

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання розрахункової роботи
з дисципліни
МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ
для здобувачів першого (бакалавр) рівня вищої освіти
освітніх програм
усіх форм навчання

Затверджено
редакційно-видавничою
радою університету,
протокол № 2 від 16.06.2023 р.

Харків
НТУ «ХПІ»
2023

Методичні вказівки до виконання розрахункової роботи з дисципліни «Маркетинг послуг» для здобувачів першого (бакалавр) рівня вищої освіти освітніх програм усіх форм навчання /уклад. М.В.Мірошник – Харків : НТУ «ХП». 2023.– 15с.

Укладач М.В.Мірошник

Рецензент О.М. Кітченко

Кафедра маркетингу

ВСТУП

Одним з основних напрямків сучасної діяльності є сфера послуг, що стрімко розвивається. Удосконалення управління невиробничою сферою і функціонуючого в її рамках ринку послуг вимагає впровадження сучасних методів та прийомів, що дозволяють забезпечити задоволення потреб людини, соціальних груп і суспільства в цілому з урахуванням раціонального використання наявних ресурсів і вирішення задачі максимально можливої збалансованості між попитом і пропозицією галузей послуг.

Маркетинг послуг, який є дієвим регулятором ринкових процесів, що використовує принципи комплексності, безперервності та соціальної орієнтації, здатний запропонувати механізми взаємовигідного обміну між різними суб'єктами ринку, створити умови для виявлення вимог споживачів і визначити можливості їх задоволення. Це передбачає вивчення ринку послуг, прогнозування його динаміки та формування попиту на послуги.

Дисципліна «**Маркетинг послуг**» передбачає формування у здобувачів компетентностей в області маркетингу послуг. Його **основна мета** - ознайомити здобувачів зі специфікою роботи, а також дати основи теоретичних і практичних знань в рамках даної дисципліни: знання щодо комплексу маркетингової діяльності у сфері послуг, методи вивчення ринку послуг.

Загальні компетентності :

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Спеціальні компетентності:

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Результати навчання:

Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Індивідуальне завдання виконується у формі розрахункової роботи.

Ціль розрахункової роботи полягає в закріпленні та поглибленні теоретичних компетенцій щодо особливостей сфери послуг, механізму регулювання торгівлі послугами, споживчих ризиків на ринку послуг та методів їх зменшення, механізму сегментування ринку послуг і виборі цільових сегментів, стратегій охоплення ринку, технологій управління процесом організації та надання послуг.

Здобувач самостійно працює з навчальною та спеціальною літературою, статистичними даними та матеріалами, законодавчими актами, систематизує та узагальнює отриману інформацію, робить на основі проведеного аналізу висновки.

Методичні вказівки до виконання розрахункової роботи з дисципліни «Маркетинг послуг» призначені для здобувачів першого (бакалавр) рівня вищої освіти для освітніх програм усіх форм навчання.

1. ВИМОГИ ДО РОЗРАХУНКОВОЇ РОБОТИ

1. Процес виконання роботи включає декілька етапів, а саме:

– вибір сфери послуг на прикладі конкретного підприємства – бази практики;

– проведення розрахунків та формування обґрунтувань;

– оформлення роботи;

– здача на перевірку.

2. Обсяг роботи може коливатися в залежності від обраного ринку послуг або сфери послуг, проте наведення інформації, яка не має відношення до роботи призведе до пониження оцінки.

3. Текст повинен бути відредагованим, стилістично витриманим.

4. Ключовим критерієм оцінки якості роботи є чітка побудова їх структурно логічної схеми. Результатом написання аналітичного розділу має стати чітке розуміння здобувачем кон'юнктури відповідного ринку послуг в Україні. Необхідно враховувати вагоме значення високої динамічності ринків послуг. Розуміння, які конкуренти вже є на цьому ринку, як та які послуги вони надають (попит на які послуги задовільняють), в яких напрямках вони розвиваються, які у них ресурси, в т.ч. і ринкові, відповідно які можуть бути перспективи в конкурентній боротьбі з ними. Оцінка результатів проведеного аналізу в контексті загальних ринкових тенденцій, в першу чергу національних, але з врахуванням, що світові тенденції на національний ринок також впливають.

