

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет естественных наук, математики и технологий

Кафедра Теории и методики профессионального образования, сервиса и технологий

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Токарева Ю.С.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.Б.15.Маркетинг в сервисе

на 144 часа(ов), 4 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 43.03.01 – Сервис

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Профиль – Социально-культурный сервис (для набора 2013, 2014, 2015)

Форма обучения очная, заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Целью изучения дисциплины является формирование базовых знаний в области теории и практики маркетинга в сфере услуг. Изучение дисциплины будет способствовать формированию маркетингового мышления, необходимого для успешной работы в современном бизнесе

Задачи изучения дисциплины:

Задачами изучения дисциплины является:

- сущность, специфика и концепции маркетинга в сервисе;
- методов исследования маркетинговой среды в социально-культурном сервисе;
- особенностей формирования, продвижения и реализации услуг на различных уровнях;
- специфики проведения маркетинговых исследований в сфере услуг и поведение потребителей.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина Б1. Б15 «Маркетинг в сервисе» относится к дисциплинам Модуля 2 Основные виды услуг. Данная дисциплина является базовой основой дисциплины «Индустрия гостиничных и ресторанных услуг» и формирует ключевые профессиональные компетенции выпускника, необходимые для профессиональной реализации бакалавра.

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы), 144 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	5 семестр	
Общая трудоемкость		144
Аудиторные занятия, в т.ч.	51	51
лекционные (ЛК)	17	17
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	34	34
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	57	57
Форма промежуточной аттестации в семестре	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам		Всего часов
	4 семестр	5 семестр	
Общая трудоемкость			144
Аудиторные занятия, в т.ч.	8	10	18
лекционные (ЛК)	4	4	8
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	4	6	10
лабораторные (ЛР)	0	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	64	26	90
Форма промежуточной аттестации в семестре		Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)			

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции
ПК – 3	готовность к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности
ПК - 4	готовность к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов
ПК-10	Готовность к проведению экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса
ПК-11	Готовность к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
Знать	Пороговый: 1) содержание маркетинговой концепции 2) основные методы исследований
	Стандартный: 1) теоретические основы маркетинга 2) оценивать рынки сбыта, потребителей
	Эталонный: 1) современные тенденции и направления развития маркетинговых исследований 2) особенности маркетинга в индустрии гостеприимства
Уметь	Пороговый: 1) анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации 2) анализировать рынок услуг
	Стандартный: 1) применять инструменты маркетинга 2) проводить продвижение услуг
	Эталонный: 1) разрабатывать маркетинговые стратегии 2) оценивать рынки сбыта с учетом национально-региональных и демографических факторов
Владеть	Пороговый: 1) навыками формирования услуг 2) навыками применения информации для анализа рынка услуг
	Стандартный: 1) навыками мониторинга рынка индустрии гостеприимства 2) умениями проводить анализ услуг в индустрии гостеприимства
	Эталонный: 1) навыками продвижения услуг 2) навыками применения маркетинговых стратегий

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1	Развитие и современные концепции маркетинга	14	1	4		9
	2	Маркетинговые технологии в сфере услуг	12	2	4		6
2	3	Исследование рынков методами маркетинга	14	2	4		8
	4	Цена и ценовая политика в маркетинге	18	4	6		8
3	5	Маркетинговые коммуникации	12	2	4		6
	6	Особенности маркетинга отдельных сегментов в индустрии гостеприимства	12	2	4		6
4	7	Маркетинговые стратегии	14	2	4		8
	8	Планирование, финансы и контроль в маркетинге	12	2	4		6
Итого			108	17	34	0	57

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1	Развитие и современные концепции маркетинга	12	1	1		10
	2	Маркетинговые технологии в сфере услуг	14	1	1		12
2	3	Исследование рынков методами маркетинга	14	1	1		12
	4	Цена и ценовая политика в маркетинге	15	1	2		12
3	5	Маркетинговые коммуникации	14	1	1		12
	6	Особенности маркетинга отдельных сегментов в индустрии гостеприимства	14	1	1		12
4	7	Маркетинговые стратегии	15	1	2		12
	8	Планирование, финансы и контроль в маркетинге	14	1	1		12
Итого			112	8	10	0	94

