

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Сочинский государственный университет»

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета туризма и сервиса  
Лавыдович А.Р.

2024 год



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по ОД

А.В. Иваненко

2024 год



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Маркетинг в сфере услуг**

**Шифр и направление подготовки** 43.03.01 Сервис  
**Квалификация (степень) выпускника** бакалавр  
**Профиль подготовки:** Сервис транспорта и объектов городской инфраструктуры  
**Форма обучения:** Очная  
**Выпускающая кафедра** Строительства и сервиса  
**Кафедра-разработчик рабочей программы** Управления и технологий в туризме и рекреации  
**Год набора** 2023

Семестр	Трудоемкость (час./зет.)	Лекцион. занятий, (час.)	Практич. занятий, (час.)	СРС, (час.)	КР/КП	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
7	108/3	18	18	72	-	Зачет
Итого:	108/3	18	18	72	-	Зачет

Сочи 2024

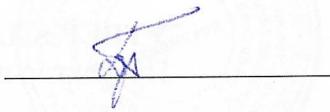
Лист согласования рабочей программы дисциплины Маркетинг в сфере услуг

Рабочую программу составила:  
к.т.н., доцент кафедры УТТР Лобач Е.Ю.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА**

Зав.кафедрой УТТР

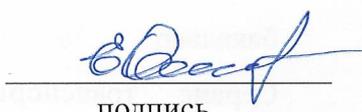


Брюханова Г.Д.

ПОДПИСЬ

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует  
библиотечному фонду СГУ:

Директор НОБ



Онищенко Е.В.

ПОДПИСЬ

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям  
Отдел качества образования и  
методического обеспечения



Васильченко В.В.

ПОДПИСЬ

№ п/п	Наименование учебно-методического обеспечения	Формы	Количество	Год издания	Итого
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					

## 1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Маркетинг в сфере услуг является получение знаний в области организации маркетинговой деятельности в сфере услуг.

Задачи дисциплины:

- изучить понятие маркетинга, его виды и функции в сфере услуг;
- ознакомиться с различными видами маркетинговых исследований в сфере услуг;
- изучить порядок создания и управления маркетингом в сфере услуг;
- ознакомиться с видами параллельных мероприятий;
- научиться рассчитывать затраты на создание и управление маркетингом в сфере услуг.

## 2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана.

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции (перечисляются дисциплины, практики кроме, ГЭ, ВКР)
<b>Профессиональные компетенции</b>	
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	Преддипломная практика

## 3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции и индикаторы их		В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования рынка услуг, мотивацию потребителей и конкурентов	Знать: Набор методов и технологий маркетинговых исследований рынка услуг, мотивацию потребителей и конкурентов Уметь: Составлять проекты маркетинговых исследований Владеть: методами технологий маркетинговых исследований рынка услуг, мотивации потребителей и конкурентов
	ОПК-4.2 Организует продвижение и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет технологий	Знать: методы продвижения и продажи сервисного продукта Уметь: организовать продвижение и продажи сервисного продукта Владеть: навыками продвижения и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет технологий
	ОПК-4.3 Формирует специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг	Знать: методы формирования каналов сбыта сервисных продуктов/услуг. Уметь: составлять маркетинговые планы по продвижению сервисных продуктов/услуг Владеть: навыками расчетов экономической эффективности от реализации маркетингового плана

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1 Тематический план дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг в сфере услуг» составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

№ темы	Наименование темы дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Контактная работа			СРС
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	
1	Общая характеристика маркетинговой деятельности: сущность содержание, основные понятия маркетинга в сфере услуг. Развитие концепций маркетинга и их реализация	12	2	2	-	8
2	Исследование внутренней и внешней среды маркетинга предприятия сервиса. SWOT-анализ, Pest-анализ	12	2	2		8
3	Маркетинговые исследования, виды и направления. Сегментирование рынка. Изучение потребителей, работа с целевой аудиторией.	12	2	2	-	8
4	Маркетинговые исследования конкурентов. Маркетинговые исследования сервисного продукта.	12	2	2		8
5	Формирование маркетинговой стратегии предприятия сервиса.	12	2	2	-	8
6	Продуктовая стратегия предприятия сервиса	12	2	2		8
7	Ценовая стратегия предприятия сервиса	12	2	2	-	8
8	Каналы продаж, b2b, b2c, b2g	12	2	2		8
9	Коммуникативная стратегия предприятия сервиса	12	2	2	-	8
10	Зачет	-	-	-	-	
<b>ИТОГО</b>		<b>108</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>-</b>	<b>72</b>