В результаті повинна сформуватись цілісна картина, яка покаже, чим нам варто зайнятись на даному ринку, так, щоби там був великий

платоспроможний попит, мало (а в ідеалі не було взагалі) конкурентів, і на чому треба зробити акценти, щоби на відповідному ринку завоювати гроші споживачів. Результати проведеного аналізу являються підґрунтям та обґрунтуванням для розробки комплексу маркетингу послуг компанії на відповідному ринку.

2 ЗМІСТ І СТРУКТУРА РОЗРАХУНКОВОЇ РОБОТИ

Робота повинна складатися з наступних пунктів:

Титульний лист

Зміст

Вступ

Розрахункова частина

Висновки

Список використаних джерел

Додатки

3 РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗМІСТУ ВІДПОВІДНИХ РОЗДІЛІВ

Титульний лист. Титульний лист вміщує стандартну інформацію щодо вузу, кафедри, назви навчальної дисципліни, назви розрахункової роботи, її автора та особи, що перевірила роботу, місце та рік написання.

Зміст. Надається повний зміст роботи, включаючи всі підпункти, які наведені у роботі (вступ, висновки, список використаних джерел та додатки не нумеруються).

Вступ. У вступі наводиться короткий опис вибраної здобувачем сектору послуг(підприємства та самої послуги), основні її характеристики, історичний розвиток, цілі та задачі послуги. Актуальність роботи.

Розрахункова частина.

Оберіть один з наведених сфер послуг.

Сфера послуг: оптова та роздрібна торгівля; готельний бізнес; ресторани та інші підприємства харчування; транспорт; зв'язок (комунікації); фінансові послуги (посередництво); освіта; охорона здоров'я; комунальні служби.

На прикладі підприємства - бази здійсніть виконання наступних завдань 1, 2 та 3 блоків. Розрахункову роботу надати у вигляді презентації:

1 БЛОК

Хто Ваші клієнти? Який Ваш цільовий ринок?

Яка специфіка очікувань клієнта від послуг?

Які мотиви придбання Ваших послуг?

Чому звертаються саме до Вас?

Розрахувати на яку суму, в середньому, надаються послуги?

Проведіть аналіз витрат та аналіз цін конкурентів.

Оберіть оптимальний метод ціноутворення.

2 БЛОК

Складіть карту процесу надання послуги

Методичні рекомендації до виконання завдання 2 блоку

Карта процесу надання послуг – схема, на якій відображений процес надання послуг вибраним підприємством - базою практики, а також елементи системи надання послуг, які беруть участь у цьому процесі (рис. 1).

На карту процесу надання послуг наносяться:

- дії споживача – дії, що виконуються споживачем відносно компанії перед придбанням послуги, під час придбання і споживання послуги, після споживання послуги (наприклад, дзвінки, візити в компанію);
- дії контактної особи "на сцені" – дії, що виконуються контактним співробітником, видимі споживачеві (наприклад, бесіда із споживачем, надання документів споживачеві);
- дії контактної особи "за кулісами" – дії, що виконуються контактним співробітником, невидимі споживачеві (наприклад, підготовка документів, організація зустрічей);
- підтримуючі процеси – процеси, невидимі споживачеві, що забезпечують можливість здійснення дій контактними співробітниками (наприклад, проведення досліджень);
- відчутні елементи – елементи, що забезпечують можливість здійснення дій співробітниками компанії і споживачами на кожній із стадій обслуговування (наприклад, обладнання, оформлення офісу, одяг співробітників).

Відчутні елементи



Рисунок 1 - Карта процесу надання послуг для обраного розрахунковому завданні підприємства - бази практики (окремо для кожного здобувача)

Карта процесу надання послуг дозволяє "розбити" систему надання послуг на компоненти, візуалізувати і формалізувати процес надання по слуг.

