми | Поточна контрольна робота |
| <i>Тема 8.</i> Управління сервісними операціями | <i>Завдання 8.</i> Фесиліті-менеджмент | Робота в малих групах, мозкові атаки, презентації |
| <i>Тема 9.</i> Інформаційне забезпечення розроблення й ухвалення управлінських рішень на підприємствах сфери послуг | <i>Завдання 9.</i> Вибір оптимальної стратегії підприємства сфери послуг | Робота в малих групах, мозкові атаки |
| <i>Тема 10.</i> Методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності | <i>Завдання 10.</i> Методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності | Колоквіум |

11. Методи контролю

Система оцінювання сформованих компетентностей (див. табл. 2.1) в аспірантів ураховує види занять, які, згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей в аспірантів здійснюють за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання аспірантів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи містять:

поточний контроль, що здійснюють протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських занять й оцінюють за сумою набраних балів (максимальна сума – 100 балів). Мінімальна сума, що дозволяє аспіранту мати право на перескладання, – 35 балів;

модульний контроль, що проводиться з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті *інтегровану*

оцінку результатів навчання аспіранта після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля.

Поточний контроль з даної навчальної дисципліни проводиться в таких формах:

активна робота на лекційних заняттях;

активна участь у дискусії та презентації матеріалу на семінарських заняттях;

перевірка есе за заданою тематикою;

проведення поточного тестування;

проведення письмової контрольної роботи;

експрес-опитування;

проведення диктанту за лекційним матеріалом.

Колоквіум – це форма перевірки й оцінювання знань аспірантів у системі освіти у вищих навчальних закладах. Проводять як проміжний міні-екзамен з ініціативи викладача.

Порядок проведення поточного оцінювання знань аспірантів.

Оцінювання знань аспіранта під час семінарських і практичних занять і виконання індивідуальних завдань проводиться за накопичувальною 100-бальною системою за такими критеріями:

розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядають;

ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни;

ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядають;

вміння поєднувати теорію з практикою під час розгляду виробничих ситуацій, розв'язання задач, проведенні розрахунків у процесі виконання індивідуальних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;

логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;

арифметична правильність виконання індивідуального та комплексного розрахункового завдання.

Максимально можливий бал за конкретним завданням ставлять за умови відповідності індивідуального завдання аспіранта або його усної відповіді всім зазначеним критеріям. Відсутність тієї або іншої складової частини зменшує кількість балів. Щодо оцінювання індивідуальних завдань увага також приділяється якості, самостійності та своєчасності

здавання виконаних завдань викладачу, згідно з графіком навчального процесу. Якщо якась із вимог не буде виконана, то бали будуть знижені.

Поточний тестовий контроль проводиться декілька разів на семестр. Тест містить запитання одиничного й множинного вибору щодо перевірки знань основних категорій навчальної дисципліни.

Письмова контрольна робота проводиться два рази на семестр та містить практичні завдання різного рівня складності відповідно до тем змістового модуля.

Критерії оцінювання позааудиторної самостійної роботи аспірантів.

Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи аспірантів, є: глибина й міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, навички та прийоми виконання практичних завдань, уміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію й обробку, самореалізація на практичних та семінарських заняттях.

Критеріями оцінювання есе є:

здатність проводити критичну та незалежну оцінку певних проблемних питань;

вміння пояснювати альтернативні погляди та наявність власної точки зору, позиції на певне проблемне питання;

застосування аналітичних підходів;

якість і чіткість викладення міркувань;

логіка, структуризація та обґрунтованість висновків щодо конкретної проблеми;

самостійність виконання роботи;

грамотність подання матеріалу;

використання методів порівняння, узагальнення понять та явищ;

оформлення роботи.

Аспірант, який із поважних причин, підтверджених документально, не мав можливості брати участь у формах поточного контролю, тобто не склав змістовий модуль, має право на його відпрацювання у двотижневий термін після повернення до навчання за розпорядженням декана факультету, відповідно до встановленого терміну.

Аспірант вважається не атестованим, який має кількість балів, отриманих за результатами перевірки успішності під час поточного та модульного контролю відповідно до змістового модуля впродовж семестру, в сумі, що не досягла 35 балів. Після екзаменаційної сесії завідувач

відділу аспірантури видає розпорядження щодо ліквідації академічної заборгованості. У встановлений термін аспірант добирає залікові бали.

