**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО**
**«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД «МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»**

МАУП

Кафедра публічного адміністрування

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**
Директор ННІМВСН

_____
А.М.Грись

"27" серпня 2021 р.

Схвалено на засіданні кафедри
Публічного адміністрування
Протокол № 1 від "26" серпня 2021 р.
Завідувач кафедри

_____
І.А. Семенець-Орлова

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

# «СИСТЕМА МУНІЦИПАЛЬНИХ ПОСЛУГ»

спеціальності: **281 Публічне управління та адміністрування**
(шифр і назва спеціальності)

освітнього рівня **бакалавр**
(назва освітнього рівня, ОКР)

освітньої програми: **281 Публічне управління та адміністрування**
(шифр і назва освітньої програми)

Київ МАУП 2021

**Розробник (-и) робочої програми навчальної дисципліни:**
*Семенець-Орлова І.А., доктор наук з державного управління, професор, завідувач кафедри публічного адміністрування*

**Викладач:**
*Утвенко В.В.., кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри публічного адміністрування*

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри публічного адміністрування
(протокол № 1 від "26" серпня 2021 р.)

Схвалено Вченою радою Навчально-наукового інституту міжнародних відносин та соціальних наук
(протокол № 1 від "27" серпня 2021 р.)

Завідувач кафедри _____ Семенець-Орлова І.А.
(підпис)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми (керівником освітньої програми 281 Публічне управління та адміністрування)
(назва освітньої програми)

25.08.2021 р.

Керівник освітньої програми _____ Пивоваров К. В.
(підпис) (ПІБ)

Робочу програму перевірено
25.08.2021 р.

_____ Гуменюк А. В.
(підпис) (ПІБ)

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «____»____ 20___ р., протокол № ___
(підпис) (ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «____»____ 20___ р., протокол № ___
(підпис) (ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «____»____ 20___ р., протокол № ___
(підпис) (ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «____»____ 20___ р., протокол № ___
(підпис) (ПІБ)

1. Опис навчальної дисципліни

| Найменування показників | Характеристика дисципліни за формами навчання | |
|---|---|---|
| | денна | заочна |
| **«Система муніципальних послуг»** | | |
| Курс | 4 | 4 |
| Семестр | 7 | 7 |
| Обсяг кредитів | 4 | 4 |
| Обсяг годин, в тому числі: | 120 | 120 |
| Аудиторні | 50 | 6 |
| Модульний контроль | 3 | |
| Семестровий контроль | - | |
| Самостійна робота | 70 | 114 |
| Форма семестрового контролю | *залік* | *залік* |

**2. Статус дисципліни:** *вибіркова*

**3. Мета та завдання навчальної дисципліни**

Мета вивчення дисципліни — одна з дисциплін, які створюють основну базу знань, необхідну для ефективної підготовки фахівців з муніципального менеджменту, менеджменту організацій з метою їхньої подальшої роботи в органах місцевого самоврядування, а також на керівних посадах в громадських організаціях, муніципальних установах та закладах. Підготовка фахівців у сфері муніципального менеджменту має на меті дати слухачам теоретичні знання та виробити в них практичні навики опрацьовувати й обґрунтовувати конкретні пропозиції щодо проблем муніципального управління, місцевого самоврядування. У зв'язку з цим у програмі вивчення дисципліни «Система муніципальних послуг» для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» міститься як теоретичний матеріал, так і специфіка застосування маркетингових досліджень та методик на практиці.

**4. Компетентності та програмні результати навчання за дисципліною**

В результаті вивчення курсу здобувачі повинні мати:

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері публічного управління та адміністрування або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та наукових методів відповідної галузі і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.

Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і

суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

Здатність бути критичним і самокритичним.

Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

Здатність працювати в команді.

Здатність планувати та управляти часом.

Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Здатність забезпечувати дотримання нормативно-правових та морально-етичних норм поведінки.

Здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності.

Здатність готувати проекти управлінських рішень та їх впроваджувати.

Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування.

