

## **АННОТАЦИЯ**

к рабочей программе дисциплины  
**Б1.В.18 МАРКЕТИНГ В СЕРВИСЕ**

**Объем трудоемкости дисциплины** для студентов направления подготовки 43.03.01 «Сервис», ОФО: 3 зачетные единицы (108 часов, из них: 40,3 контактные часы (36 часов аудиторной работы); 32 часа самостоятельной работы; 35,7 часов контроль).

**Целью дисциплины** «Маркетинг в сервисе» является формирование у студентов теоретических и практических знаний о современной системе маркетинга сервисного предприятия, знакомство с основными правилами и законами маркетинга в сфере сервиса, разделами маркетинга, спецификой маркетинговой политики сервисного предприятия.

### **Задачи дисциплины:**

- формирование у студентов знаний и умений в области предоставления сервисных услуг населению;
- получение бакалавром знаний по истории маркетинга и структуре современного маркетинга;
- получение бакалавром знаний о состоянии и прогнозах потребительского рынка России в области сервиса;
- получение знаний об объектах, субъектах, средствах маркетинговой деятельности;
- получение знаний о маркетинговой среде, политике в области сбыта, ценообразования и продвижения сервисных услуг;
- получение бакалавром знаний о стратегии и тактики маркетинга;
- получение бакалавром знаний об организации и управления маркетингом;
- получение знания о методах исследования потребительского спроса на рынке сервисных услуг.

### **Место дисциплины в структуре ООП ВПО**

Дисциплины «Маркетинг в сервисе» относится к вариативной части основной образовательной программы. Дисциплина читается на 3 курсе в 5 семестре. Актуальность курса «Маркетинг в сервисе» связана с вопросом интенсивного развития и обновления структуры российской экономики. Наступило время рынка потребителя и удовлетворения его спроса. Знания теоретических основ маркетинга позволяют специалистам-менеджерам стимулировать сбыт сервисных услуг путем продвижения, изучать, формировать и прогнозировать спрос, разрабатывать и анализировать сбытовую и ценовую политику сервисного предприятия.

Изучение дисциплины базируется на освоении следующих курсов: «Сервисная деятельность», «Менеджмент в сервисе», «Проектирование процесса оказания услуг».

### **Требования к уровню освоения дисциплины**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих *профессиональных компетенций (ПК)*:

- готовностью к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-2);
- готовностью к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов (ПК-4).

**Таблица 1 – Результаты освоения дисциплины «Маркетинг в сервисе»**

| №<br>п/п | Индекс<br>компе-<br>тенции | Содержание<br>компетенции<br>(или её части)                                                                                                                                                                        | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                            |                                                                                                                                                                                                                    | знать                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | уметь                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | владеть                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 1        | ПК-2                       | готовностью к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства | <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретические и методологические основы маркетинга сервиса;</li> <li>– состав и содержание комплекса маркетинга сервисного предприятия;</li> <li>– факторы маркетинговой среды сервисного предприятия;</li> <li>– технологию сбора и использования информации о рынке, конкурентах и потребителях;</li> <li>– специфику поведения потребителей на рынке сервисных услуг;</li> <li>– технологию построение политики сегментирования и позиционирования услуг сервисного предприятия на рынке;</li> <li>– варианты организации и управления маркетинговой деятельностью на предприятиях сферы сервиса.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– прогнозировать спрос и предложение на услуги, планировать издержки и финансовые результаты деятельности предприятий сервиса;</li> <li>– проводить анализ рынка сервисных услуг;</li> <li>– планировать деятельности сервисного предприятия;</li> <li>– разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и политику продвижения сервисного предприятия;</li> <li>– оценить качество сервисного обслуживания предприятия;</li> <li>– проводить маркетинговые исследования рынка и потребительского спроса.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– приемами изучения потребителя;</li> <li>– навыками работы с информационными системами;</li> <li>– методами проведения маркетинговых исследований в сервисе и своевременного получения рыночной информации;</li> <li>– маркетинговым инструментарием для принятия оптимальных управленческих решений на предприятиях сервиса;</li> <li>– принципами менеджмента качества предоставления сервисных услуг;</li> <li>– методами взаимоотношений с потребителем в процессе оказания сервисных услуг;</li> <li>– приемами управления конкурентоспособностью сервисного предприятия.</li> </ul> |
| 2        | ПК-4                       | готовностью к участию в проведении                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретические основы процесса сбора маркетинговой информации;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>– исследовать рынок сервисных услуг;</li> <li>– сформировать маркетинговую</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками составления технического задания маркетинговых исследований</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|  |                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– понятие и состав маркетинговой информационной системы сервисного предприятия;</li> <li>– методологию проведения маркетинговых исследований;</li> <li>– сегментацию рынка потенциальных потребителей сервисного предприятия;</li> <li>– методы сбора маркетинговой информации о социально-психологическом и демографическом портрете потребителя.</li> </ul> | <p>информационную систему сервисного предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– создать портрет целевой аудитории сервисного предприятия;</li> <li>– составить техническое задание маркетинговых исследований особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов.</li> </ul> | <p>потребителей;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– искусством составления опросных анкет и листов для сбора первичных данных о потребителях;</li> <li>– анализом полученных результатов с применением методов статистики;</li> <li>– приемами составления портрета потенциального клиента.</li> </ul> |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Таблица 2 – Основные разделы дисциплины, ОФО 5 семестр**

