

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
дисципліни
“МАРКЕТИНГ МУНІЦИПАЛЬНИХ ПОСЛУГ”
(для бакалаврів)

Київ
ДП «Видавничий дім «Персонал»
2011

МАУП

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

“Маркетинг муніципальних послуг” — одна з дисциплін, що належить до тих, які створюють основну базу знань, необхідну для ефективної підготовки фахівців з менеджменту організацій, у сфері організації місцевого самоврядування, а також державного управління, роботі в громадських організаціях.

У зв'язку з цим у програмі міститься як теоретичний матеріал, так і специфіка застосування маркетингових досліджень і методик на практиці.

У ході вивчення дисципліни “Маркетинг муніципальних послуг” студенти знайомляться з особливостями становлення та розвитку сфери послуг в економіці України та зарубіжних країн, з основними поняттями маркетингу послуг, розглядають головні види муніципальних послуг. Вивчаються методи маркетингового дослідження муніципальних послуг, діяльності муніципального підприємства і вибір маркетингових стратегій.

Особливе місце у цій дисципліні займають маркетингові дослідження муніципальних послуг, наданих підприємствами комунального господарства (міським пасажирським транспортом, житлово-комунального господарства, громадського харчування, роздрібною торгівлі, побутовими підприємствами), та муніципальними установами і організаціями (закладами освіти, охорони здоров'я, соціального захисту населення, управлінських послуг органами місцевого самоврядування та ін.).

Отже, програма навчальної дисципліни “Маркетинг муніципальних послуг” спрямована на те, щоб дати студентам, які навчаються за спеціалізаціями “Менеджмент організацій місцевого самоврядування”, “Менеджмент регіонального і державного управління”, “Соціологія місцевого самоврядування і державного управління”, знання теоретичних основ маркетингу та основ практичного застосування маркетингових досліджень як у практичній роботі, так і в наукових дослідженнях.

Дисципліна “Маркетинг муніципальних послуг” викладатиметься з урахуванням найсучасніших інтерактивних методик.

Підготовлено доцентом кафедри організації самоврядування *В. В. Утвенком*

Затверджено на засіданні кафедри організації самоврядування (протокол № 7 від 27.02.09)

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом

Утвенко В. В. Навчальна програма дисципліни “Маркетинг муніципальних послуг” (для бакалаврів). — К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2011. — 20 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, тематичний план, зміст дисципліни “Маркетинг муніципальних послуг”, вказівки до виконання контрольної роботи, теми контрольних робіт, питання для самоконтролю, а також список літератури.

- © Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2011
- © ДП «Видавничий дім «Персонал», 2011

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
дисципліни
“МАРКЕТИНГ МУНІЦИПАЛЬНИХ ПОСЛУГ”

№ пор.	Назва змістового модуля і теми
	Змістовий модуль I. Особливості становлення та розвитку маркетингових досліджень у сфері послуг
1	Основні поняття маркетингу муніципальних послуг
2	Методи маркетингового дослідження муніципальних послуг
3	Дослідження діяльності муніципального підприємства та вибір маркетингових стратегій
	Змістовий модуль II. Маркетингові дослідження муніципальних послуг, наданих підприємствами комунального господарства
4	Маркетинг транспортних послуг
5	Маркетинг у сфері надання житлово-комунальних послуг
6	Маркетинг послуг у галузі громадського харчування та роздрібно торгівлі
7	Маркетинг побутових послуг і сервісу складнотехнічних товарів
8	Маркетинг у сфері туризму та муніципальних готельних послуг
	Змістовий модуль III. Маркетинг послуг, наданих муніципальними закладами
9	Маркетинг послуг, наданих фізичним та юридичним особам органами місцевого самоврядування
10	Маркетинг на ринку освітніх послуг
11	Маркетинг послуг у сфері охорони здоров'я
12	Маркетинг послуг у сфері соціального захисту населення
13	Маркетинг у консалтингу
Разом годин: 108	

ЗМІСТ
дисципліни
“МАРКЕТИНГ МУНІЦИПАЛЬНИХ ПОСЛУГ”

Змістовий модуль I. Особливості становлення та розвитку маркетингових досліджень у сфері послуг

Тема 1. Основні поняття маркетингу муніципальних послуг

Поняття “маркетинг”. Роль маркетингу в управлінні сучасною фірмою. Хронологія виникнення маркетингу. Еволюція концепції маркетингової тенденції сучасного розвитку. Основні концепції управління маркетингом. Визначення послуги. Особливості сфери послуг. Ринок послуг та специфіка його формування. Характеристики послуг та їх класифікації. Просування послуги. Ціна (тариф). Управління сферою послуг на сучасному етапі розвитку України. Особливості управління якістю обслуговування. Маркетинг у сфері послуг і специфіка формування послуг в умовах ринкової економіки. Становлення маркетингу послуг. Специфіка маркетингу послуг. Поняття “муніципальні послуги”. Види муніципальних послуг. Законодавче забезпечення муніципальних послуг.