## 5. **Структура навчальної дисципліни**

**Тематичний план для денної форми навчання**

| **Назва змістових модулів, тем** | **Розподіл годин між видами робіт** | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Аудиторна:** | | | | | **Самостійна** |
| | **Лекції** | **Семінари** | **Практичні** | **Лабораторні** | **Індивідуальні** | |
| **Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні засади дисципліни** | | | | | | |
| Основні поняття маркетингу муніципальних послуг | 2 | 1 | | | | 5 |
| Методи маркетингового дослідження муніципальних послуг | 3 | 1 | | | | 5 |
| Дослідження діяльності муніципального підприємства та вибір маркетингових стратегій | 3 | 1 | | | | 5 |
| **Змістовий модуль 2. Маркетингові дослідження муніципальних послуг, наданих підприємствами комунального господарства** | | | | | | |
| Маркетинг транспортних послуг | 3 | 1 | | | | 5 |
| Маркетинг у сфері надання житлово-комунальних послуг | 3 | 2 | | | | 5 |
| Маркетинг послуг у галузі громадського харчування та роздрібної торгівлі | 2 | 2 | | | | 5 |
| Маркетинг побутових послуг та сервісу складно технічних товарів | 3 | 2 | | | | 5 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Маркетинг у сфері туризму та муніципальних готельних послуг | 2 | 2 | | | | 5 |
| **Змістовий модуль 3. Маркетинг послуг, наданих муніципальними закладами** | | | | | | |
| Маркетинг послуг, наданих фізичним та юридичним особам органами місцевого самоврядування | 3 | 2 | | | | 6 |
| Маркетинг на ринку освітніх послуг | 2 | 1 | | | | 6 |
| Маркетинг послуг в сфері охорони здоров'я | 2 | 1 | | | | 6 |
| Маркетинг послуг в сфері соціального захисту населення | 3 | 1 | | | | 6 |
| Маркетинг у консалтингу | 3 | 2 | | | | 6 |
| **Всього годин: 120** | 34 | 16 | | | | 70 |

## Тематичний план для заочної форми навчання

| **Назва змістових модулів, тем** | **Розподіл годин між видами робіт** | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Аудиторна:** | | | | | **Самостійна** |
| | **Лекції** | **Семінари** | **Практичні** | **Лабораторні** | **Індивідуальні** | |
| **Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні засади дисципліни** | | | | | | |
| Основні поняття маркетингу муніципальних послуг | | | | | | 8 |
| Методи маркетингового дослідження муніципальних послуг | 1 | | | | | 8 |
| Дослідження діяльності муніципального підприємства та вибір маркетингових стратегій | | | | | | 8 |
| **Змістовий модуль 2. Маркетингові дослідження муніципальних послуг, наданих підприємствами комунального господарства** | | | | | | |
| Маркетинг транспортних послуг | | 1 | | | | 9 |
| Маркетинг у сфері надання житлово-комунальних послуг | | | | | | 9 |
| Маркетинг послуг у галузі громадського харчування та роздрібної торгівлі | 1 | | | | | 9 |
| Маркетинг побутових послуг та сервісу складно технічних товарів | | | | | | 9 |
| Маркетинг у сфері туризму та муніципальних готельних послуг | | | | | | 9 |
| **Змістовий модуль 3. Маркетинг послуг, наданих муніципальними закладами** | | | | | | |
| Маркетинг послуг, наданих фізичним та юридичним особам органами місцевого самоврядування | 1 | | | | | 9 |
| Маркетинг на ринку освітніх послуг | | 1 | | | | 9 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Маркетинг послуг в сфері охорони здоров'я | | | | | | 9 |
| Маркетинг послуг в сфері соціального захисту населення | 1 | | | | | 9 |
| Маркетинг у консалтингу | | | | | | 9 |
| **Всього годин: 120** | 4 | 2 | | | | 114 |

## 6. Програма навчальної дисципліни

## Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні засади дисципліни

### *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. Характеристика послуг та їх класифікації. Просування послуги. Ціна (тариф). 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. Об'єкт та предмет маркетингу муніципальних послуг. Мета та завдання дисципліни.