3 БЛОК

Розрахувати доцільність надання вашим підприємством послуги у обраному регіоні. Для цього потрібно визначити кількість населення та цільову аудиторію в обраному регіоні.

Дані відносно імовірності кількості відвідувань регіональної філії вашого підприємства занести в таблицю.

Таблиця 1 - Дані відносно можливих відвідувань філії

Кількість відвідувачів на день, осіб.		Імовірність відвідування філії
Оптимістичний прогноз	Песимістичний прогноз	

Методичні рекомендації до виконання завдання блока 3

Доцільність відкриття регіональної філії визначається тим, чи буде вона прибутковою. Для визначення очікуваної величини прибутку філії необхідно зробити такі розрахунки.

Спочатку для кожного з видів прогнозу розраховується найбільш імовірна кількість відвідувань філії в день $N_{\text{найб.імов.}}$:

$$N_{\text{найб.імов.}} = \sum N_i \times P(N_i),$$

де N_i – кількість відвідувачів на день, осіб;

$P(N_i)$ – імовірність того, що кількість відвідувачів дорівнюватиме N_i .

Зробіть загальні висновки.

4 ОФОРМЛЕННЯ РОЗРАХУНКОВОЇ РОБОТИ

Робота виконується українською мовою.

До загальних вимог належать: логічна послідовність викладу матеріалу, аргументованість доказів, лаконічність та чіткість формулювань.

1. Робота має бути набрана на комп'ютері в редакторі WORD. Охайна, без помилок та виправлень. Розрахункова робота друкується на аркушах формату А4 (210×297мм) з одного боку, інтервал 1,5 не більше як 40 рядків на сторінці (з висотою знаків не менше як 1,8 мм), шрифт Times New Roman 14.

Розміри полів: верхнє, нижнє - 20 мм, ліве – 25 мм, праве - 10 мм. Поданий зміст основного тексту слід вирівнювати за шириною.

2. Основні структурні елементи роботи починаються з нового аркуша. Між їхніми назвою та текстом має бути відстань у один додатковий рядок.

3. Структурні елементи "ЗМІСТ", "ВИСНОВКИ", "ЛІТЕРАТУРА", "ДОДАТКИ" не нумерують, а розділи і підрозділи повинні мати заголовки.

4. Цифровий матеріал, як правило, оформляють у вигляді таблиць. Таблицю слід розміщувати безпосередньо після тексту, в якому вона згадується вперше, або на наступній сторінці. На всі таблиці повинні бути посилання у тексті. Таблиці нумерують двома цифрами: перша цифра – номер розділу, друга – номер таблиці у розділі. Далі, після тире наводять назву таблиці. Аналогічним чином нумеруються таблиці (наприклад, Таблиця 1.2 – Назва таблиці). Якщо таблицю переносять на іншу сторінку, то на інших листах пишуть праворуч над таблицею: «Продовження таблиці 1.2». І назву, продовження вирівнюють вліво з абзаца.

5. Формули та рівняння наводять безпосередньо після тексту, посередині рядка, з полями зверху та знизу не менше як один рядок. Якщо на формулу є посилання у тексті, формула повинна мати номер, що проставляється справа від формули в круглих дужках. Номер формується з двох цифр: номеру розділу та номеру формули в цьому розділі. Наприклад, (2.1).

6. Сторінки слід нумерувати арабськими цифрами в правому верхньому кутку, додержуючись наскрізної нумерації впродовж усього тексту; номер сторінки проставляють зверху праворуч без крапки в кінці; нумерацію слід проводити, починаючи із першого розділу; титульний аркуш теж включають до нумерації, але номер сторінки не ставлять.

7. Поданий зміст основного тексту слід вирівнювати за шириною.

8. Ілюстрації необхідно розміщувати безпосередньо після тексту, де вони згадуються вперше, або на наступній сторінці. На всі ілюстрації (власні та запозичені) мають бути посилання в роботі. Всі ілюстрації, які виносяться на захист, необхідно навести в основній частині дипломної роботи або в додатках.

