

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

**МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ ПОСЛУГ**

---

(назва навчальної дисципліни)

**ЗАВДАННЯ**  
для комплексної контрольної роботи  
з навчальної дисципліни  
підготовки докторів філософії  
зі спеціальності **075 «Маркетинг»**  
(шифр і назва спеціальності)

2016 рік

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО:  
кафедрою економіки і маркетингу, протокол № 16 від 20.04.2016р.

РОЗРОБНИКИ: Орлов П.А.  
Рожко В.І.

## 1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

Метою проведення комплексних контрольних робіт (ККР) з навчальної дисципліни «Маркетинг-менеджмент у сфері послуг» є заміри залишкових знань здобувачів

Проведення ККР необхідне в наступних випадках:

- а) проведення самоаналізу ВНЗ (в т.ч. акредитаційного);
- б) проведення самоаналізу спеціальності (в т.ч. акредитаційного);
- в) проведення акредитаційної експертизи;
- г) формування акредитаційної справи.

ККР є обов'язковим елементом комплексу матеріалів навчально-методичного забезпечення навчальної дисципліни, яке входить до складу освітньо-наукової програми підготовки здобувачів ступеня доктора філософії по спеціальності 075 «Маркетинг».

ККР є способом діагностики якості вищої освіти.

До виконання ККР залучаються всі здобувачі спеціальності 075 «Маркетинг» всіх форм навчання, після завершення ними вивчення даної дисципліни. У цих заходах мають прийняти участь не менше 90% спискового складу здобувачів, які перевіряються.

ККР з навчальної дисципліни «Маркетинг-менеджмент у сфері послуг» розробляється у відповідності до програми навчальної дисципліни.

Пакет ККР з навчальної дисципліни «Маркетинг-менеджмент у сфері послуг» включає мінімум 30 варіантів.

Кожен варіант складається з п'яти завдань: 20 тестових завдань, одного стереотипного завдання, двох діагностичних завдань та одного евристичне завдання.

Максимальна кількість балів, яку може отримати здобувач за виконання всіх завдань комплексної контрольної роботи, - 100.

Розподіл балів за виконання кожного завдання ККР наведено у розділі 3.

Тривалість виконання ККР з навчальної дисципліни «Маркетинг-менеджмент у сфері послуг» - 1 год. 20 хвилин.

Пакети ККР розроблено кафедрою економіки і маркетингу.

До складу пакетів ККР входить:

1. Програма навчальної дисципліни.
2. Анотація до комплексної контрольної роботи.
3. Комплексна контрольна робота з дисципліни.
4. Критерії оцінювання виконання завдань комплексної контрольної роботи.
5. Рецензія на комплексну контрольну роботу.
6. Перелік довідкової літератури, використання якої дозволяється при виконанні комплексної контрольної роботи.

Результати виконання ККР з навчальної дисципліни «Маркетинг-менеджмент у сфері послуг» є предметом ретельного аналізу кафедрою

економіки і маркетингу з метою виявлення недоліків у підготовці здобувачів і розробки заходів по їх усуненню.

## 2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ КОМПЛЕКСНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

### 2.1. Зразок ККР

1. Тестові завдання (20 тестових завдань стереотипного рівня) – 20 балів.

1. Особливостями сфери послуг в сучасних умовах господарювання є:

- а) нечутливість до ринкової кон'юнктури;
- б) можливість транспортування послуг;
- в) високий динамізм розвитку;
- г) універсальний характер послуг;
- д) індивідуальність і нестандартність надання послуг.

2. Головними факторами розвитку сфери послуг є:

- а) ріст доходів на душу населення;
- б) науково-технічний прогрес;
- в) автоматизація сільською господарства;
- г) розвиток міжнародної торгівлі послугами;
- д) структурно-технічна перебудова виробництва

3. До економічних функцій сфери послуг відносяться:

- а) створення додаткових матеріальних благ;
- б) відтворення робочої сили;
- в) зниження витрат праці в домашніх господарствах;
- г) забезпечення безпеки держави;
- д) обслуговування матеріального виробництва

4. Додаткові матеріальні блага створюють такі види послуг:

- а) освіта і наука;
- б) транспорт і зв'язок;
- в) побутове обслуговування;
- г) фінанси і страхування;
- д) усі види послуг.

5. Розподільчо-обмінний сектор сфери послуг включає:

- а) транспорт і зв'язок;
- б) торгівлю і фінанси;
- в) науку і освіту;
- г) управління і страхування;
- д) охорону здоров'я і безпеку держави.

6. Послуга - це...