### *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.

### *Тема 3. Дослідження діяльності муніципального підприємства та вибір маркетингових стратегій*

Поняття "маркетингова стратегія підприємства". Місія, цілі та маркетингові стратегії муніципального підприємства. Стратегії муніципальних підприємств на різних стадіях життєвого циклу послуги. Вибір конкурентних стратегій за матрицею "зростання - частка ринку". Концепція масштабного надання муніципальних послуг та стратегії щодо їх прибутковості. Стратегії муніципального підприємства щодо збільшення виручки. Бренд-стратегії муніципального підприємства.

## Змістовий модуль 2. Маркетингові дослідження муніципальних послуг, наданих підприємствами комунального господарства

### *Тема 4. Маркетинг транспортних послуг*

Особливості послуг, наданих міським пасажирським транспортом.

Маркетингова діяльність транспортного підприємства. Основні напрямки державної політики в галузі міського транспорту та управлінні діяльністю транспорту. Умови ефективного функціонування транспортного підприємства. Основні напрямки дослідження ринку транспорту. Методи визначення пасажиропотоків на міському пасажирському транспорті. Визначення пасажирообігу зупинок та завантаженість перегонів з годинами, пасажирів.

***Тема 5. Маркетинг у сфері надання житлово-комунальних послуг***

Житлово-комунальні послуги в 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 (ЖКГ). Дослідження якості надання житлово-комунальних послуг муніципальними підприємствами. Проблема підвищення тарифів на житлово-комунальні послуги. Ціноутворюючі механізми в житлово-комунальній сфері. Роль державного контролю над цінами і тарифами на житлово-комунальні послуги. Проблеми реформування житлово-комунального господарства в сучасній Україні. Запровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій в житлово-комунальне господарство.

***Тема 6. Маркетинг послуг у галузі громадського харчування та роздрібної торгівлі***

Основні показники підприємств громадського харчування. Структура товарообігу 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. Розрахунок рівня валового доходу комунального підприємства громадського харчування. Діяльність комунальних підприємств роздрібної торгівлі на українському ринку. Маркетингові рішення роздрібних торговельних підприємств. Особливості просування послуг підприємств роздрібної торгівлі. Додаткові послуги, що надаються муніципальними магазинами з повним циклом обслуговування. Оцінка і прогнозування попиту в роздрібній торгівлі. Оцінка якості торговельного обслуговування споживачів. Основні показники якості торговельного обслуговування. Елементи витрат часу покупців на очікування обслуговування та точки відліку для визначення їх тривалості.

***Тема 7. Маркетинг побутових послуг та сервісу технічно складних товарів***

Особливості побутового обслуговування. Види муніципальних побутових послуг. Фактори впливу на обсяг та структуру побутових послуг. Порядок надання побутових послуг населенню в Україні. Аналіз і прогнозування попиту

населення на побутові послуги. Поняття технічно складних товарів. Складові елементи обов'язкових послуг комунального підприємства, що реалізує технічно складні товари населенню.

***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.

**Змістовий модуль 3. 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 в наданні управлінських послуг. Сегментація ринку муніципальних управлінських послуг. Перспективи розвитку надання муніципальних управлінських послуг населенню.

***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. Оцінка стану і прогноз розвитку ринку муніципальних освітніх послуг. Розробка маркетингової стратегії для навчального закладу. Аналіз освітніх послуг. Питання впровадження якості муніципальних послуг у галузі освіти. Стратегія і методи просування муніципальних освітніх послуг. 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.

***Тема 11. Маркетинг послуг в сфері охорони здоров'я***

Проблеми розвитку ринку послуг у сфері охорони здоров'я. Особливості становлення маркетингу послуг в галузі охорони здоров'я. Принципи маркетингу в системі охорони здоров'я. Роль муніципальних закладів охорони здоров'я в наданні медичних послуг населенню. Порядок надання платних медичних послуг в муніципальних закладах охорони здоров'я.

Планування вартості медичних послуг. Аналіз показників діяльності медичних установ. Особливості просування на ринок муніципальних медичних послуг.

***Тема 12. Маркетинг послуг в 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 збору інформації щодо оцінювання надання соціальних послуг. Оцінка ситуації як база для надання соціальних послуг певним категоріям населення. Оцінка ефективності діяльності міських та районних центрів зайнятості.