##### 4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Общая характеристика маркетинговой деятельности: сущность содержание, основные понятия маркетинга в сфере услуг. Развитие концепций маркетинга и их реализация	Определения маркетинга, Комплекс маркетинг-mix 4P, расширенный комплекс маркетинг- mix 5P, 7P. Изучение концепций маркетинга
2	Исследование внутренней и внешней среды маркетинга предприятия сервиса. SWOT-анализ, Pest-анализ	Изучение технологий SWOT-анализ, Pest-анализ.
3	Маркетинговые исследования, виды и направления. Сегментирование рынка. Изучение	Маркетинговые исследования - виды, направления.

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
	потребителей, работа с целевой аудиторией.	
4	Маркетинговые исследования конкурентов. Маркетинговые исследования продукта сферы услуг.	Методы изучения/исследования конкурентов. Виды и направления маркетинговых исследований продукта сферы услуг.
5	Формирование маркетинговой стратегии предприятия сервиса.	Виды маркетинговых стратегий
6	Продуктовая стратегия предприятия сервиса	Жизненный цикл продукта/услуги. Продуктовые стратегии предприятия сервиса
7	Ценовая стратегия предприятия сервиса	Виды ценовых стратегий
8	Каналы продаж, b2b, b2c, b2g	Каналы продаж, b2b, b2c, b2g
9	Коммуникативная стратегия предприятия сервиса	Виды и направления коммуникативных стратегий

#### 4.1.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Общая характеристика маркетинговой деятельности: сущность содержание, основные понятия маркетинга в сфере услуг. Развитие концепций маркетинга и их реализация	Устный опрос по теме
2	Исследование внутренней и внешней среды маркетинга предприятия сервиса. SWOT-анализ, Pest-анализ	Устный опрос по теме
3	Маркетинговые исследования, виды и направления. Сегментирование рынка. Изучение потребителей, работа с целевой аудиторией.	Устный опрос по теме
4	Маркетинговые исследования конкурентов. Маркетинговые исследования продукта сферы услуг.	Устный опрос по теме
5	Формирование маркетинговой стратегии предприятия сервиса.	Составление маркетинговой стратегии предприятия сервиса
6	Продуктовая стратегия предприятия сервиса	Составление продуктовой стратегии предприятия сервиса
7	Ценовая стратегия предприятия сервиса	Составление ценовой стратегии предприятия сервиса
8	Каналы продаж, b2b, b2c, b2g	Составление стратегии продаж продукта сферы услуг на b2b, b2c, b2g рынках
9	Коммуникативная стратегия предприятия сервиса	Составление коммуникативной стратегии предприятия сервиса. Тестирование

#### 4.1.3 Лабораторные занятия

Не предусмотрены учебным планом.

#### 4.1.4 Самостоятельная работа обучающихся

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
-------	------------------------------	---------

1	Общая характеристика маркетинговой деятельности: сущность содержание, основные понятия маркетинга в сфере услуг. Развитие концепций маркетинга и их реализация.	подготовка к устному опросу <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определения маркетинга,</li> <li>2. Комплекс маркетинг-mix 4P,</li> <li>3. расширенный комплекс маркетинг- mix 5P, 7P.</li> <li>4. Изучение концепций маркетинга</li> </ol>
2	Исследование внутренней и внешней среды маркетинга предприятия сервиса. SWOT-анализ, Pest-анализ.	подготовка к устному опросу <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучение технологий SWOT-анализ</li> <li>2. Изучение технологий Pest-анализ.</li> </ol>
3	Маркетинговые исследования, виды и направления. Сегментирование рынка. Изучение потребителей, работа с целевой аудиторией.	подготовка к устному опросу <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинговые исследования - виды</li> <li>2. Маркетинговые исследования – направления.</li> </ol>
4	Маркетинговые исследования конкурентов. Маркетинговые исследования продукта сферы услуг.	подготовка к устному опросу <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методы изучения/исследования конкурентов.</li> <li>2. Виды и направления маркетинговых исследований продукта сферы услуг.</li> </ol>
5	Формирование маркетинговой стратегии предприятия сервиса.	подготовка к устному опросу <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виды маркетинговых стратегий</li> <li>2. Разработка маркетинговых стратегий</li> </ol>
6	Продуктовая стратегия предприятия сервиса	подготовка к устному опросу <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Жизненный цикл продукта/услуги.</li> <li>2. Продуктовые стратегии предприятия сервиса</li> </ol>
7	Ценовая стратегия предприятия сервиса	подготовка к устному опросу <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виды ценовых стратегий</li> </ol>