Аспіранта слід **вважати атестованим**, якщо сума балів, отриманих за результатами підсумкової / семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, набраних під час поточного оцінювання, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: *"60 і більше балів – зараховано"*, *"59 і менше балів – не зараховано"* та заноситься в залікову *"Відомість обліку успішності"* навчальної дисципліни. У випадку отримання менше 60 балів аспірант обов'язково складає залік після закінчення екзаменаційної сесії у встановлений термін.

Зразок завдання для колоквиуму

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
(повне найменування вищого навчального закладу)

Освітній ступінь _____ третій (освітньо-науковий) _____

Напрямок підготовки _____ 075 "Маркетинг" _____

Семестр _____ 2 _____
(назва)

Навчальна дисципліна _____ Маркетинг-менеджмент у сфері послуг _____

Тестові завдання (8 тестових завдань стереотипного рівня) – 8 балів

1. Класифікація послуг необхідна для того, щоб:
 - а) визначити найбільш важливі характеристики послуг;
 - б) поліпшити розуміння послуги як економічної категорії;
 - в) з'ясувати, якою мірою виокремлені характеристики властиві іншим класам;
 - г) усі відповіді правильні.

2. До відчутних послуг спрямованих на матеріальне майно клієнта, можна зарахувати:
 - а) охорону здоров'я, салони краси та перукарні;
 - б) ремонт техніки, охорону, хімчистки та пральні;

- в) освіту, теле-, радіозв'язок та інформаційні послуги;
- д) юридичні та консультативні послуги.

3. До виробничих послуг можна зарахувати:

- а) торговельні, транспортні та послуги зв'язку;
- б) банківські, фінансові та страхові;
- в) лізинг, інжиніринг і технічне обслуговування устаткування;
- д) жодна із груп не є виробничими послугами.

4. Мериторні послуги – це ті, що:

- а) купують на конкурентному ринку;
- б) є корисними, але неусвідомленими споживачем, тому їх надають безкоштовно;
- в) регламентують нормами права, вказівками посадових осіб.

5. Експертні, управлінські, маркетингові послуги входять до групи:

- а) консалтингу;
- б) інжинірингу;
- в) ліцензійних послуг.

6. Надання виробничих, комерційних, науково-технічних та інших послуг спеціалізованими інженерно-консультативними фірмами – це:

- а) консалтинг;
- б) екаунтинг;
- в) інжиніринг;
- г) бенчмаркінг.

7. Вид ліцензійних послуг, що ґрунтуються на передачі прав на ведення певного виду бізнесу разом із товарним знаком:

- а) лізинг;
- б) франчайзинг;
- в) франшиза;
- г) патент;
- д) консигнація.

8. Послуги агента, котрий діє в інтересах клієнта на біржі (митниці, страховій компанії) мають назву:

- а) консалтингові послуги;
- б) мобільний банкінг;
- в) брокерські послуги;
- г) експертні послуги.

Завдання 1 (стереотипне). Систематизуйте наведені послуги за класами та сформулюйте їхні загальні характеристики. Перелік послуг: готельні, соціальні, інформаційні, туристичні, побутові, послуги громадського харчування, автосервісу, медичні послуги, послуги авіаперевезень, фінансові послуги, юридичні послуги, послуги освіти, ремонтні послуги, страхові послуги.

Із метою систематизації послуг необхідно скласти перелік споріднених і відмінних характеристик, які допоможуть у визначенні класів та розподілу послуг за ними.

Для вирішення завдання слід використати загальний підхід до класифікації послуг, а саме: на кого (на що) спрямовані послуги та їхній характер: матеріальні (відчутні) або нематеріальні (невідчутні). Результати оформіть у вигляді таблиці (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація послуг

| Основні класи послуг | Види послуг | Сфера послуг |
|---|-------------|--------------|
| Матеріальні послуги, відчутні дії яких спрямовані на споживача | | |
| Матеріальні послуги, відчутні дії яких спрямовані на товари та інші фізичні об'єкти | | |
| Нематеріальні послуги, невідчутні дії яких спрямовані на мислення споживача | | |
| Нематеріальні послуги, не відчутні дії яких спрямовані на активи | | |

Завдання 3 (діагностичне завдання). Визначте ціну реалізації побутової послуги (ремонт теле-, радіоапаратури) для підприємства, яке сплачує єдиний податок у розмірі 6 % суми виручки від реалізації послуг і є платником ПДВ ціни на послуги (20 %). Вихідні дані: вартість матеріалів, комплектувальних виробів – 100 грн; плановий прибуток – 20 грн; коефіцієнт, який ураховує суму єдиного податку за ставкою 6 %, становить 1,064.