Ілюстрації позначаються словом «Рис.» та отримують відповідний номер послідовно у межах розділу. Номер цей складається з номеру розділу та порядкового номеру рисунка. Наприклад: «Рис.1.2.». Всі рисунки підписуються під ілюстративним матеріалом з вирівнюванням по центру.

9. Пояснення значення кожного символу чи числового коефіцієнта слід наводити безпосередньо під формулою, в тій самій послідовності, у якій вони подані у формулі. Перший рядок пояснення починають з абзацу словом «де» без двокрапки. Пояснення кожного символу необхідно починати з нового рядка.

10. Рисунки, графіки, схеми, діаграми мають відповідати вимогам нормативно

- технічної документації. Ілюстрації нумеруються арабськими цифрами в межах розділу. Під ілюстрацією з вирівнюванням по центру подається її назва (наприклад, Рисунок 1.1 – Назва рисунку). Номер рисунку складається з номеру розділу та порядкового номеру рисунку. Якщо у розділі тільки один рисунок, то номера він не має.

11. Додатки потрібно розміщувати у порядку появи посилань на них у тексті. Кожний додаток має починатися з нової сторінки. Додатки позначають посередині рядка прописними літерами (А, Б, В...). Наприклад, "Додаток А". Далі, симетрично тексту, друкується заголовок додатка. Додатки повинні мати спільну з рештою роботи наскрізну нумерацію сторінок.

5 ОРГАНІЗАЦІЯ РОЗРАХУНКОВОЇ РОБОТИ ТА КРИТЕРІЇ ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ

Сектор послуг обирається впродовж перших двох тижнів здобувачем, зберігаючи рівний розподіл за сферами між здобувачами.

Викладач надає здобувачу допомогу у виконанні окремих розділів роботи; рекомендує літературу, проводить систематичні консультації.

Розрахункова робота здається на перевірку у встановлений викладачем термін, але не пізніше ніж за тиждень до здачі екзамену. При перевірці роботи здобувач відповідає на поставлені запитання з теми роботи.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Кузик О. Маркетинг послуг: технології та стратегії: навч. посібн.. Львів: Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2018. С.246-263.

2. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.

3. Маркетинг послуг: розрахункова робота: навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / К.В. Бажеріна, Є.В. Гнітецький; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 61 с.

4. Маркетинг товарів та послуг. Метод. рек. до вивч. дисц./ В.В. Барабанова Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування. Кривий Ріг ДонНУЕТ, 2021. 69 с

5. Types of services and classification of services. BBAMANTRA: Website. 2019. URL: <https://bbamantra.com/types-of-services>

6. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с

7. Ангелко І. В., Лех І. А. Практичні аспекти застосування маркетингових комунікацій в діяльності суб'єктів господарювання. Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. 2020. № 5(286). С. 11-14. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2020-286-5-2>

8. Послуги. Державна служба статистики України: сайт. 2022. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

9. Діяльність підприємств. Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності. Державна служба статистики України: сайт. 2022. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

ЗМІСТ

Вступ.....	3
1. Вимоги до розрахункової роботи.....	5
2. Зміст і структура розрахункової роботи	7
3. Рекомендації щодо змісту відповідних розділів.....	8
4. Оформлення розрахункової роботи	10
5. Організація розрахункової роботи та критерії її оцінювання.....	12
Список джерел інформації.....	13

Навчальне видання

Методичні вказівки

Методичні вказівки до виконання розрахункової роботи з дисципліни
«Маркетинг послуг» для здобувачів першого (бакалавр) рівня вищої освіти
освітніх програм усіх форм навчання /уклад. М.В.Мірошник

Укладач МІРОШНИК Марія Володимирівна

Відповідальний за випуск

В авторській редакції

План 2023, поз.538

Підп. до друку ---.---.2023.

Riso-друк. Гарнітура Times New Roman. Обсяг – 0,6 д.а

Видавничий центр НТУ «ХПІ»
Свідоцтво про державну реєстрацію
ДК №5478 від 21.08.2017 р.
61002, Харків, вул. Кирпичова, 2