		2. Разработка ценовых стратегий
8	Каналы продаж, b2b, b2c, b2g	подготовка к устному опросу 1. Каналы продаж, b2b 2. Каналы продаж, b2c 3. Каналы продаж, b2g
9	Коммуникативная стратегия предприятия сервиса	подготовка к устному опросу 1. Виды коммуникативных стратегий 2. Направления коммуникативных стратегий тестирование

## 4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 4.2.1 Литература

Бутко, И. И. Маркетинг в туризме : учебное пособие / И. И. Бутко, В. А. Ситников, Е. А. Ситников ; под редакцией И. И. Бутко. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К : Наука-Спектр, 2014. - 410 с. : ил., табл. - ISBN 978-5-394-01565-6. - Текст (визуальный) : непосредственный.

Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08265-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489545> (дата обращения: 30.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 436 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03565-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490858> (дата обращения: 30.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### 4.2.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование СПБД
1.	ScienceDirect : полнотекстовая база данных : сайт / издательство Elsevier. – URL: <a href="https://www.sciencedirect.com/">https://www.sciencedirect.com/</a> (дата обращения: 30.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	SpringerNature : полнотекстовая база данных: сайт / Springer Nature Switzerland AG. Part of Springer Nature. – URL: <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a> (дата обращения: 30.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, 2017 – . – URL: <a href="http://lib.sutr.ru/">http://lib.sutr.ru/</a> (дата обращения: 30.05.2023). – Текст : электронный.
Наименование ИИС	
1.	КонсультантПлюс : справочно-правовая система: сайт / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, 1997 – . – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.

### 4.2.3 Нормативные документы

Конституция Российской Федерации (с комментариями для школьников и обучающихся). С новыми поправками от 2020 года [Текст] : нормативная литература / М. Б. Смоленский ; М. В. Алексева. - 2-е изд. ; стер. - Москва : КноРус, 2021. - 269 с. - ISBN 978-5-406-08189-1.

Гражданский кодекс Российской Федерации: финансовые сделки. Постатейный комментарий к главам 42–46 и 47.1 / под ред. П. В. Крашенинникова. – Москва : Статут, 2018. – 400 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497229> (дата обращения: 30.05.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8354-1450-5 (в обл.). – Текст : электронный.

#### 4.2.4 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

№	Наименование Интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1.	Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа». – Саратов, 2010 – . – URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> (дата обращения: 30.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001 – . – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&amp;view=main_ub">https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&amp;view=main_ub</a> (дата обращения: 30.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Образовательная платформа Юрайт : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . – URL: <a href="https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F">https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F</a> (дата обращения: 30.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4.	Сервис и туризм : тематическая коллекция / ЭБС Book.ru. – Москва, 2010 – . – URL: <a href="https://www.book.ru/cat/578/1">https://www.book.ru/cat/578/1</a> (дата обращения: 30.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
5.	Комплект Сочинского государственного университета / Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс» – Электронная библиотека технического вуза. – Москва : Политехресурс, 2013 – . – URL: <a href="http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-138.html">http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-138.html</a> (дата обращения: 30.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
6.	Сетевая электронная библиотека классических университетов «Лань» : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, 2009 – . – URL: <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a> (дата обращения: 30.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
7.	Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ. – Москва, 2004 – . – Режим доступа: <a href="https://rusneb.ru">https://rusneb.ru</a> (дата обращения: 30.05.2023). – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
8.	Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система : сайт / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, 1997 – . – URL: <a href="https://polpred.com/">https://polpred.com/</a> (дата обращения: 30.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
9.	eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: <a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a> (дата обращения: 30.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
10.	КиберЛенинка : научная электронная библиотека открытого доступа : сайт. – Москва, 2014 – . – URL: <a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a> (дата обращения: 30.05.2023). – Текст : электронный.

#### 4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Для оценки сформированности компетенций разрабатываются оценочные средства по дисциплине.

Форма и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в фонде оценочных средств, который является отдельным документом.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- материалы для текущего контроля оценки знаний по дисциплине;
- материалы для промежуточного контроля оценки знаний по дисциплине.

- критерии оценивания;
- шкалы оценивания.