- а) результат діяльності сервісного підприємства;
- б) невидимий товар;
- в) те, що можна купити, але не можна відчувати;
- г) користь, що надається у формі діяльності;

- д) усі відповіді вірні;
  - е) усі відповіді невірні.
7. Особливість послуги, що полягає в коливання її якості це:
- а) невідривність виробництва і споживання;
  - б) невідчутність;
  - в) мінливість;
  - г) неможливість зберігання;
  - д) індивідуальність.
8. Стандарти обслуговування розробляють для:
- а) збільшення відчутності послуг;
  - б) можливості їх збереження і транспортування;
  - в) зменшення мінливості послуг;
  - г) підвищення ефективності управління ними;
  - д) можливості відділення виробництва і споживання послуг.
9. Головними елементами системи сервісного підприємства є:
- а) покупець, продавець, система надання і фізичне оточення;
  - б) клієнт, сервісний службовець і система надання;
  - в) клієнт, система надання, обслуговуючий персонал і політика фірми;
  - г) покупець, продавець, культура обслуговування;
  - д) жодна відповідь невірна
10. До позитивних чинників розвитку сфери послуг України можна віднести:
- а) появу на українському ринку іноземних конкурентів;
  - б) нормативно-правову базу, що регулює діяльність сфери послуг;
  - в) зміцнення малого і середнього бізнесу;
  - г) невисокий рівень конкуренції;
  - д) рівень життя населення.
11. Класифікація послуг необхідна для того, щоб:
- а) визначити найбільш важливі характеристики послуг;
  - б) поліпшити розуміння послуги, як економічної категорії;
  - в) з'ясувати в якій мірі виділені характеристики, властиві іншим класам;
  - г) усі відповіді вірні.
12. До відчутних послуг спрямованих на матеріальне майно клієнта можна віднести:
- а) охорону здоров'я, салони краси і перукарні;
  - б) ремонт техніки, охорону, хімчистки і пральні;
  - в) освіту, теле-, радіозв'язок та інформаційні послуги;
  - д) юридичні і консультативні послуги.
13. До виробничих послуг можна віднести:
- а) торговельні, транспортні і послуги зв'язку;
  - б) банківські, фінансові і страхові;
  - в) лізинг, інжиніринг і технічне обслуговування устаткування;
  - д) жодна з груп не є виробничими послугами.

14. Мериторні послуги - це ті, що:

- а) купуються на конкурентному ринку;
- б) є корисними, але неусвідомленими споживачем, тому надаються безкоштовно;
- в) регламентуються нормами права, вказівками посадових осіб.

15. Експертні, управлінські, маркетингові послуги входять у групу:

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

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

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

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

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

18. Послуги агента, котрий представив інтереси клієнта на біржі (митниці, страховій компанії) мають назву:

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

19. Стрімкий розвиток сфери послуг було визвано:

- а) підвищенням життєвого рівня населення;
- б) впливом науково-технічного прогресу;
- в) глобалізацією бізнесу;
- г) усім вище зазначеним.

20. За рівнем насиченості ринок послуг класифікується на:

- а) локальний, національний, регіональний, світовий;
- б) вільний, монопольний, державно-регульований;
- в) рівноважний, дефіцитний, надлишковий;
- г) потенційний, реальний, освоєний.

Завдання 1. (Стереотипне завдання)

Визначте ціну реалізації побутової послуги (ремонт теле-, радіо-апаратури) 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 враховує суму єдиною податку за ставкою 6%, становить 1,064.

### Завдання 2. (Діагностичне завдання)

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

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

Для розв'язання завдання слід використовувати загальний підхід до класифікації послуг, а саме - на кого (на що) спрямовані послуги та їх характер: матеріальні (відчутні) або нематеріальні (невідчутні). Результати оформіть у вигляді таблиці (табл. 1).

Таблиця 1

### Вихідні дані

Основні класи послуг	Види послуг	Сфера послуг
1	2	3
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 мисленні споживача		
Нематеріальні послуги, невідчутні дії яких спрямовані на активи		

### Завдання 3. (Діагностичне завдання)

В одному з районів обласного центру функціонує понад 35 підприємств різних форм власності, основною діяльністю яких є надання таких платних послуг фізичним і юридичним особам: послуги з ремонту і реставрації будівель, транспортні перевезення вантажів, консалтингові послуги, технічний захист інформації, туристично-екскурсійні послуги, аудиторські послуги, франчайзинг, фінансово-кредитні послуги, косметологічні послуги, освітні послуги, житлово-комунальні послуги, охоронні послуги, експертні послуги, стоматологічні послуги, хімчистка, рекламні послуги, будівельні послуги, ритуальні послуги, послуги з працевлаштування, банківські послуги, юридичні послуги, консигнаційні, пасажирські перевезення, рекламні послуги.

Завдання: Розробіть матрицю сегментації послуг. На основі позиціонування послуг на ринку запропонуйте нові їх види. Фактори сегментації послуг можуть бути комбінованими, тому матриця послуг має вигляд таблиці (табл. 2), в якій функціонують послуги споживачів.

