



**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ**  
**ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА ПРАВА**  
**ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ І ТЕХНОЛОГІЙ**  
**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, МАРКЕТИНГУ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

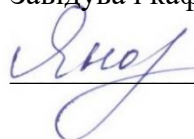
**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**


**Маркетинг транспортних послуг**

Затверджено:

Протокол засідання кафедри економіки,  
маркетингу та бізнес-адміністрування  
№ 1 від 29 серпня 2023 р.

Завідувач кафедри ЕМБА

 В.П. Яновська

Викладач	Творонович Вікторія Ігорівна Кандидат економічних наук, доцент	
Посилання профіль викладача на сайті ДУІТ	<a href="#">ТВОРОНОВИЧ Вікторія Ігорівна</a>	
E-mail	tvoronovich@ukr.net	
Факультет, Кафедра	Факультет Управління і технологій Кафедра економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування м. Київ, вул. Івана Огієнка, 19, каб. 904 телефон: +38095-837-60-12	
Консультації	Кожен понеділок та четвер з 12 до 14 м. Київ, вул. Івана Огієнка, 19, каб. 904 або за <a href="#">ZOOM посиланням</a>	
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг	
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)	

Галузь знань, спеціальність	07 «Управління та адміністрування» 075 «Маркетинг»
Статус дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Цикл дисциплін професійної підготовки, вибіркова
Курс/ Семестр викладання	3/6
Обсяг дисципліни	4 кредити ECTS / 120 загальна кількість годин
Види та кількість аудиторних занять	Лекції – 20 годин/ 8 годин Практичні заняття – 24 години/ 4 години
Локація та матеріально- технічне забезпечення	Аудиторія згідно з розкладом. Мультимедійний проєктор, мережа Інтернет.
Мова викладання	Українська
Мета вивчення дисципліни	<b>Метою</b> викладання навчальної дисципліни «Маркетинг транспортних послуг» є набуття теоретичних знань та практичних навичок з проведення маркетингових досліджень ринку транспортних послуг, аналізу і використанню цих досліджень для оптимізації маркетингової стратегії підприємств, проектування послуг, запровадження маркетингового підходу до роботи з персоналом та споживачами послуг.
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.  СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.  СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.
Програмні результати навчання	РН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.  РН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички

	<p>підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>РН15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>РН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
--	---

### **ЧОМУ ВАЖЛИВИЙ КУРС**

**Основними завданнями** вивчення дисципліни «Маркетинг транспортних послуг» є формування новітнього економічного мислення, що базується на принципах сучасної концепції маркетингу, адекватного сучасному стану розвитку ринку, перспективного бачення розвитку пріоритетних напрямів національної економіки, виявлення існуючих потреб споживачів послуг, їх задоволення, а також забезпечення виконання місій підприємства на ринку. Під час вивчення курсу студенти зможуть вивчити:

-основні поняття маркетингу транспортних послуг;

- класифікацію, проектування, стандарти якості послуг;

- проводити маркетингові дослідження ринку транспортних послуг використовуючи розглянуті в науковій дисципліні методи.

Студенти зможуть:

- аналізувати результати досліджень, використовувати їх для оптимізації маркетингової стратегії підприємств сфери транспортних послуг;

- розробляти маркетингову стратегію розвитку для підприємств транспортної сфери.

### **ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ТЕМАМИ**

**Змістовий модуль 1 «Сутність та основні риси послуг, ринку послуг та маркетингу послуг».**

#### **Тема 1. Теоретичні основи маркетингу послуг. Особливості сектора послуг**

Вступ у маркетинг послуг. Розвиток сфери послуг в Україні. Характеристика сфери послуг Проблеми, характерні для підприємств сфери послуг. Міжнародні наукові школи маркетингу послуг. Модель Д. Ратмела. Модель П. Ейгліс і Е. Ланггарда "SERVUCTION". Модель К. Гренроса. Модель М. Бітнер "7 P".

#### **Тема 2. Споживачі послуг основні моделі оцінки і поведінки споживачів.**

Модель якості послуг (Теорія дір або модель розривів). Модель контекстуальних детермінант і аморфних каналів зв'язку. Етапи поведінки споживачів послуг. Модель "простота-складність оцінки". Модель поведінки споживачів послуг "Прийнятний - бажаний рівень якості послуги". Модель поведінки споживачів послуг "Сприйняття - задоволення". Лояльність споживачів

### **Тема 3. Класифікація, поняття, проектування, стандарти якості надання послуг.**

Поняття послуги. Основні типи послуг. Методи класифікації і аналізу послуг. Матриця сегментації послуг. Найбільш поширені зарубіжні і вітчизняні класифікації послуг. Характеристики послуг, порівняння з товарними характеристиками. Характерні проблеми для підприємств сфери послуг. Стандарти якості послуг. Проектування послуг. Контактний персонал.

### **Тема 4. Комплекс маркетингу сервісного підприємства. Ринок послуг**

Товарна політика у сфері послуг. Асортиментна політика. Товарні стратегії. Інноваційна товарна політика. Види послуг-новинок. Співвідношення життєвих циклів. Цілі фірми. Аналіз попиту на послуги. Витрати виробництва послуг. Ціни конкурентів. Методи ціноутворення. Просування послуг. Розташування сервісного підприємства.

## **Змістовий модуль 2 « Особливості маркетингу транспортних послуг»**

### **Тема 5. Попит у сфері транспортних послуг та особливості маркетингових комунікацій.**

Складові зміни попиту. Приведення в рівновагу попиту на послуги підприємства і його фізичних можливостей. Адаптація можливостей підприємства. Стимулювання попиту в маркетингу послуг. Особливості маркетингових комунікацій у сфері послуг. Структура комунікацій в маркетингу послуг.