***Тема 13. Маркетинг у консалтингу***

Поняття консалтингових послуг. Сегментація ринку консалтингових послуг в Україні. Інвестиційній консалтинг. Вимоги споживачів до послуг міських консалтингових підприємств. Критерії вибору консалтингового підприємства. Сфера управлінського консультування. Цінова політика на ринку консалтингових послуг. Етапи типової моделі консультування. Перспективи розвитку консалтингу в Україні.

## 7. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

| Вид діяльності студента | Максимальна к-сть балів за одиницю | Модуль 1 | | Модуль 2 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | кількість одиниць | максимальна кількість балів | кількість одиниць | максимальна кількість балів |
| Відвідування лекцій | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Відвідування семінарських занять | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Відвідування практичних занять | - | - | - | - | - |
| Робота на семінарському занятті | 10 | 3 | 30 | 2 | 20 |
| Робота на практичному занятті | - | - | - | - | - |
| Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист) | - | - | - | - | - |
| Виконання завдань для самостійної роботи | 5 | 1 | 5 | 3 | 15 |
| Виконання модульної роботи | 25 | 1 | 25 | 1 | 25 |
| Виконання ІНДЗ | 30 | - | - | - | - |
| Разом | - | | 65 | - | 64 |
| Максимальна кількість балів: | | | | | 159 |
| 159:100=1,59. Студент набрав Х балів; Розрахунок: Х:1,59 = загальна кількість балів. | | | | | - |

## 7.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання.

1. Роль маркетингу в управлінні сучасним підприємством.
2. Становлення та специфіка маркетингу послуг.
3. Методи дослідження ринку послуг та прогнозування попиту на послуги.
4. Поняття та види муніципальних послуг, їхнє законодавче забезпечення.
5. Маркетингові дослідження на ринку муніципальних послуг.
6. Принципи, функції та концепції маркетингових досліджень на ринку муніципальних послуг.
7. Дослідження діяльності муніципального підприємства та вибір маркетингових стратегій
8. Особливості планування маркетингу в сфері муніципальних послуг.
9. Державна політика в галузі міського транспорту та управлінні діяльністю транспорту.
10. Маркетингова діяльність транспортного підприємства.
11. Маркетинг послуг в сфері соціального захисту населення.
12. Суспільно-економічне значення та тенденції розвитку житлово-комунальної сфери.
13. Проблеми неефективності функціонування житлово-комунального господарства.
14. Маркетингове планування на підприємствах житлово-комунального господарства.
15. Стратегії ціноутворення на продукцію і послуги комунального підприємства громадського харчування.
16. Показники діяльності підприємств громадського харчування.
17. Діяльність комунальних підприємств роздрібної торгівлі на українському ринку.
18. Оцінка ефективності діяльності міських та районних центрів зайнятості.
19. Особливості надання муніципальних побутових послуг населенню в Україні.
20. Оцінка стану і прогноз розвитку ринку муніципальних освітніх послуг.
21. Природа, характеристика та економічна сутність ринку освітніх послуг.
22. Маркетинг послуг у системі загальної та професійної середньої освіти.
23. Особливості становлення маркетингу послуг у системі вищої освіти.
24. Маркетинг послуг, наданих фізичним та юридичним особам з боку органів місцевого самоврядування.
25. Особливості маркетингових досліджень у сфері охорони здоров’я.
26. Порядок надання платних медичних послуг в муніципальних закладах охорони здоров’я.
27. Особливості розвитку готельних послуг в Україні.
28. Маркетингове планування в готельному господарстві.
29. Маркетингові дослідження туристичного ринку на території муніципалітетів.
30. Цінова політика на ринку консалтингових послуг.

**Критерії оцінювання:**

- змістовність – 3 бали
- відповідність темі та стилю оформлення – 2 бали.