Проведення колоквиуму. Кожне завдання для колоквиуму складається з тестових та практичних завдань двох рівнів складності:

тестові завдання – вісім тестів, оцінка за якими становить 1 бал за кожен правильну відповідь;

стереотипне завдання, максимальна оцінка за яким складає 4 бали за вирішене завдання;

діагностичне завдання, максимальна оцінка за вирішення якого становить 5 балів.

Оцінка за колоквиум складається із суми балів за вирішення всіх завдань, округленої до цілого числа за правилами математики. Тестові завдання оцінюють базові компетентності, якими повинні оволодіти аспіранти. Діагностичні та евристичне завдання оцінюють професійні компетентності та відповідні уміння, якими володіє аспірант.

Оцінювання результатів тестів, вирішення стереотипних, діагностичних та евристичних завдань здійснюють за такими критеріями.

| № завдання | Бал | Критерії оцінювання |
|-----------------------|-----|--|
| 8 тестових завдань | 0 | За неправильну відповідь |
| | 1 | За правильну відповідь |
| стереотипне завдання | 6 | Допущені помилки в розрахунках, наведено неправильне трактування показників або неправильні висновки |
| | 7 | Завдання виконано не повністю, не вказано одиниці вимірювання |
| | 8 | Завдання повністю виконано, без помилок, із позначенням одиниць вимірювання. Має місце неправильне трактування показників або неправильні висновки |
| | 9 | Завдання виконано повністю, без помилок, із позначенням одиниць вимірювання. Висновки обґрунтовані, відповідають сутності завдання |
| діагностичне завдання | 6 | Завдання частково виконано, наведено правильні формули, але допущені помилки в розрахунках, не вказані одиниці вимірювання, дані неправильні висновки, відсутній обґрунтований аналіз визначених результатів |
| | 7 | Завдання виконано, наведено правильні формули, розрахунки правильні, але не вказані одиниці вимірювання, подані неправильні висновки, відсутній обґрунтований аналіз визначених результатів |
| | 8 | Завдання виконано, наведено правильні формули, розкрита сутність їхніх складових частин, вказано одиниці вимірювання, але висновки відсутні, або недостатньо обґрунтовані |
| | 10 | Завдання виконано, наведено правильні формули, розкрита сутність їхніх складових частин, вказано одиниці вимірювання, але висновки недостатньо обґрунтовані |
| | 14 | Завдання виконано, усі умови відповідають вимогам, є обґрунтований висновок щодо впровадження запропонованих рекомендацій до стратегії розвитку підприємства |

12. Розподіл балів, які отримують аспіранти

Систему оцінювання рівня сформованості професійних компетентностей аспірантів денної форми навчання наведено в табл. 12.1.

Таблиця 12.1

Система оцінювання рівня сформованості професійних компетентностей

| Професійні компетентності | Навчальний тиждень | Години | Форми навчання | Оцінювання рівня сформованості компетентностей | | | |
|---|--------------------|--------|----------------|--|--|---|----|
| | | | | Форми контролю | Максимальний бал | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетинг-менеджменту в сфері послуг | | | | | | | |
| Здатність усвідомлювати понятійний апарат менеджменту сфери послуг | 1 – 2 | Ауд. | 2 | Лекція | Тема 1. Особливості й основні проблеми маркетинг-менеджменту в сфері послуг | Активна участь на лекційному занятті | 1 |
| | | | 2 | Практичне заняття | Вирішення практичних завдань за темою 1 | Активна участь у виконанні практичних завдань | 1 |
| | | СРА | 12 | Підготовка до занять | Пошук, добір та огляд літературних джерел на задану тему | | |
| Здатність застосовувати планування в управлінні сферою послуг | 3 – 4 | Ауд. | 2 | Лекція | Тема 2. Планування в сфері послуг | Активна участь на лекційному занятті | 1 |
| | | | 2 | Практичне заняття | Вирішення практичних завдань до теми 2 | Написання есе | 6 |
| | | СРА | 14 | Підготовка до занять | Пошук, добір та огляд літературних джерел на задану тему | Активна участь у виконанні практичних завдань | 1 |
| Здатність визначати організаційні відносини на підприємствах сфери послуг | 5 – 6 | Ауд. | 2 | Лекція | Тема 3. Організаційні відносини на підприємствах сфери послуг | Поточна КР | 10 |
| | | | 2 | Практичне заняття | Вирішення практичних завдань на тему 3 | Активна участь на лекційному занятті | 1 |
| | | СРА | 15 | Підготовка до занять | Пошук, добір та огляд літературних джерел на задану тему | Презентація | 8 |
| | | | | | | Активна участь у виконанні практичних завдань | 1 |