Література [4; 8; 10; 12; 13; 17; 21–23; 25; 26]

Тема 2. Методи маркетингового дослідження муніципальних послуг

Класифікація методів дослідження муніципальних послуг. Принципи, функції та концепції маркетингу муніципальних послуг. Основні методи дослідження ринку послуг. Маркетингові дослідження на ринку муніципальних послуг. Маркетингова інформація маркетингових досліджень. Сегментація ринку послуг. Рівні сегментації ринку муніципальних послуг. Аналіз конкурентного середовища. Методи прогнозування попиту на послуги. Планування маркетингу в сфері послуг. Формування опитування та комплексна оцінка послуг.

Література [4; 8; 10; 11; 14; 15; 17; 21–23]

Тема 3. Дослідження діяльності муніципального підприємства та вибір маркетингових стратегій

Поняття “маркетингова стратегія підприємства”. Місія, цілі та маркетингові стратегії муніципального підприємства. Стратегії муні-

ципальних підприємств на різних стадіях життєвого циклу послуги. Вибір конкурентних стратегій за матрицею “зростання – частка ринку”. Концепція масштабного надання муніципальних послуг і стратегії щодо їх прибутковості. Стратегії муніципального підприємства щодо збільшення виручки. Бренд-стратегії муніципального підприємства.

Література [5; 10; 12; 13; 16; 18; 20; 24–26]

Змістовий модуль II. Маркетингові дослідження муніципальних послуг, наданих підприємствами комунального господарства

Тема 4. Маркетинг транспортних послуг

Особливості послуг, наданих міським пасажирським транспортом. Маркетингова діяльність транспортного підприємства. Основні напрями державної політики у галузі міського транспорту та управління діяльністю транспорту. Умови ефективного функціонування транспортного підприємства. Основні напрями дослідження ринку транспорту. Методи визначення пасажиропотоків на міському пасажирському транспорті. Визначення пасажирообігу зупинок і завантаженість перегонів з годинами, пасажирів.

Література [18; 21; 22; 27; 28]

Тема 5. Маркетинг у сфері надання житлово-комунальних послуг

Житлово-комунальні послуги у системі муніципальних послуг. Суспільно-економічне значення та тенденції розвитку житлово-комунальної сфери. Проблеми неефективності функціонування житлово-комунального господарства. Концепція маркетингу та ринкова орієнтація підприємств житлово-комунального господарства. Цілі, об'єкти та методики маркетингових досліджень. Маркетингове планування на підприємствах житлово-комунального господарства. Дослідження якості надання житлово-комунальних послуг муніципальними підприємствами. Проблема підвищення тарифів на житлово-комунальні послуги. Ціноутворюючі механізми у житлово-комунальній сфері. Роль державного контролю над цінами і тарифами на житлово-комунальні послуги. Проблеми реформування житлово-комунального господарства у сучасній Україні. Запровадження

енерго- та ресурсозберігаючих технологій у житлово-комунальне господарство. Об'єднання співвласників багатоквартирних будинків як альтернатива монополії муніципальних підприємств на житлово-комунальні послуги.

Література [3; 20; 24; 31; 33; 36; 43; 44; 48; 50]

Тема 6. Маркетинг послуг у галузі громадського харчування та роздрібно́ї торгівлі

Основні показники підприємств громадського харчування. Структура товарообороту підприємств громадського харчування. Прогнозування попиту на продукцію та послуги підприємства громадського харчування. Розрахунок прогнозу обідньої продукції ресторану на наступний рік. Розрахунок випуску обідньої продукції ресторану по кварталах на наступний рік. Стратегії ціноутворення на продукцію і послуги комунального підприємства громадського харчування. Розрахунок рівня валового доходу комунального підприємства громадського харчування. Діяльність комунальних підприємств роздрібно́ї торгівлі на українському ринку. Основні маркетингові фактори успіху діяльності підприємств роздрібно́ї торгівлі. Маркетингові рішення роздрібних торговельних підприємств. Особливості просування послуг підприємств роздрібно́ї торгівлі. Додаткові послуги, що надаються муніципальними магазинами з повним циклом обслуговування. Оцінювання і прогнозування попиту в роздрібній торгівлі. Оцінювання якості торговельного обслуговування споживачів. Основні показники якості торговельного обслуговування. Елементи витрат часу покупців на очікування обслуговування та точки відліку для визначення їх тривалості.