### 7.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.

Модульний контроль здійснюється у вигляді тестування.
Студентами пропонуються тестові завдання у кількості 25 питань.
*Види тестових завдань:*

– Із вибором однієї правильної відповіді;
– На встановлення відповідності запропонованих наборів тверджень;
– Завдання на розпізнавання та відтворення правильної відповіді по пам'яті;
– Завдання на відтворення правильної відповіді (формулювань понять) по пам'яті;
– Завдання відкритого типу, що передбачає розгорнуту відповідь.

**Критерії оцінювання:**

- виконання тестових завдань – максимум 25 балів.

### 7.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.

Залік

### 7.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового комплексного контролю.

1. Дайте визначення основним поняттям сфери послуг.
2. Розкрийте динаміку розвитку сфери послуг у світі.
3. Покажіть роль сфери послуг в економіці України та зарубіжних країн.
4. Проаналізуйте типи послуг та сферу їх надання.
5. Охарактеризуйте послуги та їх класифікацію.
6. Висвітліть особливості управління сферою послуг на сучасному етапі розвитку України.
7. Дайте визначення поняття «маркетинг», «маркетинг послуг».
8. Дайте оцінку ролі маркетингу в управлінні сучасною фірмою.
9. Покажіть основні етапи становлення маркетингу послуг.
10. Дайте визначення поняття «муніципальні послуги» та охарактеризуйте особливості розвитку муніципальних послуг в Україні.
11. Розкрийте сутність муніципальних послуг.
12. Висвітліть головні особливості маркетингового дослідження муніципальних послуг, його призначення та типи.
13. Охарактеризуйте форми опитування, сфери їх застосування та недоліки.
14. Що таке маркетингова стратегія підприємства?
15. Покажіть вплив маркетингової інформації на розвиток маркетингових досліджень.
16. Дайте характеристику сегментації ринку послуг.

17. Покажіть рівні сегментації ринку муніципальних послуг.
18. Дайте визначення поняття «бренд-стратегії муніципального підприємства»?
19. Що таке тверді тарифи?
20. Охарактеризуйте маркетингову діяльність транспортного підприємства.
21. Дайте порівняльну характеристику транспортних послуг, наданих комунальним пасажирським транспортом та приватними транспортними підприємствами.
22. Покажіть основні напрямки державної політики в галузі міського пасажирського транспорту.
23. З'ясуйте умови ефективного функціонування транспортного підприємства.
24. Розкрийте основні напрямки дослідження ринку транспортних послуг.
25. Проаналізуйте методи визначення пасажиро потоків на міському пасажирському транспорті.
26. Дайте визначення пасажиропотоків на міському пасажирському транспорті.
27. Охарактеризуйте методи визначення пасажиропотоків на міському пасажирському транспорті.
28. Дайте визначення пасажирообігу зупинок.
29. Розкрийте причини неефективності функціонування житлово-комунального господарства.
30. Покажіть особливості маркетингового планування в житлово-комунальному господарстві.
31. Дайте оцінку конкурентноздатності житлово-комунального господарства на ринку комунальних товарів та послуг.
32. Покажіть особливості здійснення рекламних програм на ринку житлово-комунальних послуг.
33. Охарактеризуйте роль житлово-комунального господарства в економіці міст.
34. Дайте оцінку цілям, об'єктам та методикам маркетингових досліджень на ринку житлово-комунальних послуг.
35. Проаналізуйте дослідження якості надання житлово-комунальних послуг.
36. Дайте оцінку особливостям державного контролю над цінами і тарифами на житлово-комунальні послуги.
37. Розкрийте основні напрямки реформування житлово-комунального господарства в сучасній Україні.
38. Охарактеризуйте державне регулювання цінами в житлово-комунальній сфері.
39. Дайте оцінку проблемі запровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій в житлово-комунальному господарстві.
40. У чому полягають особливості аналізу та прогнозування попиту у сфері громадського харчування?
41. Охарактеризуйте структуру товарообігу підприємств громадського