| № раздела | Наименование разделов                                                                                                             | Количество часов |                   |           |                      |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------|-----------|----------------------|
|           |                                                                                                                                   | Всего            | Аудиторная работа |           | Внеаудиторная работа |
|           |                                                                                                                                   |                  | Л                 | ПЗ        |                      |
| 1         | 2                                                                                                                                 | 3                | 4                 | 5         | 6                    |
| 1         | Современная концепция маркетинга услуг и сервиса. Маркетинговое понимание услуги                                                  | 6                | 2                 | 2         | 2                    |
| 2         | Маркетинговые исследования и маркетинговая информация о сервисе                                                                   | 8                | 2                 | 2         | 4                    |
| 3         | Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование                                                                  | 8                | 2                 | 2         | 4                    |
| 4         | Покупательское поведение и покупательские риски в индустрии сервиса. Клиентская лояльность, ее сущность, формирование, измерение. | 8                | 2                 | 2         | 4                    |
| 5         | Сущность сервисных услуг и их классификация. Процесс предоставления услуг                                                         | 8                | 2                 | 2         | 4                    |
| 6         | Цена и ценообразование на услуги                                                                                                  | 8                | 2                 | 2         | 4                    |
| 7         | Каналы распределения услуг. Марочная политика в сфере услуг                                                                       | 8                | 2                 | 2         | 4                    |
| 8         | Продвижение в комплексе маркетинга услуг                                                                                          | 8                | 2                 | 2         | 4                    |
| 9         | Построение службы маркетинга. Внутренний маркетинг                                                                                | 6                | 2                 | 2         | 2                    |
|           | Итого:                                                                                                                            |                  | <b>18</b>         | <b>18</b> | <b>32</b>            |

**Курсовые работы:** не предусмотрены.

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** экзамен

**Основная литература:**

1. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг: гостеприимство, туризм [Электронный ресурс]: учебник. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 1071 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713>

2. Васильев Г.А., Деева Е.М. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг [Электронный ресурс]: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 192 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114559>

5. Усманов В.В. Марусева И.В., Кокарева А.В. Менеджмент и маркетинг в сервисе [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Пенза: ПензГТУ, 2012. – 324 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/62578>.

3. Безрутенко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме [Текст]: учебное пособие. – М.: Дашков и К°, 2010. – 232 с. – 30 экз.

4. Лесников А.М. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс]: Электронное учебное пособие: учеб. пособие. – СПб: ИЭО СПбУТУиЭ, 2008. – 191 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/63769>.

6. Тультаев Т.А. Маркетинг услуг [Электронный ресурс]: учебное пособие. – М.: Евразийский открытый институт, 2008. – 175 с. – Режим доступа: <https://www.book.ru/book/905537>

Автор РПД доктор геогр. наук, доцент



М.Л. Некрасова