

МАРКЕТИНГ УСЛУГ

Б1.В.ОД.10

Дисциплина «Маркетинг услуг» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг», квалификации бакалавр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Главная цель дисциплины «Маркетинг услуг» — формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга услуг, а также в области маркетингового управления компаниями сферы услуг.

Основными задачами дисциплины являются:

- Сформировать у студентов представление об особенностях маркетинга услуг и его механизмах при управлении предприятием;
- Сформировать навыки использования маркетинговых инструментов для формирования конкурентной стратегии предприятия;
- Выработать понимание особенностей сферы услуг, внутренней среды предприятия и механизмов проявления на рынке услуг управленческих и маркетинговых законов;
- Сформировать у студентов практические навыки использования маркетинговой концепции в сфере услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Маркетинг услуг» относится к вариативной части цикла «Дисциплины (модули)» по направлению 38.03.02 «Менеджмент».

Дисциплина «Маркетинг услуг» базируется на дисциплинах «Маркетинг», «Теория организаций», «Экономическая теория», «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования», «Управление продажами» и закладывает необходимые теоретико-методологические основы для эффективного освоения дисциплин «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «ВТЛ-технологии в торговле и маркетинге», а также для успешного прохождения обучающимися учебной и преддипломной практик и итоговой аттестации.

Для успешного овладения содержанием курса «Маркетинг услуг» требуются знания основных теоретических аспектов маркетинга, экономики и менеджмента.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых

результатов обучения по дисциплине «Маркетинг услуг», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 38.03.02 «Менеджмент», профиль подготовки – «Маркетинг».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

Общекультурные:

ОК-3 – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

Профессиональные:

ПК-9 – способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные теоретические понятия дисциплины «Маркетинг услуг»;
- особенности становления и развития российского рынка услуг;
- особенности управления маркетингом услуг;

Уметь:

- применять теоретические положения, идеи и методы маркетинга услуг для решения конкретных практических задач компании;
- эффективно проводить сегментирование рынка услуг;
- оценивать привлекательность рынков и уровень деловой активности; использовать существующие методы изучения и прогнозирования рынков в сфере маркетинга услуг;
- проводить ситуационный анализ для предприятий сферы услуг.

Владеть:

- навыками использования современного инструментария и технологий маркетинга услуг.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов, в том числе аудиторных – 54 часов на очном отделении