Продовження табл. 12.1

| 1 | 2 | 3 | 4 | | 5 | 6 | |
|---|---------|------|----|-----------------------------|---|---|----|
| Здатність здійснювати мотивацію, стимулювання праці у сфері послуг | 7 – 8 | Ауд. | 2 | Лекція | Тема 4. Мотивація, стимулювання й оплата праці в сфері послуг | Активна участь на лекційному занятті | 1 |
| | | | 2 | Практичне заняття | Вирішення практичних завдань до теми 4 | Колоквіум | 17 |
| | | СРА | 14 | Підготовка до занять | Пошук, добір та огляд літературних джерел на задану тему | Активна участь у виконанні практичних завдань | 1 |
| Здатність здійснювати контроль за менеджментом у сфері послуг | 9 | Ауд. | 2 | Лекція | Тема 5. Контроль як функція маркетинг-менеджменту в сфері послуг | Активна участь на лекційному занятті | 1 |
| | | СРА | 7 | Підготовка до занять | Пошук, добір та огляд літературних джерел за задану тему | | |
| Змістовий модуль 2. Економічні аспекти управлінських рішень у системі маркетинг-менеджменту послуг | | | | | | | |
| Здатність управляти персоналом підприємства сфери послуг | 10 – 11 | Ауд. | 2 | Лекція | Тема 6. Управління персоналом клієнтоорієнтованої організації | Активна участь на лекційному занятті | 1 |
| | | | 2 | Практичне заняття | Вирішення практичних завдань до теми 5 – 6 | Написання есе | 6 |
| | | СРА | 12 | Підготовка до занять | Пошук, добір та огляд літературних джерел за заданою темою | Активна участь у виконанні практичних завдань | 1 |
| Здатність усвідомлювати принципи стратегічного менеджменту у сфері послуг | 12 – 13 | Ауд. | 2 | Лекція | Тема 7. Стратегічний маркетинг-менеджмент у сфері послуг. Тема 8. Управління сервісними операціями | Активна участь на лекційному занятті | 1 |
| | | | 2 | Практичне заняття | Вирішення практичних завдань до теми 7 – 8 | Поточна КР | 10 |
| | | СРА | 12 | Підготовка до занять | Пошук, добір та огляд літературних джерел на задану тему | Презентація | 8 |
| Здатність використовувати методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності | 14 – 15 | Ауд. | 2 | Лекція | Тема 9. Інформаційне забезпечення розроблення й ухвалення управлінських рішень на підприємствах сфери послуг | Активна участь на лекційному занятті | 1 |
| | | | 2 | Практичне заняття | Розкриття питань семінарського завдання до теми 9 | Активна участь у виконанні практичних завдань | 1 |
| | | СРА | 12 | Підготовка до занять | Пошук, добір та огляд літературних джерел на задану тему | | |

Закінчення табл. 12.1

| 1 | 2 | 3 | | 4 | | 5 | 6 |
|--------------------------|---------|------------|-----------------------------|--|---|--------------------------------------|------------|
| | 16 – 17 | Ауд. | 2 | Лекція | Тема 10. Методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності | Активна участь на лекційному занятті | 1 |
| 4 | | | Практичне заняття | Розкриття питань семінарського завдання за темою 10 | Колоквіум | 17 | |
| СРС | | 12 | Підготовка до занять | Пошук, добір та огляд літературних джерел на задану тему | Активна участь у виконанні практичних завдань | 2 | |
| Усього годин | | 150 | | Загальна максимальна кількість балів із навчальної дисципліни | | | 100 |
| із них | | | | | | | |
| <i>аудиторні</i> | | 34 | 23 % | <i>поточний контроль</i> | | | 60 |
| <i>самостійна робота</i> | | 116 | 77 % | <i>підсумковий контроль</i> | | | 40 |

Розподіл балів у межах тем змістових модулів наведено в табл. 12.2.