Література [8; 21; 22; 39; 40]

Тема 7. Маркетинг побутових послуг і сервісу складнотехнічних товарів

Особливості побутового обслуговування. Види муніципальних побутових послуг. Фактори впливу на обсяг і структуру побутових послуг. Порядок надання побутових послуг населенню в Україні. Аналіз і прогнозування попиту населення на побутові послуги. Поняття складнотехнічних товарів. Складові елементи обов'язкових послуг комунального підприємства, що реалізує складнотехнічні товари населенню.

Література [10; 18; 21; 22]

Тема 8. Маркетинг у сфері туризму та муніципальних готельних послуг

Терміни туристичної діяльності. Структура міського туристичного ринку. Маркетингові дослідження туристичного ринку на території муніципалітетів. Місткість туристичного ринку. Особливості сегментації туристичного ринку. Поняття і показники готельного господарства. Особливості розвитку готельних послуг в Україні. Заходи маркетингового спрямування у сфері готельного господарства. Стратегії ціноутворення на ринку гостинності. Варіанти зниження цін на готельні послуги.

Література [5–7; 10; 19; 22; 37]

Змістовий модуль III. Маркетинг послуг, наданих муніципальними закладами

Тема 9. Маркетинг послуг, наданих фізичним та юридичним особам органами місцевого самоврядування

Сутність та основні ознаки управлінських послуг. Основні види муніципальних управлінських послуг. Теоретико-методологічні засади надання управлінських послуг органами місцевого самоврядування. Організаційно-правові засади надання управлінських послуг населенню з боку органів місцевого самоврядування. Недостатність сервісної організації органів місцевого самоврядування у наданні управлінських послуг. Сегментація ринку муніципальних управлінських послуг. Перспективи розвитку надання муніципальних управлінських послуг населенню.

Література [17; 24; 27; 35; 51]

Тема 10. Маркетинг на ринку освітніх послуг

Визначення маркетингу муніципальних освітніх послуг. Природа та характеристика ринку освітніх послуг. Економічна сутність ринку освітніх послуг. Маркетинг і функціональне управління муніципальним навчальним закладом. Організаційний план розвитку навчальних закладів. Оцінювання стану і прогноз розвитку ринку муніципальних освітніх послуг. Дослідження та сегментація ринку освітніх послуг. Розробка маркетингової стратегії для навчального закладу. Аналіз освітніх послуг. Питання впровадження та якості муніципальних послуг у галузі освіти. Стратегія і методи просування

муніципальних освітніх послуг. Особливості управління маркетингом освітніх послуг. Становлення маркетингового середовища ринку освітніх послуг на регіональному рівні. Маркетинг послуг у системі загальної та професійної середньої освіти. Особливості становлення маркетингу послуг у системі вищої освіти. Вищі навчальні заклади на ринках праці та освітніх послуг.

Література [2; 9; 15; 16; 29; 30; 34; 35; 38; 41; 42; 45; 47; 52]

Тема 11. Маркетинг послуг в сфері охорони здоров'я

Проблеми розвитку ринку послуг у сфері охорони здоров'я. Особливості становлення маркетингу послуг у галузі охорони здоров'я. Принципи маркетингу в системі охорони здоров'я. Роль муніципальних закладів охорони здоров'я у наданні медичних послуг населенню. Порядок надання платних медичних послуг у муніципальних закладах охорони здоров'я. Лікувально-профілактичні установи як один із виробників муніципальних платних послуг. Планування вартості медичних послуг. Аналіз показників діяльності медичних установ. Особливості просування на ринок муніципальних медичних послуг.

Література [1; 32; 39; 46; 49; 51]

Тема 12. Маркетинг послуг у сфері соціального захисту населення

Сутність соціальних послуг. Види соціальних послуг. Методи оцінювання соціальних послуг. Маркетингові дослідження муніципальних соціальних послуг. Технології оцінювання ефективності соціальних послуг, програм, проектів. Методи збирання інформації щодо оцінювання надання соціальних послуг. Оцінювання ситуації як база для надання соціальних послуг певним категоріям населення. Оцінювання ефективності діяльності міських і районних центрів зайнятості.

