Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 31.08.2023 14:20:14
Уникальный программный ключ:
e4e919f04dc802624637575c97796a744138b172b88dd38f9301d8c2340934f9

# АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ
## Маркетинг в сервисной деятельности
**для направления подготовки**
**43.03.01 Сервис,**
**направленность (профиль): «Сервис в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве»**
**Уровень бакалавриата**
**Квалификация выпускника**
**Бакалавр**

***1.1. Цель и задачи дисциплины***

Цель учебной дисциплины заключается в формировании у обучающихся представлений о маркетинге как о науке, помогающей, правильно выбирать целевой рынок, привлекать, сохранять и наращивать количество потребителей; приобретение умений и навыков применения приемов маркетинга для исследования поведения участников рынка избранной сферы профессиональной деятельности, использования инструментария маркетинга в практике хозяйственной деятельности предприятия сервиса.

Задачи учебной дисциплины:

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

– усвоить основные задачи маркетинга сервисной деятельности, их адекватность реальным социально-политическим условиям;

– сформировать представление о товаре, ценообразовании, выборе канала распределения, формировании коммуникационной политики предприятия на основе знания экономической теории.

– приобрести навыки сбора необходимой информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия маркетинговых решений в сервисной деятельности;

– изучить систему мероприятий, осуществляемых управленческими структурами ЖКХ по исследованию, прогнозированию и удовлетворению потребительского спроса населения на высококачественные работы и услуги.

***1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.***

Дисциплина является обязательным элементом части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 ОПОП.

***1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.***

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-9, ОПК-4.; ОПК-5.; ПКО-1

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

| Код компетенции | Содержание компетенции | Индикаторы достижения компетенций |
|---|---|---|
| УК-9 | Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | УК-9.1.<br>Знает понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики |

| | | |
|---|---|---|
| | | УК-9.2.<br>Умеет использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели |
| | | УК-9.3.<br>Владеет навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности |
| ОПК-4 | Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов | 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 |
| ОПК-5 | Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности | ОПК-5.1. Определяет, анализирует, оценивает производственно-экономические показатели предприятий сервиса |
| ПКО-1 | Способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя | ПКО-1.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности |
| | | ПКО-1.2. Участвует в разработке системы клиентских отношений |
| | | ПКО-1.3. Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений |

**1.4. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося**

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет **9** зачетных единиц.

***Очная форма обучения***

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестры |
|---|---|---|
| | | 7 |
| **Аудиторные учебные занятия, всего** | **90** | |
| В том числе: | | |
| Учебные занятия лекционного типа | 42 | |
| Практические занятия | 48 | |
| **Самостоятельная работа обучающихся, всего** | **225** | |
| В том числе: | | |
| Доклады/рефераты | 20 | |
| Самоподготовка, практические задания | 175 | |
| Тестирование | 30 | |
| **Контроль: вид промежуточной аттестации (экзамен)** | **9** | **экзамен** |
| **Общая трудоемкость учебной дисциплины** | **324** | |

***Очно- заочная форма обучения***

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестры |
|---|---|---|
| | | 8 |
| **Аудиторные учебные занятия, всего** | **40** | |
| В том числе: | | |
| Учебные занятия лекционного типа | 20 | |
| Практические занятия | 20 | |
| **Самостоятельная работа обучающихся, всего** | **275** | |
| В том числе: | | |
| Доклады/рефераты | 20 | |
| Самоподготовка, практические задания | 215 | |
| Тестирование | 40 | |
| **Контроль: вид промежуточной аттестации (экзамен)** | **9** | **экзамен** |
| **Общая трудоемкость учебной дисциплины** | **324** | |

***Заочная форма обучения***

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестры |
|---|---|---|
| | | 8 |
| **Аудиторные учебные занятия, всего** | **20** | |
| В том числе: | | |
| Учебные занятия лекционного типа | 8 | |
| Практические занятия | 12 | |
| **Самостоятельная работа обучающихся, всего** | **295** | |
| В том числе: | | |
| Доклады/рефераты | 20 | |
| Самоподготовка, практические задания | 235 | |
| Тестирование | 40 | |
| **Контроль: вид промежуточной аттестации (экзамен)** | **9** | **экзамен** |
| **Общая трудоемкость учебной дисциплины** | **324** | |

**1.5. Содержание учебной дисциплины**

.

| № п/п | Модуль, раздел (тема) |
|---|---|
| 1 | Тема 1. Сущность и содержание маркетинга, его место в экономической науке |
| 2 | Тема 2. Особенности маркетинга сферы услуг |
| 3 | Тема 3. Маркетинговая среда и факторы, на нее влияющие |
| 4 | Тема 4. Анализ рыночной ситуации в маркетинге сферы услуг |
| 5 | Тема 5. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей |
| 6 | Тема 6. Комплекс маркетинга сферы услуг |
| 7 | Тема 7. Маркетинговая информация и исследования рынка услуг |