Таблиця 12.2

Розподіл балів за темами

| | | | | | | | | | | |
|---|----|----|----|----|--------------------|----|----|----|-----|------|
| Поточне тестування та самостійна робота | | | | | | | | | | Сума |
| Змістовий модуль 1 | | | | | Змістовий модуль 2 | | | | | 100 |
| T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 | T9 | T10 | |
| 2 | 8 | 20 | 2 | 1 | 8 | 9 | 11 | 2 | 3 | |
| Колоквіум | | | | | Колоквіум | | | | | |
| 17 | | | | | 17 | | | | | |

Примітка. T1, T2 ... T10 – теми змістових модулів.

Максимальну кількість балів, яку може накопичити аспірант протягом тижня за формами та методами навчання, наведено в табл. 12.3.

Розподіл балів за тижнями

| Теми змістового модулю | | Тижні | Лекції | Практичні | Есе | Презентація | Поточні КР | Колоквіум | Усього |
|--|---|-----------|----------|-----------|----------|-------------|------------|-----------|-----------|
| Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетинг-менеджменту в сфері послуг | Тема 1. Особливості й основні проблеми маркетинг-менеджменту в сфері послуг | 1 – 2 | 1 | 1 | | | | | 2 |
| | Тема 2. Планування в сфері послуг | 3 – 4 | 1 | 1 | 2 | | | | 4 |
| | Тема 3. Організаційні відносини на підприємствах сфери послуг | 5 – 6 | 1 | 1 | | 3 | 4 | | 9 |
| | Тема 4. Мотивація, стимулювання й оплата праці у сфері послуг | 7 – 8 | 1 | 1 | | | | 12 | 14 |
| | Тема 5. Контроль як функція маркетинг-менеджменту в сфері послуг | 9 | 1 | | | | | | 1 |
| Змістовий модуль 2. Економічні аспекти управлінських рішень у системі маркетинг-менеджменту послуг | Тема 6. Управління персоналом клієнтоорієнтованої організації | 10 – 11 | 1 | 1 | 2 | | | | 4 |
| | Тема 7. Стратегічний маркетинг-менеджмент у сфері послуг | 12 | 0,5 | 0,5 | | 3 | | | 4 |
| | Тема 8. Управління сервісними операціями | 13 | 0,5 | 0,5 | | | 4 | | 5 |
| | Тема 9. Інформаційне забезпечення розроблення й ухвалення управлінських рішень на підприємствах сфери послуг | 14 – 15 | 1 | 1 | | | | | 2 |
| | Тема 10. Методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності | 16 – 17 | 1 | 2 | | | | 12 | 15 |
| Усього | | 17 | 9 | 9 | 4 | 6 | 8 | 24 | 60 |

Підсумкову оцінку з навчальної дисципліни визначено, відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця (табл. 12.4).

Таблиця 12.4

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ЄКТС | Оцінка за національною шкалою | |
|--|-------------|--|---------------|
| | | для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90 – 100 | A | відмінно | зараховано |
| 82 – 89 | B | добре | |
| 74 – 81 | C | | |
| 64 – 73 | D | | |
| 60 – 63 | E | задовільно | не зараховано |
| 35 – 59 | FX | незадовільно | |
| 1 – 34 | F | | |

Оцінки за цією шкалою заносять до відомостей обліку успішності, індивідуального навчального плану студента та іншої академічної документації.

13. Рекомендована література

13.1. Основна

1. Андерсен Б. Бизнес-процессы: инструменты совершенствования / Б. Андерсен. – Москва : Стандарты и качество, 2005. – 272 с. (Серия "Практический менеджмент").

2. Ари де Гиус. Живая компания: рост, научение и долгожительство в деловой среде / Ари де Гиус. – Санкт-Петербург : Стокгольмская школа экономики, 2011. – 222 с.