Література [4; 6; 17; 28; 44]

Тема 13. Маркетинг у консалтингу

Поняття консалтингових послуг. Сегментація ринку консалтингових послуг в Україні. Інвестиційний консалтинг. Вимоги споживачів до послуг міських консалтингових підприємств. Критерії вибору консалтингового підприємства. Сфера управлінського консультування. Цінова політика на ринку консалтингових послуг. Етапи ти-

пової моделі консультування. Перспективи розвитку консалтингу в Україні.

Література [12; 20; 21; 24; 25]

ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Відповідно до навчального плану студенти (слухачі) виконують контрольну роботу. Номер варіанта контрольної роботи студент визначає самостійно за останньою цифрою номера своєї залікової книжки.

Контрольна робота виконується на аркушах паперу формату А4 обсягом не менше ніж 12 сторінок друкованого тексту (Times New Roman, 14). Для чіткого та послідовного викладу матеріалу необхідно скласти план контрольної роботи, який має містити такі структурні частини:

- вступ (обсягом до 2 сторінок), де висвітлюються суть і значення теми;
- основну частину — розкривається зміст питань теми роботи, наводяться зауваження;
- висновки, де підсумовується зібраний матеріал і містяться пропозиції;
- список використаних джерел, на які даються посилання у тексті.

Контрольна робота оформлюється відповідно до методичних вимог: титульна сторінка, де вказується тема роботи, прізвище та ім'я виконавця, його група та навчальний структурний підрозділ (інститут, кафедра), дата виконання, підпис виконавця.

У встановлений термін контрольна робота подається на перевірку на кафедру. До заліку студент допускається, якщо контрольну роботу оцінено позитивно.

У ході написання контрольної роботи студент має використовувати вітчизняні та зарубіжні інформаційні матеріали, самостійно проводити пошук документальної та фактографічної інформації, здійснювати систематизацію та узагальнення даних, виявляти ключові моменти, використовувати електронну пошту та телеконференції, застосовуючи методи пошуку в мережі Інтернет. У випадку необхідності слід проводити реферування документів, формуючи власні погляди на явища, події та процеси, базуючись на знанні граматичних форм.

ТЕМИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

1. Роль маркетингу в управлінні сучасним підприємством.
2. Становлення та специфіка маркетингу послуг.
3. Методи дослідження ринку послуг і прогнозування попиту на послуги.
4. Поняття та види муніципальних послуг, їх законодавче забезпечення.
5. Маркетингові дослідження на ринку муніципальних послуг.
6. Рівні сегментації ринку муніципальних послуг.
7. Принципи, функції та концепції маркетингових досліджень на ринку муніципальних послуг.
8. Маркетингова інформація та її роль у здійсненні маркетингових досліджень.
9. Державна політика у галузі міського транспорту та управлінні діяльністю транспорту.
10. Маркетингова діяльність транспортного підприємства.
11. Суспільно-економічне значення та тенденції розвитку житлово-комунальної сфери.
12. Маркетингове планування на підприємствах житлово-комунального господарства.
13. Стратегії ціноутворення на продукцію і послуги комунального підприємства громадського харчування.
14. Показники діяльності підприємств громадського харчування.
15. Діяльність комунальних підприємств роздрібно-торгівлі на українському ринку.
16. Особливості надання муніципальних побутових послуг населенню в Україні.
17. Оцінювання стану і прогноз розвитку ринку муніципальних освітніх послуг.
18. Маркетинг послуг у системі загальної та професійної середньої освіти.
19. Особливості становлення маркетингу послуг у системі вищої освіти.
20. Роль муніципальних закладів охорони здоров'я у наданні медичних послуг населенню.
21. Порядок надання платних медичних послуг у муніципальних закладах охорони здоров'я.
22. Особливості розвитку готельних послуг в Україні.