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации:

1. Основные понятия и термины. Предмет маркетинга: маркетинг mix 4P, 5P, 7P.
2. Рынок в маркетинге (рынок покупателя, рынок продавца).
3. Эволюция маркетинга. Концепции маркетинга и их реализация.
4. SWOT-анализ.
5. PEST-анализ.
6. Сегментирование рынка в туриндустрии: сущность, методы сегментирования.
7. Позиционирование продукта сферы услуг/услуги на рынке.
8. Маркетинговые исследования. Виды, этапы проведения.
9. Методика сегментирования рынка потребителей. Портрет потребителя. Методы определения целевой аудитории.
10. Сущность конкуренции. Виды и анализ конкуренции в сфере услуг.
11. Концепция жизненного цикла продукта как инструмент принятия управленческих решений в маркетинге.
12. Этапы разработки нового продукта сферы услуг в маркетинге, инновационные формы сервиса и обслуживания.
13. Сущность «конкуренции»: виды, анализ конкурентных преимуществ продукта сферы услуг.
14. Товар по-замыслу и товар в реальном исполнении: экспертный метод оценки конкурентоспособности продукта сферы услуг.
15. Стратегии конкурентных преимуществ предприятия.
16. Разработка торгового знака: элементы фирменного стиля.
17. Концепция жизненного цикла продукта как инструмент принятия управленческих решений в маркетинге.
18. Испытание нового продукта: тестирование рынка.
19. Модель потребительского поведения по Ф.Котлеру. Факторы, влияющие на покупательское поведение и мотивацию покупки.
20. Этапы процесса принятия решения о покупке. Категории покупателей по степени восприятия товара-новинки.
21. Взаимосвязь финансово-экономических показателей деятельности предприятия сервиса и его конкурентоспособного положения на рынке.
22. Внешние и внутренние факторы, влияющие на установление цены в маркетинге.
23. Ценовая политика: сущность, элементы.
24. Маркетинговые цели и методы ценообразования.
25. Ценовые стратегии. Стратегии «цена-качество».
26. Реализация ценовой политики: виды цен.
27. Гибкие цены и виды поощрений для посредников: скидки, наценки, бонусы.
28. Стимулирование сбыта и продвижения.
29. Прогноз сбыта: цели, разработка, виды прогнозов.
30. Стратегии обеспечения продаж: стратегия привлечения клиентов к товару; стратегия проталкивания товара.
31. Программа стимулирования сбыта: цели; выбор инструментов стимулирования; участники стимулирования; средства стимулирования; время проведения мероприятий; бюджет.
32. Тестирование программы. Анализ результатов стимулирования сбыта.
33. Характеристика инструментов стимулирования по основным участникам процесса.
34. Сущность маркетинговых коммуникаций. Направления коммуникативного маркетинга: реклама; паблик рилейшнз; прямые продажи; стимулирование сбыта.
35. Планирование бюджета маркетинга.
36. Сущность маркетинговых коммуникаций. Направления коммуникативного маркетинга: реклама; личные продажи; паблик рилейшн; стимулирование сбыта. Современные интернет-технологии продаж и продвижения продукта сферы услуг.

### **Примерные критерии оценивания результатов освоения дисциплины при проведении промежуточной аттестации:**

Нормы оценки знаний предполагают учёт индивидуальных особенностей обучающихся, дифференцированный подход к обучению, проверке знаний, умений, уровня формирования компетенций.

В устных и письменных ответах обучающихся при выполнении практических заданий и расчетов учитываются: глубина знаний, владение необходимыми умениями (в объеме программы), логичность изложения материала, включая обобщения, выводы, соблюдение норм литературной речи, владение навыками и приемами выполнения практических заданий, подтверждение сделанных при решении практических заданий выводов соответствующими нормативными документами, правильность расчета показателей, полнота и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

### **Примерная шкала оценивания ответов обучающегося при проведении промежуточной аттестации по дисциплине (зачет):**

Зачтено выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, чётко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с вопросами и другими видами применения знаний, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приёмами выполнения практических задач, правильно и точно подтверждает сделанные при решении практических заданий выводы соответствующими нормативными документами, точно и правильно отвечает на вопросы, демонстрирует полноту и правильность раскрытия тем.

Не зачтено выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить ответ.

## **5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины**

В течение семестра обучающийся осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, усваивают и повторяют основные понятия. Контроль эффективности самостоятельной работы обучающийся осуществляется путем проверки освоения ими учебных заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки.

Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных форм работы, самостоятельной работы обучающихся.

#### **Методические рекомендации по подготовке обучающийся к практическим занятиям.**

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине обучающийся необходимо научиться работать с литературой. Изучение дисциплины предполагает в том числе отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к практическим занятиям обучающиеся должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы. При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в конспект основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

#### **Методические рекомендации обучающийся по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников.**

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения литературы. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями.

#### **Методические рекомендации обучающимся по подготовке к зачету.**

При подготовке к зачету следует руководствоваться РПД. Обучающийся должен иметь в виду, что некоторые вопросы, имеющиеся в программе, выносятся на самостоятельное изучение.

На зачете обучающийся должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею. При подготовке к ответу на зачете обучающимся разрешено

пользоваться рабочей программой дисциплины. Если обучающийся при ответе на вопросы затрудняется с самостоятельным изложением материала, преподаватель имеет право задать ему ряд вопросов, побуждающих и направляющих обучающихся к полному высказыванию по данной теме, в случае, если ответы на эти вопросы исчерпывают тему, оценка за ответ не снижается. Высказывания обучающихся должны соответствовать сути вопроса, быть логически выстроенными, доказательно раскрывать отношение отвечающего к излагаемой проблеме, выявлять личную точку зрения на использование тех или иных положений теоретического курса в практической работе.

## **5.2 Организация самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Самостоятельная работа обучающихся является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы обучающихся осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя обучающимся оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы для ознакомления и написания контрольной работы;
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы является обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы.

## **5.3 Особенности преподавания дисциплины**

В целях максимального усвоения дисциплины используются следующие технологии обучения:

- Лекция - учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.
- Практическая работа - совместная деятельность обучающихся в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.
- Самостоятельная работа обучающихся предусматривает выполнение работы - задание, которое требует от обучающихся воспроизведения и/или обработки полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей, как правило, творческого подхода.
- Преподавание дисциплины опирается на современный подход к обучению и ориентируется на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, общества и государства в выработке у обучаемых социально полезных знаний, убеждений, черт и качеств характера, отношений и опыта поведения.

Проведение всех видов занятий при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

## **1.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

1. Лекционные занятия: аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
2. Практические занятия: аудитория, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
3. Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.
4. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Таблица 6 – Перечень программного обеспечения

№	Перечень ПО
1	1. Microsoft Windows 7 Professional, 8 Pro, 8.1 Pro, 10 Pro
2	Архиватор 7-zip. Бесплатное программное обеспечение
3	Справочно-правовая система Консультант Плюс

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС СГУ.

### **5.5 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации обучающихся-инвалидов и обучающихся с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья обучающихся-инвалидов и обучающихся с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение обучающихся-инвалидов и обучающихся с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а так же с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype),

что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации обучающихся-инвалидов и обучающихся с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы обучающийся с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

**43.03.01 «Сервис» Бакалавриат**

Сервис транспорта и объектов городской инфраструктуры

**АННОТАЦИЯ**

рабочей программы дисциплины

**Маркетинг в сфере услуг**

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана.

Очная

<b>Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)</b>	3 / 108
<b>Цель изучения дисциплины</b>	получение знаний в области организации маркетинговой деятельности на предприятии сферы услуг
<b>Содержание дисциплины</b>	Общая характеристика маркетинговой деятельности: сущность содержание, основные понятия маркетинга в сфере услуг. Развитие концепций маркетинга и их реализация Исследование внутренней и внешней среды маркетинга предприятия сервиса. SWOT-анализ, Pest-анализ Маркетинговые исследования, виды и направления. Сегментирование рынка. Изучение потребителей, работа с целевой аудиторией. Формирование маркетинговой стратегии предприятия сервиса. Продуктовая стратегия предприятия сервиса Ценовая стратегия предприятия сервиса Каналы продаж, b2b, b2c, b2g Коммуникативная стратегия предприятия сервиса
<b>Формируемые компетенции (коды)</b>	ОПК-4
<b>Индикаторы достижения компетенций</b>	ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования рынка услуг, мотивацию потребителей и конкурентов ОПК-4.2 Организует продвижение и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет технологий ОПК-4.3 Формирует специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг
<b>Дисциплины, участвующие в формировании компетенции</b>	Преддипломная практика
<b>Образовательные технологии</b>	Лекционные занятия, Практические занятия, срс
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	Зачет