3. Балаева О. Н. Эра услуг: требуются профессионалы / О. Н. Балаева, М. Д. Предводителева // Бизнес-образование. – 2002. – № 2 (13). – С. 14–16.

4. Балаева О. Сфера услуг в мировой экономике: тенденции развития / О. Балаева, М. Предводителева // Мировая экономика и международные отношения. – 2007. – № 3.
5. Барков С. А. Организации в постиндустриальной экономике / С. А. Барков. – Москва, 2010. – 108 с.
6. Восколович Н. А. Экономика платных услуг : учеб. пособие / Н. А. Восколович. – Москва : Юнити-Дана, 2007. – 399 с.
7. Демидова Л. Сфера услуг в постиндустриальной экономике / Л. Демидова // Мировая экономика и международные отношения. – 1999. – № 2.
8. Демидова Л. Сфера услуг России: трудный путь модернизации / Л. Демидова // Мировая экономика и международные отношения. – 2008. – № 2. – С. 38–50.
9. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн ; Пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 320 с. – (Серия "Теория и практика менеджмента").
10. Камрасс Р. Алхимия корпорации. Как реформировать структуру бизнеса в соответствии с реалиями завтрашнего дня / Р. Камрасс. – Москва : ИД "Секрет фирмы", 2005. – 256 с.
11. Кликич Л. М. Эволюция сферы услуг: неравновесный подход : монография / Л. М. Кликич. – Москва : Изд-во МСХА, 2004. – 99 с.
12. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. – Москва, Санкт-Петербург, Киев : Williams, 2005. – 1008 с.
13. Маркова В. Д. Маркетинг услуг / В. Д. Маркова. – Москва : Финансы и статистика, 1996. – 126 с.
14. Мастенбрук У. Управление конфликтными ситуациями и развитие организации / У. Мастенбрук ; пер с англ. – Москва : ИНФРА-М, 1996. – 256 с.
15. Милгром П. Экономика, организация и менеджмент : В 2-х т. / П. Милгром, Дж. Робертс ; пер. с англ. под ред. И. И. Елисеевой, В. Л. Тамбовцева. – Санкт-Петербург : Экономическая школа, 2004. – Т. 1. – 468 с.
16. Милгром П. Экономика, организация и менеджмент : В 2-х т. / П. Милгром, Дж. Робертс ; пер. с англ. под ред. И. И. Елисеевой, В. Л. Тамбовцева. – Санкт-Петербург : Экономическая школа, 2004. – Т. 2. – 420 с.
17. Оучи У. Методы организации производства: японский и американский подходы / У. Оучи ; сокращ. пер. с англ. – Москва : Экономика, 1984. – 181 с.

18. Питерс Т. В поисках совершенства. Уроки самых успешных компаний Америки / Р. Питерс, Р. Уотермен. – Москва : Strategica, 2005. – 560 с.
19. Российский статистический ежегодник. – Москва : Росстат, 2007. – 832 с.
20. Сфера услуг : Новая концепция развития / [В. М. Рутгайзер, Т. И. Корягина, Т. И. Арбузова и др.] ; под ред. Т. И. Корягиной. – Москва : Экономика, 1990. – 158 с.
21. Харринг Дж. Бенчмаркинг в лучшем виде / Дж. Харринг. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 176 с.
22. Эллиот Т. Интегрированные бизнес-системы. Экспресс-курс / Т. Эллиот, Г. Герберт. – Москва : Фаир-пресс, 2010. – 272 с.
23. Guillen M. F. Models of Management: Work, Authority and Organisation in Comparative Perspective / M. F. Guillen. – Chicago : University of Chicago Press, 2011. – 432 p.
24. Morgan G. Organisations in Society / G. Morgan. – London : MacMillan, 2008.