23. Маркетингові дослідження туристичного ринку на території муніципалітетів.
24. Цінова політика на ринку консалтингових послуг.
25. Механізми надання та вимірювання управлінських послуг органами місцевого самоврядування.
26. Світовий та вітчизняний досвід визначення ефективності муніципальних управлінських послуг.
27. Маркетинг муніципальних управлінських послуг в Україні та за кордоном: порівняльна характеристика.
28. Механізми оцінювання ефективності надання соціальних послуг різним категоріям населення.
29. Маркетингові дослідження соціальних послуг, наданих районними та міськими соціальними службами.
30. Муніципальні соціальні послуги в Україні та за кордоном: порівняльна характеристика.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Основні поняття сфери послуг. Динаміка розвитку сфери послуг у світі.
2. Роль сфери послуг в економіці України та зарубіжних країн.
3. Проаналізуйте типи послуг і сферу їх надання.
4. Охарактеризуйте типи послуг та їх класифікацію.
5. Висвітліть особливості управління сферою послуг на сучасному етапі розвитку України.
6. Дайте визначення поняття “маркетинг”, “маркетинг послуг”.
7. Покажіть основні етапи становлення маркетингу послуг.
8. Визначення муніципальних послуг та особливості розвитку муніципальних послуг в Україні.
9. Розкрийте сутність муніципальних послуг.
10. Розкрийте сутність маркетингового дослідження муніципальних послуг, його призначення та типи.
11. Охарактеризуйте форми опитування, сфери їх застосування та недоліки.
12. Що таке аналіз конкурентного середовища?
13. Покажіть вплив маркетингової інформації на розвиток маркетингових досліджень.
14. Поясніть принципи цінової стратегії.
15. Що таке тверді тарифи?

16. У чому полягає процес створення місії муніципального підприємства на ринку послуг?
17. Назвіть чотири базові стратегії підприємства для послуги, що надається.
18. Як ви розумієте маркетингову стратегію муніципального підприємства?
19. Назвіть чотири стадії життєвого циклу послуги.
20. Яким чином доходи муніципального підприємства залежать від стадії життєвого циклу послуги? Накресліть графік.
21. Розкрийте сутність змінних і постійних витрат муніципального підприємства, що надає послуги.
22. Перелічіть чотири основні правила реалізації бренд-стратегії.
23. Охарактеризуйте маркетингову діяльність транспортного підприємства.
24. Дайте порівняльну характеристику транспортних послуг, наданих комунальним пасажирським транспортом і приватними транспортними підприємствами.
25. Покажіть основні напрями державної політики в галузі міського пасажирського транспорту.
26. Розкрийте основні напрями дослідження ринку транспортних послуг.
27. Проаналізуйте методи визначення пасажиропотоків на міському пасажирському транспорті.
28. Дайте визначення пасажиропотоків на міському пасажирському транспорті.
29. Дайте визначення пасажирообігу зупинок.
30. Розкрийте причини неефективності функціонування житлово-комунального господарства.
31. Дайте оцінку конкурентноздатності житлово-комунального господарства на ринку комунальних товарів і послуг.
32. Покажіть особливості здійснення рекламних програм на ринку житлово-комунальних послуг.
33. Охарактеризуйте роль житлово-комунального господарства в економіці міст.
34. Проаналізуйте дослідження якості надання житлово-комунальних послуг.
35. Дайте оцінку особливостям державного контролю над цінами і тарифами на житлово-комунальні послуги.
36. Розкрийте основні напрями реформування житлово-комунального господарства у сучасній Україні.

37. Охарактеризуйте державне регулювання цінами в житлово-комунальній сфері.
38. Дайте оцінку проблемі запровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій у житлово-комунальному господарстві.
39. У чому полягають особливості аналізу та прогнозування попиту у сфері громадського харчування?
40. Розкрийте підходи до прогнозування попиту на продукцію та послуги у сфері громадського харчування.
41. Наведіть формулу розрахунку рівня валового доходу комунального підприємства громадського харчування.
42. Назвіть стратегію ціноутворення на продукцію і послуги підприємств громадського харчування.
43. Проаналізуйте основні види послуг, які надають комунальні підприємства роздрібною торгівлі.
44. Охарактеризуйте ключові маркетингові фактори успіху в галузі роздрібною торгівлі.
45. Дайте оцінку впливу асортименту пропонованих товарів на успіх підприємств роздрібною торгівлі.
46. Розкрийте сутність побутового обслуговування населення.
47. Перелічіть основні муніципальні побутові послуги, що надаються населенню в Україні.
48. Назвіть основні фактори, що мають вплив на обсяг і структуру побутових послуг.
49. Охарактеризуйте порядок надання муніципальних побутових послуг населенню України.
50. Визначте сутність поняття складнотехнічних товарів.
51. Назвіть складові елементи обов'язкових послуг підприємства, що реалізує складнотехнічні товари населенню.
52. Охарактеризуйте природу та особливості ринку муніципальних освітніх послуг.
53. Розкрийте сутність ринку муніципальних освітніх послуг.
54. Покажіть основні характеристики ринку муніципальних освітніх послуг.
55. З'ясуйте вимоги до плану маркетингу муніципального навчального закладу.
56. Дайте оцінку ціновій політиці на ринку освітніх послуг.
57. Охарактеризуйте розподіл освітніх послуг та етапи прийняття рішення про місце надання послуг.
58. Дайте визначення ринку послуг професійної освіти.