харчування.
42. Розкрийте підходи до прогнозування попиту на продукцію та послуги у сфері громадського харчування.
43. Наведіть формулу розрахунку рівня валового доходу комунального підприємства громадського харчування.
44. Назвіть стратегію ціноутворення на продукцію і послуги підприємств громадського харчування.
45. Проаналізуйте основні види послуг, які надають комунальні підприємства роздрібної торгівлі.
46. Дайте оцінку діяльності комунальних підприємств роздрібної торгівлі на українському ринку.
47. Охарактеризуйте ключові маркетингові фактори успіху в галузі роздрібної торгівлі.
48. Дайте оцінку впливу асортименту пропонованих товарів на успіх підприємств роздрібної торгівлі.
49. Розкрийте сутність побутового обслуговування населення.
50. Перелічить основні муніципальні побутові послуги, що надаються населенню в Україні.
51. Назвіть основні фактори, що мають вплив на обсяг і структуру побутових послуг.
52. Охарактеризуйте порядок надання муніципальних побутових послуг населенню України.
53. Визначте сутність поняття складно технічних товарів.
54. Назвіть складові елементи обов’язкових послуг підприємства, що реалізує складно технічні товари населенню.
55. Охарактеризуйте природу та особливості ринку муніципальних освітніх послуг.
56. Розкрийте сутність ринку муніципальних освітніх послуг.
57. Покажіть основні характеристики ринку муніципальних освітніх послуг.
58. З’ясуйте вимоги до плану маркетингу муніципального навчального закладу.
59. Дайте оцінку ціновій політиці на ринку освітніх послуг.
60. Охарактеризуйте розподіл освітніх послуг та етапи прийняття рішення про місце надання послуг.
61. Дайте визначення ринку послуг професійної освіти.
62. Покажіть роль маркетингу в системі загальної середньої освіти.
63. Що таке збалансованість ринку професійних освітніх послуг?
64. Розкрийте особливості проведення маркетингу послуг професійної освіти.
65. Які нормативно-правові акти регулюють надання платних муніципальних соціальних послуг населенню України?
66. Дайте характеристику ринку освітніх послуг в муніципальному вищому навчальному закладі.
67. Проаналізуйте особливості становлення маркетингу послуг в системі

вищої освіти.
68. Виділіть головні принципи маркетингу в системі охорони здоров'я.
69. Покажіть основні проблеми становлення ринку послуг в галузі охорони здоров'я.
70. Висвітліть особливості маркетингових досліджень та управління закладами охорони здоров'я.
71. Дайте визначення лікувально-профілактичним установам.
72. Проаналізуйте роль муніципальних закладів охорони здоров'я в наданні медичних послуг.
73. Розкрийте особливості планування вартості медичних послуг.
74. У чому полягає недостатність сервісної організації органів місцевого самоврядування в наданні управлінських послуг?
75. Висвітліть аналіз показників діяльності муніципальних закладів охорони здоров'я.
76. Висвітліть головні методи оцінювання соціальних послуг.
77. Висвітліть роль туристичної діяльності в економіці України.
78. Покажіть структуру міського туристичного ринку.
79. Розкрийте сутність муніципальних управлінських послуг.
80. Дайте характеристику основним варіантам зниження цін на муніципальні готельні послуги.
81. Дайте визначення понять «готель», «готельний комплекс», «готельне господарство».
82. Охарактеризуйте особливості становлення муніципальних готельних послуг в Україні.
83. Які основні види управлінських послуг з боку органів місцевого самоврядування ви знаєте?
84. Розкрийте сутність понять «консалтингові послуги», «бізнес-консалтинг».
85. Дайте характеристику сегментації ринку консалтингових послуг в Україні.
86. Які основні види муніципальних соціальних послуг ви знаєте?
87. Покажіть основні групи муніципальних послуг з бізнес-консалтингу.
88. Проаналізуйте вимоги споживачів до послуг міських консалтингових підприємств.
89. Окресліть сферу управлінського консультування.
90. Розкрийте сутність типової моделі процесу консультування.

