

Аннотация
рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.07.01 «МАРКЕТИНГ УСЛУГ»
по направлению подготовки магистратуры
38.04.02 «Менеджмент»
направленности подготовки
«Маркетинг и продажи»

1. Основные разделы (дидактические единицы) дисциплины

Современная концепция маркетинга услуг. Покупательское поведение и покупательские риски в индустрии сервиса.

Качество в индустрии услуг и стандарта обслуживания. Процесс предоставления услуги.

Цена и ценообразование на услуге. Каналы распределения услуг.

Продвижение в комплексе маркетинга сферы услуг. Внутренний маркетинг в организации сферы услуг.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины обучающийся должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

Научно-исследовательская деятельность:

- организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования;
- разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;
- выявление и формулирование актуальных научных проблем;
- подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций;

В соответствии с ОПОП ВО по данному направлению и профилю подготовки процесс обучения по данной дисциплине направлен на формирование следующих планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций обучающихся, установленных ФГОС ВО или их элементов):

Общекультурные компетенции:

ОК-1 – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу.

ОК-3 – готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала.

Общепрофессиональные компетенции:

ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.

Профессиональные компетенции:

ПК-6 – способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (ЗУНов), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями):

По компетенциям **ОК-1, ОК-3, ОПК-1** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- основные теоретические понятия маркетинга в сфере услуг;
- маркетинговые стратегии предприятий сферы услуг;
- технологии выбора целевого рынка в сфере услуг;
- методику маркетинговых исследований в сфере услуг;
- процессы разработки комплекса маркетинга в сфере услуг.
- систему предоставления услуг;
- пути согласования спроса и предложения услуг;

УМЕТЬ:

- анализировать маркетинговую среду бизнеса в сфере услуг;
- разрабатывать маркетинговые стратегии для предприятий сферы услуг, исходя из результатов ситуационного анализа и цели предприятия;
- проводить маркетинговые исследования в сфере услуг;
- принимать решения по комплексу производства услуг, ценообразованию, распределению и коммуникациям в сфере услуг.
- оценивать качество услуг;
- определять покупательские риски в сфере услуг;
- разрабатывать стандарт обслуживания в сфере услуг.
- применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами в сфере услуг, их исследовании и регулировании.

ВЛАДЕТЬ:

- навыками применения современных методов анализа рынка услуг;
- методиками маркетинговых исследований всех составляющих элементов комплекса маркетинга;
- способами определения стратегии, планирования и контроля маркетинга в сфере услуг.

По компетенциям **ПК-6** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- основные понятия маркетинга в сфере услуг;
- сущность и инструментарий маркетингового анализа, проводимого на предприятиях оказывающих разного рода услуги;

УМЕТЬ:

- формулировать маркетинговые цели и задачи;
- оценивать маркетинговую среду и маркетинговую информацию;
- осуществлять сегментацию и позиционирование рынка;

ВЛАДЕТЬ:

- навыками планирования и реализации комплекса маркетинговых мероприятий для предприятия сферы услуг;
- методикой разработки стратегии развития предприятия сферы услуг, управления его конкурентоспособностью и спросом;
- навыками решения разнообразных тактических задач с учетом целей, задач и маркетинговых стратегий предприятия;
- способностью самостоятельно разрабатывать маркетинговые стратегии.

3. Объем курса, виды учебной работы и формы промежуточной аттестации:

| | |
|--------------------------|----------------------|
| Трудоемкость дисциплины: | – 2 зачетные единицы |
| Всего часов | – 72 час. |
| Из них: | |
| Аудиторная работа | – 36 час. |
| Из них: | |
| лекций | – 8 час. |
| практических занятий | – 28 час. |

| | |
|---------------------------------|-------------|
| Самостоятельная работа | – 36 час. |
| Формы промежуточной аттестации: | |
| Экзамен | – 2 семестр |