Таблиця 2

### Вихідні дані

Споживачі	Послуги	
	Ділові послуги	Особисті послуги
Тільки послуга		
Послуга, що збільшує цінність будь-чого матеріального		
Послуга, яка створює будь-що матеріальне		

#### Завдання 4. (Евристичне завдання)

Підприємство, що займається торгівлею туристичними товарами, підприємство-виробник спортивно-туристичного інвентарю та приватний будинок відпочинку вирішили створити туристичну фірму (приватне акціонерне товариство). Основний вид діяльності – туристичні послуги, додатковий – забезпечення спортивно-туристичним інвентарем, одягом, роздрібна торгівля, прокат тощо. Інвестований засновниками капітал становив 142, 0 тис. грн. Після першого року функціонування новостворене ПАТ досягло таких результатів: чистий прибуток від основної діяльності – 29,6 тис. грн., чистий прибуток від додаткової діяльності – 6,9 тис. грн., амортизаційні відрахування – 25,0 тис. грн.

Необхідно розрахувати рентабельність ПАТ, визначити термін окупності інвестицій ( $T_o$ ) у ПАТ та обґрунтувати доцільність його створення, а також скласти перелік платних додаткових послуг, які б забезпечили збільшення чистого прибутку, підвищення рентабельності функціонування підприємства на ринку послуг.

### 2.2. Перелік завдань, які включено до складу ККР

Комплексна контрольна робота складається з тестових та практичних завдань двох рівнів складності:

тестові завдання - 20 тестів оцінка за якими складає 1 бал за кожну вірну відповідь;

одного стереотипного завдання, максимальна оцінка за якими складає по 15 балів за кожне вирішене завдання;

двох діагностичних завдань, максимальна оцінка за якими складає по 20 балів за кожне вирішене завдання;

одного евристичне завдання, максимальна оцінка за вирішення якого складає 25 балів.



Підсумкова оцінка ККР складається з суми балів за вирішення всіх завдань, округленої до цілого числа за правилами математики. Тестові завдання та стереотипне завдання оцінюють базові компетентності, якими повинні оволоділи здобувачи.

Діагностичні та евристичне завдання оцінюють професійні компетентності та відповідні їм уміння, якими володіє здобувач. Евристичне завдання, крім того оцінює вміння здобувача грамотно провести аналіз вирішеного завдання, зробити вірні висновки і дати рекомендації.

### 3. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ КОМПЛЕКСНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Виконання кожного завдання комплексної контрольної роботи оцінюється відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

#### 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		

Розподіл балів за виконання завдань комплексної контрольної роботи наведено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

#### Розподіл балів за завданнями для комплексних контрольних робіт

Завдання ККР (у кожному варіанті)	Комплексна контрольна робота					Сума балів
	ЗККР1	ЗККР2	ЗККР3	ЗККР4	ЗККР5	
Максимальна кількість балів	20	15	20	20	25	100

ЗККР – завдання для комплексної контрольної роботи.

Оцінювання результатів комплексної контрольної роботи тестів, рішення стереотипного, діагностичних та евристичних завдань здійснюється за наступними критеріями (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

### Критерії оцінювання ККР

№ завдання	Бал	Критерії оцінювання
20 тестових завдань	0	За не вірну відповідь
	1	За вірну відповідь
1 стереотипне завдання	0	завдання не вирішено
	5	Допущені значні помилки, або виконане тільки частини завдання
	10	Завдання повністю виконано, без помилок з позначенням одиниць вимірювання. Має місце невірна трактовка показників або невірні висновки
	15	Завдання виконано повністю, без помилок з позначенням одиниць вимірювання. Висновки обґрунтовані, відповідають суті завдання.
2 діагностичне завдання	0	завдання не вирішено
	5	Допущені помилки в розрахунках, наведена невірна трактовка показників або невірні висновки
	10	Завдання виконано неповністю, не вказано одиниці вимірювання
	15	Завдання повністю виконано, без помилок з позначенням одиниць вимірювання. Має місце невірна трактовка показників або невірні висновки
	20	Завдання виконано повністю, без помилок з позначенням одиниць вимірювання. Висновки обґрунтовані, відповідають суті завдання.
1 евристичне завдання	0	завдання не вирішено
	5	Завдання частково виконано, наведені вірні формули, але допущені помилки в розрахунках, не вказані одиниці вимірювання, дані невірні висновки, відсутній обґрунтований аналіз отриманих результатів
	10	Завдання виконано, наведені вірні формули, розрахунки вірні, але не вказані одиниці вимірювання, дані невірні висновки, відсутній обґрунтований аналіз отриманих результатів
	15	Завдання виконано, наведені вірні формули, розкрита сутність їх складових, вказані одиниці вимірювання, але висновки відсутні, або недостатньо обґрунтовані
	20	Завдання виконано, наведені вірні формули, розкрита сутність їх складових, вказані одиниці вимірювання, але висновки недостатньо обґрунтовані
	25	Завдання виконано, всі умови відповідають вимогам, є обґрунтований висновок щодо впровадження запропонованих рекомендацій відносно стратегії розвитку підприємства

Оцінки за цією шкалою заносяться до відомостей зрізу залишкових знань здобувачів та іншої академічної документації.