59. Що таке збалансованість ринку професійних освітніх послуг?
60. Розкрийте особливості проведення маркетингу послуг професійної освіти.
61. Дайте оцінку кон'юктури ринку вищої освіти.
62. Дайте характеристику ринку освітніх послуг у муніципальному вищому навчальному закладі.
63. Виділіть головні принципи маркетингу в системі охорони здоров'я.
64. Покажіть основні проблеми становлення ринку послуг у галузі охорони здоров'я.
65. Дайте визначення лікувально-профілактичним установам.
66. Розкрийте особливості планування вартості медичних послуг.
67. Дайте оцінку платним медичним послугам, які надаються населенню.
68. Висвітліть аналіз показників діяльності муніципальних закладів охорони здоров'я.
69. Визначте терміни туристичної діяльності.
70. Покажіть структуру міського туристичного ринку.
71. Розкрийте особливості маркетингового дослідження на ринку муніципальних туристичних послуг.
72. Визначте поняття "готель", "готельний комплекс", "готельне господарство".
73. Охарактеризуйте особливості становлення муніципальних готельних послуг в Україні.
74. Покажіть стратегію ціноутворення на ринку гостинності.
75. Розкрийте сутність понять "консалтингові послуги", "бізнес-консалтинг".
76. Дайте характеристику сегментації ринку консалтингових послуг в Україні.
77. Покажіть основні групи муніципальних послуг з бізнес-консалтингу.
78. Проаналізуйте вимоги споживачів до послуг міських консалтингових підприємств.
79. Окресліть сферу управлінського консультування.
80. Розкрийте сутність типової моделі процесу консультування.
81. Розкрийте сутність муніципальних управлінських послуг.
82. Охарактеризуйте змістовні ознаки муніципальних управлінських послуг.
83. У чому полягає недостатність сервісної організації органів місцевого самоврядування у наданні управлінських послуг?

84. Які основні види управлінських послуг з боку органів місцевого самоврядування ви знаєте?
85. Визначте основні шляхи підвищення ефективності механізмів надання управлінських послуг органами місцевого самоврядування.
86. Які основні види муніципальних соціальних послуг ви знаєте?
87. Розкрийте механізми оцінювання надання муніципальних соціальних послуг.
88. Покажіть регіональні особливості надання муніципальних соціальних послуг населенню.
89. Яким чином здійснюється просування муніципальних соціальних послуг?
90. Які нормативно-правові акти регулюють надання платних муніципальних соціальних послуг населенню України?

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Закон України “Про освіту” від 23 травня 1991 р. № 1060-XII // ВВР України. — 1991. — № 34. — Ст. 451.
2. Закон України “Про загальну середню освіту” від 13 травня 1999 р. № 651-XIV // ВВР України. — 1999. — № 28. — Ст. 230.
3. Закон України “Про житлово-комунальні послуги” від 21 червня 2004 р. — № 1875-IV // <http://www.rada.gov.ua>; ВВР, 2004, № 47, ст. 514.
4. Деякі аспекти оцінки ефективності надання соціальних послуг різним категоріям клієнтів центрів соціальних служб для сім’ї, дітей та молоді. — К.: Держсоцслужба, 2005. — 124 с.
5. Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга: Пер. с англ. — М.; СПб.; К.: Изд. дом “Вильямс”, 2000. — 688 с.
6. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників. — Краматорськ, 1998. — Вип. 80. Соціальні послуги — 64 с.
7. Дурович А. П. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие для студ. специальности “Экономика и управление социально-культурной сферой”. — Минск: ООО “Новое знание”, 2003. — 496 с.
8. Забалдіна Ю. Б. Маркетинг туристичного підприємства: Навч. посіб. — К., 2002. — 196 с.
9. Исмаев Д. К. Маркетинг и управление качеством гостиничных услуг: Учебное пособие для студентов вузов и учащихся колледжей. — М., 2002. — 94 с.
10. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. — М.; СПб.; К.: Изд. дом “Вильямс”, 1998. — 1056 с.

