

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина БЗБ.8 Маркетинг в сервисе

**Семестр: 4**

**Количество часов: 108**

**Количество зачетных единиц:**

**Промежуточная аттестация: экзамен**

## **Место дисциплины в структуре ООП:**

Дисциплина относится к базовой части БЗ цикла учебного плана, является профессиональной дисциплиной.

**Цель и задачи освоения дисциплины:** приобретение студентами необходимых знаний по маркетингу и практических навыков в творческом применении концепции маркетинга в постоянно изменяющихся рыночных условиях.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач (в соответствии с ФГОС, п.).

*В области производственно-технологической деятельности*

- мониторинг и контроль качества процесса сервиса и обслуживания.

*В области организационно-управленческой деятельности:*

- участие в планировании деятельности предприятия сервиса;
- участие в организационно-управленческой деятельности предприятия сервиса, формирование клиентурных отношений;
- выбор оптимальных процессов сервиса, соответствующего запросам потребителя. *В области научно-исследовательской деятельности:*
- участие в исследованиях потребительского спроса; мониторинг потребностей;
- участие в исследованиях психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и социально-демографических факторов. исследования рынка в организации предпринимательской деятельности.

## **Содержание дисциплины:**

Сервисная деятельность и потребности человека. Понятие сущности маркетинга. Система маркетинга. Сущность сервисных услуг, их классификация. Маркетинговые исследования. Особенности процесса внедрения инноваций в сфере услуг. Жизненный цикл услуги и сервисного продукта

Процесс обслуживания в сервисной деятельности. Психологические аспекты сервисной деятельности. Маркетинговые коммуникации. Продвижение услуг.

Стратегия и тактика маркетинга сервисного обслуживания

**В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать следующими общекультурными (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:**

ОК-17: способен обладать культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, систематизации, постановке целей и выбору путей их достижения, умеет логически верно, аргументировано и ясно строить свою речь; (знает: грамматику, культуру и традиции стран изучения иностранного языка, правила речевого этикета; умеет: читать тексты на иностранном языке по профилю направления подготовки; владеет: навыками письменного аргументированного изложения собственной точки зрения; навыками логического мышления, критического восприятия информации).

ПК-11: способен планировать производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка услуги спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства (знает: основы организации и планирования деятельности предприятий сервиса; умеет: применять методики психодиагностики: экспресс-диагностика потребностей, мотивов, целей потребителя, выделять главные психологические особенности потребителя; владеет: приемами изучения личности потребителя; методиками диагностирования поведения и влияния на потребителя; методами проведения маркетинговых исследований).

ПК-14 способен анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (знает: основные психологические особенности потребителя; основные факторы формирования спроса; основы маркетинговых коммуникаций; умеет: анализировать поведение потребителей, изучать спрос; владеет: методами анализа потребителя, методами и способами формирования спроса).

### **Образовательные технологии:**

Дисциплина «Маркетинг в сервисе» предполагает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий. С целью формирования и развития профессиональных навыков студентов используется:

на лекциях:

- визуальные презентации, изложение теоретического материала на слайдах;
- чтение лекций в форме диалога со студентами, что позволяет высказать им свою точку зрения на те или иные вопросы и принимать участие в процессе изложения лекции.

на практических занятиях:

- кейс-задача - проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессиональную ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы;
- творческое задание – частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения;
- визуальные презентации (сообщение) – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению материалов по различным темам дисциплины;
- Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения и собственные взгляды на нее;

**Составитель:** Н.А. Линева, кафедра коммерческого товароведения