



**АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«МАРКЕТИНГОВА СЕРВІСНА ДІЯЛЬНІСТЬ» - дисципліна вільного**  
**вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».**  
**Викладається кафедрою маркетингу**

**1. Мета опанування дисципліни.**

**Мета навчальної дисципліни** – формування у студентів комплексу знань і практичних навиків у сфері надання послуг та проведення сервісної діяльності як елементу маркетингу.

**2. Завдання навчальної дисципліни «Маркетингова сервісна діяльність»:** дослідження сутності, форм і методів організації роботи служб сервісу на товарному ринку; набуття навичок підвищення ефективності діяльності сервісних підрозділів; дослідження характеру сервісних послуг, що надаються на товарному ринку; вивчення основних шляхів вдосконалення сервісу підприємства на ринку.

**3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:**

1. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
2. Здатність працювати в міжнародному контексті.
3. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
5. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.
6. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
7. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
8. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

**4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії**

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетологам для надання практичних вмінь про методи та інструментарій ведення торгово-посередницької діяльності, оцінки ефективності надання сервісних послуг та розробки заходів з її підвищення.

**5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:**

1. Роль сфери послуг в постіндустріальному суспільстві
2. Місце сервісного обслуговування в маркетинговій діяльності підприємства
3. Розробка сервісної політики промислового підприємства
4. Управління якістю сервісних послуг
5. Стандарти обслуговування
6. Основні шляхи вдосконалення сервісу підприємства
7. Служба сервісу та її функції