### **Тема 6. Управління маркетингом послуг**

Типи маркетингових досліджень. Дослідження ключових контактів. Маркетинг стосунків. Сегментація в маркетингу. Стратегія формування лояльних стосунків. Причини відмови від повторного обслуговування, падіння лояльності і відходу клієнта. Стратегія відновлення обслуговування. Гарантії у сфері транспортних послуг.

### **Тема 7. Планування маркетингу та організація надання конкурентоспроможних послуг у транспортній сфері**

Планування маркетингу у сфері транспортних послуг. Структура планів маркетингу. Орієнтовний зміст плану маркетингу послуги. Розробка бюджету маркетингу послуг. Метод поточних витрат. Метод конкурентного паритету. Метод відсотка від товарообігу (прибутку). Цільовий метод. Управління сервісними продуктами. Управління попитом на послуги. Управління якістю послуг. Управління скаргами споживачів. Аналіз та контроль рівня виконання послуги.

**Практичні заняття** курсу передбачають проведення практичних занять, розв'язання задач, виступи та презентації з тематики дисципліни.

### ОЦІНЮВАННЯ

Форми поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль – 80 балів Підсумковий контроль – (іспит) – 20 балів
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	
Підсумкові бали з навчальної дисципліни визначаються як сума балів, отриманих здобувачем протягом семестру та балів, набраних на підсумковому контролі (іспит).	
Підсумкові бали = навчальної дисципліни	Загальна кількість балів (перед підсумковим контролем) + Кількість балів за підсумковим контролем

#### Відвідування лекцій:

За відвідування кожної лекції нараховується 1 бал. Максимальна сума становить 10 балів.

#### Практичні заняття:

Оцінюються за виконанням аналітичних досліджень, розрахункових та інших завдань та активністю здобувачів вищої освіти на заняттях, їх відповідями, доповідями та ступенем залученості у дискусії (до 12 балів за практичну роботу в цілому, 6 бали за практичне заняття). Максимальна сума становить 60 балів.

#### Самостійна робота

Написання та захист на практичному занятті реферату (тематика погоджується із викладачем курсу) у вигляді доповіді та/або презентації оцінюються до 10 балів.

Додаткові бали до поточного контролю здобувач освіти може отримати, пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни та пройшовши процедуру визнання згідно [Положення про визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здобувачами вищої освіти ДУІТ](#).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS			
Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно («зараховано»)	A	«Відмінно» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні в повному обсязі, відмінна робота без помилок або з однією незначною помилкою.
82-89	Добре («зараховано»)	B	«Дуже добре» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні, якість виконання більшості з них оцінено числом балів, близьким до максимального, робота з двома – трьома незначними помилками
75-81		C	«Добре» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні, якість виконання жодного з них не оцінено мінімальним числом балів, деякі види завдань

			виконані з помилками, робота з декількома незначними помилками, або з однією – двома значними помилками
64-74	Задовільно («зараховано»)	D	«Задовільно» - теоретичний зміст курсу освоєний не повністю, але прогалини не носять істотного характеру, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано, деякі з виконаних завдань, містять помилки, робота з трьома значними помилками
60-63		E	«Достатньо» - теоретичний зміст курсу освоєний частково, деякі практичні навички роботи не сформовані, частина передбачених програмою навчання навчальних завдань не виконані, або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до мінімального, робота, що задовольняє мінімум критеріїв оцінки
35-59	Незадовільно («не зараховано»)	FX	«Умовно незадовільно» теоретичний зміст курсу освоєний частково, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених програм навчання, навчальних завдань не виконано, або якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до мінімального; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання), робота що потребує доробки
1-34		F	«Безумовно незадовільно» теоретичний зміст курсу не освоєно, необхідні практичні навички роботи не сформовані, всі виконані навчальні завдання містять грубі помилки, додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не приведе до значимого підвищення якості виконання навчальних завдань, робота, що потребує повної переробки

## ІНФОРМАЦІЙНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Методичне забезпечення:

1. Робоча програма навчальної дисципліни.
2. Силабус навчальної дисципліни.
3. Конспект лекцій
4. Посилання на Google Classroom Маркетинг транспортних послуг
5. [Електронні ресурси бібліотеки ДУІТ.](#)

## Список рекомендованої літератури

1. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л.О.Іванова, Б. Б.Семак, О. М. Вовчанська. – Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 508с.
2. Ткаченко Л.В. Маркетинг послуг: Підручник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 192 с.

## Додаткова інформація

Детальнішу інформацію щодо методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи та повного списку літератури наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни

## Щодо академічної доброчесності

Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів ДУІТ:

[Кодекс академічної доброчесності Державного університету інфраструктури та технологій](#)

[Положення про систему забезпечення академічної доброчесності у Державному університеті та технологій](#)

[Положення про Комісію з академічної доброчесності у ДУІТ та Комісію з етики та управління конфліктами у сфері академічної доброчесності у ДУІТ](#)

Порушення [Кодексу академічної доброчесності ДУІТ](#) є серйозним порушенням, навіть якщо воно є ненавмисним.

Списування під час контрольних заходів заборонені.

Усі письмові роботи, виконані в електронному вигляді (реферати), перевіряються на наявність плагіату згідно з [Положенням про порядок перевірки навчальних, кваліфікаційних, науково-методичних наукових та інших робіт на наявність ознак академічного плагіату у ДУІТ](#). У випадках виявлення порушення – реагування відповідно до [Кодексу академічної доброчесності ДУІТ](#).

### **Щодо відвідування**

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (хвороба, міжнародне стажування, індивідуальний графік) навчання може відбуватися в онлайн (або змішаній) формі за погодженням із деканом факультету.

### **Неформальна освіта**

Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «[Положенням про визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здобувачами вищої освіти ДУІТ](#)».