11. Литвинова Н. П. Маркетинг образовательных услуг. — СПб., 1997. — 108 с.
12. Майдебуря Е. В. Маркетинг услуг. — К.: ВИРА-Р, 2001. — 574 с.
13. Маркетинг / Под ред. акад. А. Н. Романова. — М.: Банки и биржи; Изд. объединение “ЮНИТИ”, 1996. — 560 с.
14. Маркетинг. Принципы та функції: Навч. посіб. / За ред. О. М. Азарян. — К.: НМЦВО МОІН України НВФ “Студцентр”, 2001. — 320 с.
15. Маркетинговий менеджмент / За ред. М. І. Белявцева, В. Н. Воробйова — К., 2006. — 407 с.
16. Маркова В. Д. Маркетинг услуг. — М.: Финансы и статистика, 1996. — 128 с.
17. Мельник А. Ф., Монастирський Г. Л., Дудкіна О. П. Муніципальний менеджмент: Навч. посіб. — К.: Знання, 2006. — 420 с.
18. Новикова І. В. Маркетинг сфери послуг: Навч. посіб. — К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2004. — 72 с.
19. Оболенська Т. Є. Маркетинг освітніх послуг: Вітчизняний та зарубіжний досвід. — К., 2001. — 208 с.
20. Пащук О. В. Маркетинг послуг: Стратегічний підхід: Навч. посіб. — К., 2005. — 560 с.
21. Песоцкая Е. В. Маркетинг услуг / Под ред. акад. Г. Л. Багиева: Учеб. пособие. — СПб.: УЭФ, 1997. — 122 с.
22. Скибінський С. В., Іванова Л. О., Моргул О. Ф. Маркетинг готельних послуг. — Л.: Вид-во Львів. комерційної акад., 2000. — 246 с.
23. Студінський В. А. Маркетинг у житлово-комунальній сфері. — К.; Житомир: ДАЖКХ; Волинь, 2001. — 312 с.
24. Ткаченко Л. В. Маркетинг послуг: Підручник. — Дніпропетровськ, 2002. — 192 с.
25. Шканова О. М. Маркетинг послуг: Навч. посіб. — К.: Кондор, 2003. — 304 с.
26. Щербань В. М. Маркетинг. — К., 2006. — 208 с.
27. Якісні управлінські послуги — головна умова підвищення ефективності довіри населення до органів влади / За ред. Ю. О. Куца, С. В. Краснощорової. — Х.: РІ НАДУ Магістр, 2006. — 192 с.

Додаткова

28. Берданова О. Сучасна практика та проблеми стандартизації соціальних послуг // Управління сучасним містом. — 2004. — № 10–12. — С. 26–31.
29. Борковская В. Г. Ценообразование в жилищном хозяйстве // Жилищное и коммунальное хозяйство. — 2000. — № 6. — С. 18–20.
30. Бугаков В. Маркетинг услуг // Информация и бизнес. — 2003. — № 2. — С. 28–30.