### 7.6. Шкала відповідності оцінок

| **Оцінка** | **Кількість балів** |
|---|---|
| Відмінно | 100-90 |
| Дуже добре<br>Добре | 82-89<br>75-81 |
| Задовільно<br>Достатньо | 68-74<br>60-67 |

| | |
|---|---|
| Незадовільно | 0-59 |

## 8. Використані джерела


Основні

1. Деякі аспекти оцінки ефективності надання соціальних послуг різним категоріям клієнтів центрів соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді. - К.: Держсоцслужба, 2005. - 124 с.
2. Забалдіна Ю.Б. Маркетинг туристичного підприємства. Навчальний посібник. – К., 2002. – 196 с.
3. Каталог муніципальних послуг [Текст] / упоряд. Н. Г. Гмурковська, М. М. Яцков; Карпатське агентство прав людини "Вестед". - Ужгород: Видавництво Олександри Гаркуші, 2009. - 76 с.
4. Маркетинг. Принципи та функції. Навч. посіб. / За ред. О. М. Азарян. – К., НМЦВО МОіН України НВФ «Студцентр», 2001. – 320 с.
5. Маркетингові стратегії формування попиту на товари та послуги на ринках України [Текст]: монографія / Терноп. нац. техн. ун-т ім. Івана Пулюя; за ред. проф. Р. В. Федоровича. - Т.: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2013. - 355 с.
6. Мельник А. Ф. Муніципальний менеджмент. Навч. посіб. / А. Ф. Мельник, Г. Л. Монастирський, О. П. Дудкіна. - К.: "Знання", 2006. - 420 с.
7. Новикова І. В. Маркетинг сфери послуг. Навч. посіб. / І. В. Новикова. – К., Видавництво Європейського університету, 2004. – 72 с.
8. Оболенська Т. Є. Маркетинг освітніх послуг: Вітчизняний та зарубіжний досвід / Т. Є. Оболенська. – К., 2001. – 208 с.
9. Пащук О. В. Маркетинг послуг: Стратегічний підхід. Навч. посіб. / О. В. Пащук. – К., 2005. – 560 с.
10. Скибінський С. В. Маркетинг готельних послуг / С. В. Скибінський, Л. О. Іванова, О. Ф. Моргун. – Л.: Видавництво Львівської комерційної академії, 2000. – 246 с.
11. Шканова О. М. Маркетинг послуг. Навч. посіб. / О. М. Шканова. – К., Кондор, 2003. – 304 с.
12. Якісні управлінські послуги - головна умова підвищення ефективності довіри населення до органів влади / За ред. Ю. О. Куца, С. В. Краснопьорової. - Х.: Видавництво Хар РІ НАДУ "Магістр", 2006. - 192 с.

Додаткові

13. Берданова О. Сучасна практика та проблеми стандартизації соціальних послуг / О. Берданова // Управління сучасним містом. - 2004. - №10-12. - С.26-31.
14. Дехтяренко Ю. Стратегія розвитку міста: територіально-планувальний аспект / Ю. Дегтяренко // Управління сучасним містом. – 2001. - №1-3. – С.86-99.
15. Долечек В. С. Надання управлінських послуг населенню органами виконавчої влади України: організаційно-правовий аспект / В. С. Долечек. - Автореферат дис. к.н.д.у. - К., 2005. - 20 с.
16. Кратт О. Методика аналізу кон’юктури ринку вищої освіти / О. Крат // Економіст. – 2004. - №3. – С.69-71.

17. Лагутін В. Недореформоване житлово-комунальне господарство: проблеми та перспективи / В. Лагутін, С. Мельник // Економіст. – 2004. - №4. – С.54-56.
18. Микитин Т. М. Особливості ринку освітніх послуг Рівненської області / Т. М. Микитин, М. Х. Шершун // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Логістика. – 2005. – №526. – С.626-630.
19. Суліменко Л. Особливості планування вартості медичних послуг на прикладі аналізу роботи Черкаської центральної районної лікарні / Л. Суліменко, В. Крот // Вісник Національної Академії Державного управління. – 2003. - №4. – С.373-379.
20. Створення системи менеджменту якості освітніх послуг: досягнення та перспективи: матеріали наук.-практ. конф. (9 квітня 2009 р., м. Луганськ) / Державний заклад "Луганський національний ун-т ім. Тараса Шевченка" / С.Я. Харченко (редкол.) — Луганськ : ДЗ "ЛНУ ім. Тараса Шевченка", 2009. — 330 с.