13.2. Додаткова

25. Пригожин А. И. Современная социология организаций / А. И. Пригожин. – Москва : Интерпракс, 1995. – 295 с.
26. Саймон Г. Менеджмент в организациях / Г. Саймон, Д. Смитбург, В. Томпсон. – Москва : Экономика, РАГС, 1995. – 316 с.
27. Спивак В. А. Корпоративная культура / В. А. Спивак. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 352 с.
28. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн. – Санкт-Петербург : Питер, 2016. – 352 с.
29. Burrell G. Sociological Paradigms and Organisational Analysis / G. Burrell, G. Morgan. – London : Heinemann, 1979.
30. Harrison M. I. Diagnosing Organizations: Methods, Models, and Processes (Applied Social Research Methods) / M. I. Harrison. – 3rd ed. Thousand Oaks, CA : Sage, 2005. – 181 p.
31. Harvey D. An Experiential Approach to Organization Development / D. Harvey, D. R. Brown. – London : Prentice-Hall International, 2001. – 504 p.
32. Jacobs R. W. Real Time Strategic Change / R. W. Jacobs. – San Francisco : Berrett-Koehler, 2006.

33. Jick T. D. Managing Change : Cases and Concepts / Todd D. Jick, Maury A. Peiperl. - 3rd ed. Boston : McGraw-Hill/Irwin, 2011. – 617 p.
34. Kanter R. M. Change Masters: Innovation for Productivity in the American Corporation. / R. M. Kanter. – New York : Simon & Schuster, 1983.
35. Shafritz J. M. Classics of Organization Theory / Jay M. Shafritz, J. Steven Ott, Yong Suk Jang. – 7th ed. – Boston, MA : Wadsworth Cengage Learning, 2011. – 543 p.

13.3. Інформаційні ресурси

36. Портал "Экономика. Социология. Менеджмент" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ecsocman.edu.ru>.
37. Портал "Business & Decision" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.businessdecision.ru>.
38. Сайт "Развитие Бизнеса" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.devbusiness.ru>.
39. Сайт журнала "Административно-управленческий портал" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.aup.ru>.
40. Сайт журнала "Проблемы теории и практики управления" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ptpu.ru>.
41. Сообщество менеджеров-профессионалов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : E-executive.ru.

Додатки

Додаток А
Таблиця А.1

Структура складових частин професійних компетентностей із навчальної дисципліни "Маркетинг-менеджмент у сфері послуг" за Національною рамкою кваліфікацій України