31. *Голубков Е. П.* Маркетинг: Словарь. — М., 1994. — 160 с.
32. *Голубкова Е. Н., Заикин А. А.* Реклама на транспорте // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — № 1. — С. 93–103.
33. *Дехтяренко Ю.* Стратегія розвитку міста: територіально-планувальний аспект // Управління сучасним містом. — 2001. — № 1–3. — С. 86–99.
34. *Джапарова Р. Н.* Маркетинг услуг профессионального образования // Маркетинг. — 2005. — № 4. — С. 55–65.
35. *Долечек В. С.* Надання управлінських послуг населенню органами виконавчої влади України: організаційно-правовий аспект. — Автореф. дис. к. н. д. у. — К., 2005. — 20 с.
36. *Євтушевський В., Бутенко Н.* Маркетинг освітніх послуг у системі вищої освіти України // Вища освіта України. — 2004. — № 3. — С. 49–55.
37. *Завьялов Ф. Н., Коновалова Г. Г., Каплина О. В.* Исследования мнения жителей г. Ярославля о качестве предоставляемых услуг муниципального предприятия “Ярославльводоканал” и их отношения к увеличению тарифов // Маркетинг в России и за рубежом. — 2003. — № 4. — С. 11–23.
38. *Кемалов Р. Ф.* Маркетинговая стратегия в управлении здравоохранением // Экономика здравоохранения. — № 10. — 2005. — С. 23–27.
39. *Корольов В. Ю.* Деякі аспекти регулювання ціноутворення у житлово-комунальному господарстві // Прометей: Регіональний зб. наук. пр. з економіки. — Донецьк, 2005. — Вип. 2. — С. 143–146.
40. *Корчагова Л. А.* Управление маркетингом образовательных услуг // Маркетинг. — 2004. — № 6. — С. 75.
41. *Кратт О.* Методика аналізу кон'юнктури ринку вищої освіти // Економіст. — 2004. — № 3. — С. 69–71.
42. *Лагутін В., Мельник С.* Недореформоване житлово-комунальне господарство: проблеми та перспективи // Економіст. — 2004. — № 4. — С. 54–56.
43. *Маркетинговое планирование в гостинице* // Гостиничный бизнес. — 2000. — № 1. — С. 26–28.
44. *Мартиненко М. В.* Організація управління підприємствами сфери соціальних послуг. — Автореф. дис. ... канд. екон. наук. — Х., 2002. — 18 с.
45. *Микитин Т. М., Шершун М. Х.* Особливості ринку освітніх послуг Рівненської області // Вісн. нац. ун-ту “Львівська політехніка”. Логістика. — 2005. — № 526. — С. 626–630.
46. *Миронова Н. В.* Маркетинг различных типов услуг // Маркетинг в России и за рубежом. — 2003. — № 4. — С. 11–23.
47. *Михайлова Е.* Ключевые маркетинговые факторы успеха в системе розничной торговли // Маркетинг. — 2005. — № 4. — С. 117–125.
48. *Огаренко В.* Особливості управління маркетингом освітніх послуг в університеті // Вісн. Нац. акад. держ. управління при президентові України. — 2004. — № 4. — С. 231–236.
49. *Петруня Ю. С.* Маркетинг на ринку освітніх послуг // Маркетинг в Україні. — 2004. — № 1. — С. 52–55.
50. *Полуянов В. П.* Проблемы рентабельности коммунальных услуг (на примере АТ “Хвиля”) // Економіст. — 1999. — № 1. — С. 58–61.
51. *Поляк О. В.* Механізми надання управлінських послуг органами влади: Автореф. дис. к. н. д. у. — Л., 2006. — 20 с.
52. *Рыбалка А. Т.* Особенности развития конкурентной среды в жилищно-коммунальной сфере и проблемы повышения ее эффективности // Актуальні проблеми економіки. — 2003. — № 9 (27). — С. 141–148.
53. *Сагинова О. В.* Природа и характеристики образовательных услуг // Маркетинг. — 2005. — № 3. — С. 53–63.
54. *Суліменко Л., Крот В.* Особливості планування вартості медичних послуг на прикладі аналізу роботи Черкаської центральної районної лікарні // Вісн. Нац. акад. держ. управління. — 2003. — № 4. — С. 373–379.
55. *Смирная В. М.* Маркетинговые исследования регионального рынка образования // Зб. наук. пр. Східноукр. нац. ун-ту. — Луганськ: Вид-во Східноукр. ун-ту, 2000. — С. 168–169.
56. *Строкань Т. М.* Організаційна роль житлово-комунального господарства міста в забезпеченні його благоустрою // Регіональні перспективи. — 2000. — № 5. — С. 115–117.
57. *Торгунов И. А.* Модель маркетинговой системы медицинских услуг. (Маркетинговая сущность либеральной системы здравоохранения) // Эксклюзивный маркетинг. — 1999. — № 5. — С. 47–83.
58. *Харьковский Б. Т., Бережной О. Н.* Методы переработки бытовых отходов города // Зб. наук. пр. Східноукр. нац. ун-ту. — Луганськ: Вид-во Східноукр. ун-ту, 2000. — С. 104–105.
59. *Шевчук І. Б.* Проблеми розвитку ринку послуг в сфері охорони здоров'я // Соц.-економ. дослідження в перехідний період. — 2004. — Ч. 1. — Вип. 3. — С. 360–369.
60. *Эфендиев А., Кратко И., Латышова Л.* Маркетинговая активность вуза на рынке образовательных услуг и рынке труда // Российский эконом. журн. — 2004. — С. 80–90.

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	3
Тематичний планисципліни “Маркетинг муніципальних послуг”	4
Зміст дисципліни “Маркетинг муніципальних послуг”	5
Вказівки до виконання контрольної роботи	10
Теми контрольних робіт	10
Питання для самоконтролю	12
Список літератури	16

Відповідальний за випуск *А. Д. Вегеренко*
Редактор *Т. К. Валицька*
Комп’ютерне верстання *А. П. Нечипорук*

Зам. № ВКЦ-4555

Формат 60×84/₁₆. Папір офсетний.
Друк ротаційний трафаретний.

Ум. друк. арк. 1,22. Обл.-вид. арк. 0,85. Наклад 30 пр.

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП

ДП «Видавничий дім «Персонал»
03039 Київ-39, просп. Червонозоряний, 119, літ. XX

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб’єктів видавничої справи ДК № 3262 від 26.08.2008*

