

Аннотация дисциплины
Б1.В.ДВ.08.01 УСЛУГИ В ДЕЛОВОЙ СФЕРЕ
для профиля «Маркетинг услуг»
направления 38.03.06 «Торговое дело»

Курс 4. Семестр 7. Форма итогового контроля – ЗАЧЁТ

Объем трудоемкости (ОФО): 3 зач. единиц (108 ч., из них – 54,2 ч. контактной работы: лекционных 18 ч., практических 34 ч., иная контактная работа – 0,2 ч., КСР – 2 ч.; 54 ч. самостоятельной работы).

Целью данного курса является приобретение знаний в области формирования маркетинговых стратегий торговых предприятий, включающих проектирование, продвижение и реализацию деловых услуг, выявление специфических потребностей клиентов, а также развитие общекультурных и профессиональных компетенций, позволяющих принимать объективные решения в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины «УСЛУГИ В ДЕЛОВОЙ СФЕРЕ» могут быть уточнены следующим образом:

- сформировать представление о сущности современной концепции «маркетинга услуг», а также рассмотреть основы внутрифирменного управления услугами в сфере профессиональных услуг;
- развить навыки самостоятельной работы по планированию и организации маркетинговых программ на предприятии в сфере деловых услуг, используя современный инструментарий маркетинга услуг, включая инновационные маркетинговые коммуникации и технологии;
- обосновать ключевые факторы повышения клиентской лояльности и факторы успешной реализации программ лояльности в розничной торговле;
- развить навыки применения существующих методик оценки качества услуг; разработки сервисной стратегии предприятия; постановки сервисного процесса и контроля за его эффективностью в деловой сфере;
- рассмотреть основные аспекты деятельности сервисного предприятия по управлению персоналом, раскрыть сущность и роль концепции внутреннего маркетинга;
- развить необходимые навыки практического использования методов решения задач, изученных на лекционных занятиях.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Услуги в деловой сфере» относится к вариативной части Блока 1 (Б1.В.ДВ.08.01) является дисциплиной по выбору по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Маркетинг услуг». Учебная дисциплина «Услуги в деловой сфере» базируется на дисциплинах гуманитарного, социального и экономического, а также математического и естественнонаучного циклов. По содержанию дисциплина имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь с такими курсами программы бакалавриата, как «Маркетинг» и «Управление маркетингом», «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации», «Стратегический маркетинг» и др.

Дисциплина «Услуги в деловой сфере» позволяет эффективно формировать общекультурные и профессиональные компетенции, способствует всестороннему развитию личности студентов и гарантирует качество их подготовки. Данная дисциплина формирует следующие компетенции, которыми должен обладать выпускник по направлению подготовки «Торговое дело» с квалификацией (степенью) «Бакалавр» в соответствии с задачами профессиональной деятельности и целями основной образовательной программы.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соответствующих с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций (ПК): **ПК-3, ПК-6, ПК-14**

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК 3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	тенденции развития сферы деловых услуг; особенности маркетинговых инструментов в рамках коммуникационных стратегий компаний, работающих на рынке профессиональных услуг	анализировать маркетинговую среду и запросы потребителей на рынке деловых услуг; принимать компетентные маркетинговые решения по разработке стратегий маркетинга; выбирать рекламные носители с учетом оценки их эффективности и возможностей бюджета	навыками проведения маркетинговых исследований, сбора необходимой информации для анализа; разработки Интернет-стратегий продвижения бренда компании сферы деловых услуг
2.	ПК 6	способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	сущность и особенности современных стратегий продвижения компаний в сфере деловых услуг	проводить анализ маркетинговой макросреды; разрабатывать стратегию продвижения бренда в Интернете	навыками планирования рекламной кампании, обоснования стратегии вывода бренда на рынок

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
3.	ПК 14	Способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	специфику и основные сложности в формировании комплекса маркетинга в сфере деловых услуг и обоснование эффективности его реализации на практике	разрабатывать стратегию маркетинга фирмы ; выявлять маркетинговые проблемы предприятия и нахождение оптимальных путей их решения	навыками разработки комплекса маркетинга фирмы в сфере услуг; проводить оценку качества услуг (с учетом всех показателей эффективности)

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Сущность современной концепции маркетинга услуг	14	2	6	-	6
2.	Расширенный маркетинг-микс для предприятий в сфере деловых услуг	18	4	6	-	8
3.	Создание и увеличение ценности сервисных продуктов	15	3	4	-	8
4.	Проектирование услуг в деловой сфере	15	3	4	-	8
5.	Маркетинг взаимодействия: инструменты формирования клиентской лояльности	14	2	4	-	8
6.	Сервисная стратегия предприятия: процедуры, технологии, персонал	14	2	4	-	8
7.	Бренд-менеджмент в системе маркетинга сервисного предприятия. Интернет-продвижение деловых услуг	16	2	6	-	8
	<i>Итого по дисциплине:</i>		18	34	-	54

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые проекты или работы: не предусмотрены
Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: в рамках учебного курса предусмотрены видео-тренинги, мастер-классы экспертов и специалистов в области маркетинга деловых услуг. Самостоятельная активность студентов предусматривает разработку и презентацию собственных проектов, выполненных на примере конкретного торгового предприятия.

Основная литература

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 404 с Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/2740C8E3-D2DF-4A4C-906E-24484CACD467>
2. Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг: практикум : учебное пособие для студентов вузов / под ред. Т. Д. Бурменко. - Москва : КНОРУС, 2016. - 422 с. - ISBN 9785406047729
3. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 474 с. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/EEAFDA8F-8DEE-4A8B-9034-9112900EC1B4#page/471>
4. Николайчук В. Е. Маркетинг и менеджмент услуг: деловой сервис. - СПб. [и др.] : Питер, 2005. - 604 с. ISBN 5469001571

Дополнительная литература

1. Мазилкина Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник. - 2-е изд. - М.: Дашков и К°, 2011. - 299 с. ISBN 9785394012853
2. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии [Текст] / К. Лавлок ; [пер. с англ. Т. В. Безвенюк и др. ; под ред. О. И. Медведь, Н. В. Шульпиной]. - 4-е изд. - М. : Вильямс , 2010. - 997 с. : ил. - Библиогр. в конце частей. - ISBN 5845906482
3. Кайдашова, А.К. Маркетинг профессиональных образовательных услуг: учебное пособие / - М. : Флинта, 2015. - 99 с. - <https://e.lanbook.com/book/72652>
4. Кулибанова, В. В. Маркетинг в сервисе: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Кулибанова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 259 с. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/28E200D9-D9E7-496C-A3AF-BDEF45409221>
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: экспресс-курс / [пер. с англ. И. Малкова ; под науч. ред. С. Г. Жильцова]. - 3-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2017. - 479 с. : ISBN 978-5-496-02422-8. - ISBN 0-13-145258-4

Автор: Малкова Е.М., канд. экон. наук, доцент