39

| Складові частини компетентності, які формують у межах теми | Мінімальний досвід | Знання | Уміння | Комунікації | Автономність і відповідальність |
|--|---|---|--|---|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| <i>Тема 1. Особливості й основні проблеми маркетинг-менеджменту в сфері послуг</i> | | | | | |
| Здатність усвідомлювати понятійний апарат менеджменту сфери послуг | Основні вимоги до господарських рішень та принципи оцінювання їхньої ефективності | Знання поняття, сутності й специфіки менеджменту сфери послуг, його функції та принципи | Аналізувати співвідношення втілених тенденцій в управлінські технології, що й намітилися на прями їхнього розвитку | Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію | Володіти навичками вирішення різноманітних управлінських, виробничих, психологічних проблем, що виникають в установах сфери послуг |
| <i>Тема 2. Планування в сфері послуг</i> | | | | | |
| Здатність застосувати планування в управлінні сферою послуг | Основні етапи та стадії ухвалення управлінських рішень | Знання теоретичних і практичних проблем соціокультурного менеджменту | Розробляти проекти соціально-культурного розвитку муніципальних закладів, регіонів | Доведення до відома фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності | Володіти навичками вирішення розв'язування різноманітних управлінських, виробничих, психологічних проблем, що виникають в установах сфери послуг |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|--|--|--|---|--|
| <i>Тема 3. Організаційні відносини на підприємствах сфери послуг</i> | | | | | |
| Здатність визначати організаційні відносини на підприємствах сфери послуг | Типи відносин між підприємствами | Знання культурної політики в Україні й перспективні напрямки її розвитку | Розробляти статут, положення, посадові інструкції й іншу організаційну документацію в установах сфери послуг | Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію | Володіти навичками вирішення різноманітних управлінських, виробничих, психологічних проблем, що виникають в установах сфери послуг |
| <i>Тема 4. Мотивація, стимулювання й оплата праці в сфері послуг</i> | | | | | |
| Здатність здійснювати мотивацію, стимулювання праці в сфері послуг | Основні види мотивації та стимулювання праці | Знання типових процедур і рішень з управління кадрами | Застосовувати систему стимулювання й мотивації творчих працівників | Доведення до відома фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності | Використовувати сучасні прийоми планування, роботи з персоналом, наскрізного оцінювання результатів діяльності |
| <i>Тема 5. Контроль як функція маркетинг-менеджменту в сфері послуг</i> | | | | | |
| Здатність здійснювати контроль за менеджментом у сфері послуг | Основні види контролю у сфері послуг | Знання підходів до реалізації альтернативних моделей управління | Володіти навичками в ухваленні рішень у можливих нестандартних ситуаціях в управлінській діяльності установ сфери послуг | Доведення до відома фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності | Мати здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|--|--|
| <i>Тема 6. Управління персоналом клієнтоорієнтованої організації</i> | | | | | |
| Здатність управляти персоналом підприємства сфери послуг | Управління персоналом на підприємстві | Знання організації управлінської праці керівника | Визначати ефективність системи управління в конкретних установах сфери послуг | Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності | Мати здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності |
| <i>Тема 7. Стратегічний маркетинг-менеджмент у сфері послуг</i> | | | | | |
| Здатність усвідомлювати принципи стратегічного менеджменту в сфері послуг | Основи стратегічного менеджменту | Знання основних принципів та функцій стратегічного менеджменту; функцій об'єкта й суб'єкта управління | Обґрунтовувати господарські рішення в умовах невизначеності | Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію | Використовувати сучасні прийоми планування, роботи з персоналом, наскрізного оцінювання результатів діяльності |
| <i>Тема 8. Управління сервісними операціями</i> | | | | | |
| Здатність усвідомлювати принципи стратегічного менеджменту в сфері послуг | Основи управління діяльністю підприємства | Знання системи обліку, звітності й контролю, що застосовуються в установах сфери послуг | Здійснювати оцінювання ефективності сервісних операцій | Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію | Володіти навичками вирішення різноманітних управлінських, виробничих, психологічних проблем, що виникають в установах сфери послуг |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|--|---|--|
| <i>Тема 9. Інформаційне забезпечення розроблення й ухвалення управлінських рішень на підприємствах сфери послуг</i> | | | | | |
| Здатність використовувати методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності | Сутність процесу ухвалення управлінських рішень на підприємстві | Знання способів залучення й акумулювання позабюджетних коштів | Використовувати елементи теорії гри в процесі визначення оптимального управлінського рішення | Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію | Використовувати сучасні прийоми планування, роботи з персоналом, наскрізного оцінювання результатів діяльності |
| <i>Тема 10. Методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності</i> | | | | | |
| Здатність використовувати методи й моделі розроблення управлінських рішень у сервісній діяльності | Сутність та значущість критеріїв оптимальності в процесі ухвалення господарських рішень в умовах ризику | Знання методичних основ розрахунку критеріїв оптимальності в сучасних умовах господарювання | Обґрунтовувати вибір господарських рішень в сучасних умовах ризику | Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію | Мати здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності |

Зміст

| | |
|---|----|
| Вступ..... | 3 |
| 1. Опис навчальної дисципліни | 4 |
| 2. Мета та завдання навчальної дисципліни | 4 |
| 3. Програма навчальної дисципліни | 7 |
| 4. Структура навчальної дисципліни..... | 9 |
| 5. Теми та плани семінарських занять..... | 11 |
| 6. Теми практичних занять | 13 |
| 6.1. Приклади типових практичних завдань за темами..... | 14 |
| 7. Самостійна робота..... | 15 |
| 8. Контрольні запитання для самодіагностики | 18 |
| 9. Індивідуально-консультативна робота | 20 |
| 10. Методи навчання | 21 |
| 11. Методи контролю | 24 |
| 12. Розподіл балів, які отримують аспіранти..... | 31 |
| 13. Рекомендована література..... | 35 |
| 13.1. Основна | 35 |
| 13.2. Додаткова | 37 |
| 13.3. Інформаційні ресурси..... | 38 |
| Додатки..... | 39 |

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ ПОСЛУГ

**Робоча програма
для здобувачів спеціальності 075 "Маркетинг"
третього (освітньо-наукового) ступеня**

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Укладачі: **Орлов** Петро Аркадійович
Рожко Віктор Іванович

Відповідальний за видання *П. А. Орлов*

Редактор *О. І. Черненко*

Коректор *Н. В. Грінченко*

План 2018 р. Поз. № 116 ЕВ. Обсяг 44 с.

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*