3.2. Лекционные занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Эволюция концепции маркетинга. Новые ориентиры маркетинговой концепции. Принципы и функции маркетинга
	2	Анализ внешней и внутренней среды и ее влияние в индустрии гостеприимства. SWOT-анализ STEP-анализ
2	3	Анализ внешней и внутренней среды и ее влияние в индустрии гостеприимства. SWOT-анализ STEP-анализ
	4	Сущность ценовой политики в маркетинге. Методы установления цен в маркетинге
3	5	Понятия и структура массовых коммуникаций: цели, задачи и функции рекламы в сервисе
	6	Понятие качества услуги. Модели качества услуги. Стандарты обслуживания в сервисе как фактор качества услуг. Взаимосвязь с маркетингом качества предоставляемых услуг
4	7	Общая характеристика стратегий маркетинга. Портфельные и конкурентные стратегии
	8	Планирование маркетинга. Определение затрат на маркетинг

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Эволюция концепции маркетинга. Новые ориентиры маркетинговой концепции. Принципы и функции маркетинга

	2	Анализ внешней и внутренней среды и ее влияние в индустрии гостеприимства. SWOT-анализ STEP-анализ
2	3	Спрос и предложение. Сегментация рынка и ее основные критерии
	4	Сущность ценовой политики в маркетинге. Методы установления цен в маркетинге
3	5	Понятия и структура массовых коммуникаций: цели, задачи и функции рекламы в сервисе
	6	Понятие качества услуги. Модели качества услуги. Стандарты обслуживания в сервисе как фактор качества услуг. Взаимосвязь с маркетингом качества предоставляемых услуг
4	7	Общая характеристика стратегий маркетинга. Портфельные и конкурентные стратегии
	8	Планирование маркетинга. Определение затрат на маркетинг

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Новые ориентиры маркетинговой концепции
	2	Особенности влияния внешней и внутренней среды на организацию
2	3	Спрос и предложение при организации услуг. Сегментация рынка.
	4	Цена и ценовая политика

3	5	Структура и продвижение товаров и услуг: реклама, СМИ и другие
	6	Модели качества услуги. Стандарты обслуживания в сервисе
4	7	Маркетинговые стратегии
	8	Планирование и контроль в маркетинге

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Новые ориентиры маркетинговой концепции
	2	Особенности влияния внешней и внутренней среды на организацию
2	3	Спрос и предложение при организации услуг. Сегментация рынка.
	4	Цена и ценовая политика
3	5	Структура и продвижение товаров и услуг: реклама, СМИ и другие
	6	Модели качества услуги. Стандарты обслуживания в сервисе
4	7	Маркетинговые стратегии
	8	Планирование и контроль в маркетинге

3.4. Лабораторные занятия

3.5. Организация самостоятельной работы

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1	Сущность маркетинга в сфере услуг и его отличия от маркетинга товаров	Реферат обзора Реферат - доклад
1	2	Отличительные особенности услуг в индустрии гостеприимства в маркетинге	Подготовка сообщений Подготовка доклада
2	3	Факторы, влияющие на потребительское поведение	Анализ периодической литературы
2	4	Поведение потребителя в разных национальных культурах	Подготовка электронных презентаций
3	5	Варианты охвата рынков: недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг	Реферат обзора Реферат - доклад
3	6	Носители рекламы услуг в индустрии гостеприимства. Средства рекламы	Реферат обзора Реферат - доклад
4	7	Брэнддинг как инструмент продвижения в в индустрии гостеприимства	Подготовка электронных презентаций
4	8	Построение взаимоотношений с клиентами. Программа лояльности	Подготовка электронных презентаций

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1	Сущность маркетинга в сфере услуг и его отличия от маркетинга товаров	Реферат обзора Реферат - доклад
1	2	Отличительные особенности услуг в индустрии гостеприимства в маркетинге	Подготовка сообщений Подготовка доклада
2	3	Факторы, влияющие на потребительское поведение	Анализ периодической литературы

2	4	Поведение потребителя в разных национальных культурах	Подготовка электронных презентаций
3	5	Варианты охвата рынков: недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг	Реферат обзора Реферат - доклад
3	6	Носители рекламы услуг в индустрии гостеприимства. Средства рекламы	Реферат обзора Реферат - доклад
4	7	Брэнддинг как инструмент продвижения в в индустрии гостеприимства	Подготовка электронных презентаций
4	8	Построение взаимоотношений с клиентами. Программа лояльности	Подготовка электронных презентаций