#### **4. РЕЦЕНЗІЯ НА КОМПЛЕКСНУ КОНТРОЛЬНУ РОБОТУ**

з навчальної дисципліни „Маркетинг-менеджмент у сфері послуг”, яка розроблена кандидатом економічних наук, доцентом Рожко В. І.

Навчальна дисципліна „Маркетинг-менеджмент у сфері послуг” дозволяє сформуванню у здобувачів компетентності щодо управлінської діяльності та практичні навички застосування їх в сфері послуг.

До складу пакетів комплексної контрольної роботи входить: програма навчальної дисципліни, анотація до комплексної контрольної роботи, комплексна контрольна робота з дисципліни, критерії оцінювання виконання завдань комплексної контрольної роботи. Перелік довідкової літератури, використання якої дозволяється при виконанні комплексної контрольної роботи.

Комплексна контрольна робота складається з тестових та практичних завдань двох рівнів складності: тестові завдання - 20 тестів оцінка за якими складає 1 бал за кожну вірну відповідь; одного стереотипного завдання, максимальна оцінка за якими складає по 15 балів за кожне вирішене завдання; двох діагностичних завдань, максимальна оцінка за якими складає по 20 балів за кожне вирішене завдання; одного евристичне завдання, максимальна оцінка за вирішення якого складає 25 балів.

Підсумкова оцінка ККР складається з суми балів за вирішення всіх завдань, округленої до цілого числа за правилами математики. Тестові завдання та стереотипне завдання оцінюють базові компетентності, якими повинні оволоділи здобувачі.

Діагностичні та евристичне завдання оцінюють професійні компетентності та відповідні їм уміння, якими володіє здобувач. Евристичне завдання, крім того оцінює вміння здобувача грамотно провести аналіз вирішеного завдання, зробити вірні висновки і дати рекомендації.

Представлена комплексна контрольна робота з навчальної дисципліни „Маркетинг-менеджмент у сфері послуг”, яка розроблена кандидатом економічних наук, доцентом Рожко В.І., є навчально-методичною роботою, яка виконана на достатньо високому науковому та методичному рівні. Комплексна контрольна робота може бути рекомендована до використання у навчальному процесі підготовки докторів філософії зі спеціальності 075 «Маркетинг».

## 5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### 5.1. Основна

- ...
1. Заславська, К. А. Менеджмент підприємств малого бізнесу [Текст] : навч. посіб. / Харківський національний економічний університет. – Х. : ХНЕУ, 2011. – 199 с.
  2. Ламбен, Ж. -Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг [Текст] : пер. с англ. / пер. под ред. В.Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2004. – 796 с.
  3. Мироненко, М. А. Менеджмент ощадливого виробництва [Текст] : навч. посіб. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Дніпропетровськ : Пороги, 2011. – 399 с. – ( іл.). – 978-617-518-165-2. – Бібліогр.: с. 390-394.
  4. Нечаюк, Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 346 с.
  5. Немцов, В. Д. Менеджмент організацій [Текст] : навч. посіб. – К. : ЕксОб, 2001. – 388 с
  6. Сорокина, М. В. Менеджмент торгового предприятия [Текст]. – СПб. : Питер, 2003. – 528 с. – ( ил.). – Серия "Теория и практика менеджмента".

### 5.2. Додаткова

7. Пол Милгром, Джон Робертс. Экономика, организация и менеджмент. Том 1,2 / Пер.с англ. Издательство ГУ-ВШЭ, 2011, 468 с. (516с.)
8. Харринг Дж. Бенчмаркинг в лучшем виде//СПб.:Питер, 2011.-176с.
9. Эллиот Тр., Герберт Г. Интегрированные бизнес-системы Экспресс-курс // М.:Файр-пресс, 2010. -272с.
10. Ари Де Гиус Живая компания: рост, научение и долгожительство в деловой среде. // СПб.:Стокгольмская школа экономики, 2011. - 222с.
11. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры.- СПб, 2007
12. . Jacobs R.W. Real Time Strategic Change. San Francisco: Berrett-Koehler, 2006.

### 5.3. Ресурси Інтернет

13. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://www.nbuv.gov.ua/>
14. Офіційний сайт Харківської державної наукової бібліотеки ім. В.Г. Короленко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://korolenko.kharko>