

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг в сервисе»

<p style="text-align: center;">Цель изучения дисциплины</p>	<p>Целью изучения дисциплины «Маркетинг в сервисе» является формирование систематизированных знаний о маркетинге как философии бизнеса и управленческой концепции, призванной обеспечивать эффективное функционирование предприятия сферы услуг в условиях высокой конкуренции.</p>
<p style="text-align: center;">Место дисциплины в структуре образовательной программы</p>	<p>Дисциплина «Маркетинг в сервисе» относится к базовой части (Б1.Б.16) учебного плана по направлению подготовки 43.03.01 Сервис профиль подготовки «Сервис гостинично-ресторанных и туристических комплексов».</p>
<p style="text-align: center;">Формируемые компетенции</p>	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-4); - готовность 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).
<p style="text-align: center;">Знания, умения и навыки, получаемые в результате освоения дисциплины</p>	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся приобретает следующие навыки:</p> <p>Знать: сущность маркетинга, содержание его функций, процедур и современные тенденции в развитии; основные задачи и принципы маркетинга в сервисе; основные принципы и методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики организации.</p> <p>Уметь: осуществлять анализ данных, необходимых для решения поставленных маркетинговых задач; проводить исследование рынка, анализировать поведение потребителей, определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг; проводить анализ состояния внутренней среды фирмы, оценивать уровень конкурентоспособности сферы услуг.</p> <p>Владеть: методами проведения маркетинговых исследований в сервисе, навыками сбора, анализа и использования информации, необходимой для принятия различных управленческих решений</p>
<p style="text-align: center;">Содержание дисциплины</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Современная концепция маркетинга в сервисе. 2. Маркетинговое исследование. 3. Маркетинговое изучение потребителей. 4. Маркетинговое изучение рынка сервиса. 5. Формирование маркетинговой стратегии. 6. Маркетинговая продуктовая стратегия. 7. Маркетинговая ценовая стратегия. 8. Маркетинговая сбытовая стратегия. 9. Маркетинговая коммуникационная стратегия.
<p style="text-align: center;">Используемые информационные, инструментальные и программные средства</p>	<p>Основная и дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Алексунин В. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник. 6-е изд. М.: «Дашков и К°», 2014. 216 с. URL: http://znanium.com/bookread2.php?book=511979 2. Безрутенко Ю. В. http://lib.sgap.ru/cgi-bin/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=IBIS&P21DBN=IBIS&S21

	<p>STN=1&S21REF=3&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21STR=Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособ. М.: Дашков и К°, 2014. 228 с.</p> <p>3. Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Маркетинг: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 300 с. URL: http://znanium.com/bookread2.php?book=448306</p> <p>4. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. М.: ИНФРА-М, 2015. 316с. URL: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=478256.</p> <p>5. Котлер Ф., Боуэн Д.Т., Мейкенз Д. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов. 4-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 1071 с. URL: http://znanium.com/bookread2.php?book=872844.</p> <p>6. Маркетинг [Электронный ресурс] : практикум; сост.: С. Л. Кириллов, В. В. Цыnguева. Новосибирск: Изд-во НГАУ, 2013. 85 с. URL: http://znanium.com/bookread2.php?book=515954</p> <p>7. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. проф. Е.И. Багданова. М.: ИНФРА-М, 2011. 214 с. URL: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=222990</p> <p>8. Тимофеев М.И. Маркетинг: Учебное пособие. 3-е изд. М.: ИЦ ПРИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. 223 с. URL: http://znanium.com/bookread2.php?book=463390</p> <p>9. Хмырова С.В. Ресторанный маркетинг: Учебное пособие для студентов вузов. М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 255 с. URL: http://znanium.com/bookread2.php?book=882505.</p> <p style="text-align: center;">Программное обеспечение:</p> <p>Для успешного освоения дисциплины обучающейся используют следующие программные средства:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Операционная система Windows или Linux - пакет офисных программ Microsoft Office или Libre Office. <p style="text-align: center;">Информационно-справочные системы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Справочная правовая система «Консультант Плюс». - Электронные каталоги научной библиотеки СГЮА <p>автоматизированная библиотечная программа ИРБИС;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ресурсы электронно-библиотечной системы «ИНФРА-М»; - Виртуальная обучающая среда Moodle; <p style="text-align: center;">Материально-техническое обеспечение дисциплины:</p> <p>В целях обеспечения учебного процесса при необходимости используется аудитория, оборудованная мультимедийной техникой.</p>
<p style="text-align: center;">Фонд оценочных средств текущего контроля успеваемости обучающихся</p>	<p>Доклады, теоретический опрос, анализ ситуаций, решение тестов, практическое задание.</p>
<p style="text-align: center;">Форма промежуточной аттестации</p>	<p>Экзамен.</p>