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1	Лекция	Лекция с использованием презентаций	2
2	2	Лекция	Лекция с использованием презентаций	2
3	3	Семинар	Ситуационные задачи	2
4	4	Семинар	Круглый стол (приглашение работодателей)	2
5	5	Семинар	Обсуждение микроисследований	2

5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

[Фонд оценочных средств](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Коль, О.Д. Маркетинг в туристской индустрии: Учебник и практикум / Коль Ольга Дмитриевна; Коль О.Д. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 355. . <http://www.biblio-online.ru/book/F8FB5A29-7678-41BD-85A9-507F3430D4D8>
2. Корнеева, И.В. Маркетинг: Учебник и практикум / Корнеева Ирина Вадимовна;

- Корнеева И.В., Хруцкий В.Е. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 436. <http://www.biblio-online.ru/book/AD797715-625F-4450-A6A9-7BCEAAFA79AF>
3. Кузьмина, Е.Е. Маркетинг: Учебник и практикум / Кузьмина Евгения Евгеньевна; Кузьмина Е.Е. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 385 <http://www.biblio-online.ru/book/9824C2E2-E22F-437F-AAC6-2E4B13D68609>
4. Кулибанова, В.В. Маркетинг в сервисе: Учебник и практикум / Кулибанова Валерия Вадимовна; Кулибанова В.В. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 259. <https://biblio-online.ru/book/28E200D9-D9E7-496C-A3AF-BDEF45409221>
5. Скобкин, С.С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : Учебник / Скобкин Сергей Сергеевич; Скобкин С.С. - 2-е изд. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 218. <http://www.biblio-online.ru/book/7A988CDD-397E-43CF-A04E-E5ACE416952D>

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Баумгартен, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия : Учебник / Баумгартен Леонид Владимирович; Баумгартен Л.В. - М.: Издательство Юрайт, 2017. – 338 с. <http://www.biblio-online.ru/book/A5C2BCE9-AB75-44C1-B75D-59841C8FA74E>
2. Жабина, С.Б. Маркетинг продукции и услуг. Общественное питание : Учебное пособие / Жабина Светлана Борисовна; Жабина С.Б. - 2-е изд. - М.: Издательство Юрайт, 2017. – 264 с. <http://www.biblio-online.ru/book/E2BE1965-BDEF-4F59-865B-44F44A44AC35>
3. Жильцова, О.Н. Интернет-маркетинг: Учебник / Жильцова Ольга Николаевна; Жильцова О.Н. - отв. ред. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 288. <http://www.biblio-online.ru/book/8E5D1B3D-47FA-41B0-BFEC-1B7664B426E0>
4. Карпова, С.В. Инновационный маркетинг: Учебник / Карпова Светлана Васильевна; Карпова С.В. - Отв. ред. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 457 <http://www.biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50-0CDE3679FB4B>
5. Карпова, С.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник и практикум / Карпова Светлана Васильевна; Карпова С.В. - отв. ред., Мхитарян С.В. - отв. ред. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 404. <http://www.biblio-online.ru/book/2740C8E3-D2DF-4A4C-906E-24484CACD467>

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

<https://e.lanbook.com/> Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань».

<https://www.biblio-online.ru/> Электронно-библиотечная система «Юрайт»

<http://www.studentlibrary.ru/> Электронно-библиотечная система «Консультант студента»

<http://window.edu.ru> Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных Интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования.

<http://www.nlr.ru/> Российская национальная библиотека

7. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129,
ауд. 14-101.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), научно-исследовательской работы. Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая.

Мультимедийное оборудование: переносной ноутбук, переносной проектор, экран.

Наборы учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации (переносные).

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129,
ауд. 14-315.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), научно-исследовательской работы, самостоятельной работы. Компьютерный класс. Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая.

Мультимедийное оборудование: переносной ноутбук, переносной проектор, переносной экран.

Комплект специальной учебной мебели.

ПК – 6 шт. (в т.ч. преподавательский).

Наборы учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации (переносные).

Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129,
ауд. 14-102.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Переносной ноутбук – 2 шт., переносной проектор - 2 шт., ПК- 1 шт., принтер Canon – 1 шт., плоттер Roland-1 шт.

Учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Самостоятельная работа заключается:

- в самостоятельной подготовке студента к лекции – чтение конспекта предыдущей лекции. Это помогает лучше понять материал новой лекции, опираясь на предшествующие знания. В начале лекции проводится устный или письменный экспресс-опрос студентов по содержанию предыдущей лекции;
- в подготовке к практическим занятиям по основным и дополнительным источникам литературы;
- в выполнении домашних заданий;
- в самостоятельном изучении отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям; - в выполнении контрольных мероприятий по дисциплине;
- в подготовке докладов и сообщений.

Порядок подготовки к практическим занятиям. Практические занятия предназначены для углубленного изучения предмета. Они помогают студентам овладеть понятийно-терминологическим аппаратом, свободно оперировать им, применять теорию к практическим приложениям, прививают навыки самостоятельного мышления, устного выступления. На практических занятиях знания, которые получили студенты на лекции и в результате самостоятельной работы закрепляются, приобретают качественно иное, более осмысленное содержание расширяются, углубляются. По форме проведения практические занятия могут представлять собой развернутую беседу по заранее сообщенному плану или небольшие доклады студентов. В этом случае на практические занятия можно вынести теоретический материал, который оставлен студентами для самостоятельного изучения. Докладчики могут использовать информационные и коммуникационные технологии для презентаций (тезисы, схемы, видеодемонстрации). После каждого доклада проводится коллективное обсуждение по ряду параметров:

научность, доказательность, новизна, достоинства и недостатки, речь, демонстрация, поведение, контакт с аудиторией и так далее. Практические занятия являются активной формой учебных занятий и широко используются при преподавании данной учебной дисциплины. Как правило, они строятся на основе живого творческого обсуждения, товарищеской дискуссии по рассматриваемой тематике. В процессе обучения используются следующие типы практических занятий: вопросно-ответный семинар; семинар с использованием докладов по вопросам темы семинара; коллоквиум и другие. Общий план проведения практических занятий задается преподавателем заранее. В конце практического занятия преподаватель подводит итоги, выставляет оценки. Таким образом, все студенты: - обязаны сформулировать обоснованный ответ в сжатой форме на каждый вопрос; - ответить на вопросы и замечания преподавателя по содержанию своего «выступления»; - высказать (в устной или письменной форме) свое отношение к выступлениям других студентов.. Методические рекомендации для подготовки сообщения.

Структура устного сообщения:

Структурными элементами сообщения являются: титульный лист, содержание, введение, основная часть, заключение, библиографический список. Содержание должно включать перечень основных структурных элементов сообщения. Во Введении четко формулируется цель выполнения сообщения и средства достижения ее, актуальность и социальную значимость темы. Основная часть – главный содержательный раздел, разбитый на подразделы и пункты в соответствии с составленным планом. Заключение содержит обобщающие выводы по теме и личные оценки автора. Библиографический список использованных источников должен содержать перечень источников, использованных при выполнении сообщения. Источники следует располагать по алфавиту.

Порядок представления и защиты письменного сообщения: Завершенное письменное сообщение представляется студентом преподавателю в срок, определенный преподавателем. Преподаватель анализирует текст, формулирует вопросы по содержанию. Рекомендуемый план защиты доклада: Название темы. Краткое изложение наиболее интересной информации по теме. Способы и результаты поиска информации для выполнения сообщения. Анализ трудностей, с которыми встретились при выполнении работы. Ваше личное отношение к выполненной работе.

Рекомендации по работе с учебной и научной литературой:

Приёмами метода анализа научной литературы являются: составление библиографии, аннотирование, конспектирование, реферирование, цитирование, составление плана.

Библиография составляется в алфавитном порядке. Есть требования ГОСТа по составлению библиографии, которые изредка меняются, потому лучше в библиотеке попросить эти требования. Аннотирование – краткое изложение статьи или пособия в несколько строк. Пример: аннотация на библиографических карточках. Конспектирование – переложение работы автора своими словами или словами автора в той логической последовательности, которая есть у автора, без высказывания своего отношения к тем или иным положениям автора. Реферирование – предполагает анализ работы, как и при конспектировании, но можно изменить логику в зависимости от своих замыслов и обязательно высказывание своих мыслей и мнений о тех или иных положениях автора. Цитирование – если цитируются какие-то мысли, даже если они не дословные, ссылка на автора работы обязательна. Если цитируются точные слова автора, то их надо брать в кавычки.

Разработчик/группа разработчиков: Рыжова Н.И. - доцент

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 31.08.2017 г. № 16)**