

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ 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.О.17.22.Исследование рынка и продвижение услуг

на 108 часа(ов), 3 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 2019)

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 исследования рынка, продвижения в услуг. Изучение дисциплины будет способствовать формированию исследовательского мышления, необходимого для успешной работы в современном бизнесе

Задачи изучения дисциплины:

Задачами изучения дисциплины является:

- исследование конкурентной среды в сервисе;
- исследование потребительского спроса;
- особенностей формирования, продвижения и реализации услуг на различных уровнях;

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Данная дисциплина является составляющей дисциплины «Индустрия гостиничных и ресторанных услуг», «Технология гостиничного сервиса 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 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	4 семестр	
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	48	48
лекционные (ЛК)	16	16
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	32	32
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	60	60
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	4 семестр	
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	16	16
лекционные (ЛК)	8	8
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	8	8
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	92	92
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных услуг	ОПК-4. 1. Осуществляет маркетинговые исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов	Знать: приемы современного сервиса в гостиничном бизнесе Уметь: применять программные продукты при обслуживании потребителей гостиниц Владеть: приемами работы на современном технологическом оборудовании гостиничного хозяйства

	ОПК-4.3. осуществляет продвижение услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет	Знать: технологические новации в гостиничном сервисе Уметь: обслуживать потребителей по условиям комфорта Владеть: приемами работы с различными клиентами в сфере гостиничного сервиса
ПК-3 Способен организовывать и проводить исследования в сфере услуг и участвовать в разработке инновационных решений при осуществлении сервисной деятельности	ПК-3.1. Способен организовывать и проводить исследования конкурентной среды и рынка	Знать: методику обслуживания потребителей в соответствии со стандартом Уметь: применять современные методы обслуживания Владеть: навыками работы на технологическом оборудовании при обслуживании потребителей
	ПК-3.2. Способен организовывать и проводить исследования потребительского спроса	Знать: основы организации работы с персоналом гостиницы Уметь: составлять стандарты обслуживания в зависимости от категории гостиницы Владеть: административными приемами работы

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

3.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
					ЛК	ПЗ (СЗ)	ЛР	
1	1	Программа исследования рынка услуг	Микро и макро среда предприятия сферы услуг. Исследование рынков методами маркетинга	28	4	8		16

2	2	Исследование потребителей и определение целевого рынка	Методы поведения потребителей при исследовании рынка. Сегментирование рынка услуг.	26	4	8		14
3	3	Продвижение услуг	Портфельные стратегии при продвижении услуг. Коммуникационная политика.	26	4	8		14
4	4	Сбытовая политика в сфере услуг	Сущность сбытовой политики в маркетинге. Сбытовая система предприятия сферы услуг	28	4	8		16
Итого				108	16	32	0	60

3.1 Структура дисциплины для заочной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
					ЛК	ПЗ (СЗ)	ЛР	
1	1	Программа исследования рынка услуг	Микро и макро среда предприятия сферы услуг. Исследование рынков методами маркетинга	28	2	2		24
2	2	Исследование потребителей и определение целевого рынка	Методы поведения потребителей при исследовании рынка. Сегментирование рынка услуг.	32	2	2		28
3	3	Продвижение услуг	Портфельные стратегии при продвижении услуг. Коммуникационная политика.	24	2	2		20
4	4	Сбытовая политика в сфере услуг	Сущность сбытовой политики в маркетинге. Сбытовая система предприятия сферы услуг	24	2	2		20
Итого				108	8	8	0	92

3.4. Содержание разделов дисциплины

3.4.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)	
				ОФО	ЗФО

1	1	Микро и макро среда предприятия сферы услуг. Исследование рынков методами маркетинга	Характеристика внешней и внутренней среды и ее влияние на предприятие. SWOT-анализ STEP-анализ значение и применение в сфере услуг.	4	2
2	2	Методы поведения потребителей при исследовании рынка. Сегментирование рынка услуг	Мотивы поведения потребителей. Технология принятия решений о приобретении услуги. Сегментация рынка и ее основные критерии.	4	2
3	3	Портфельные стратегии при продвижении услуг. Коммуникационная политика.	Характеристика стратегий маркетинга. Конкурентные стратегии и стратегии роста. Взаимодействие спроса, предложения и цены	4	2
4	4	Сущность сбытовой политики в маркетинге. Сбытовая система предприятия сферы услуг	Формирование спроса при оказании услуг. Реклама как инструмент продвижения услуг на рынок. Стимулирование сбыта (мероприятия СТИС)	4	2

3.4.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)	
				ОФО	ЗФО
1	1	Микро и макро среда предприятия сферы услуг. Исследование рынков методами маркетинга	Анализ внешней и внутренней среды и ее влияние в индустрии гостеприимства. SWOT-анализ STEP-анализ предприятий.	4	2
2	2	Методы поведения потребителей при исследовании рынка. Сегментирование рынка услуг	Анализ поведения потребителей на примере предприятия услуг. Технология принятия решений о приобретении услуги. Анализ сегментирования рынка и сферы услуг.	4	2
3	3	Портфельные стратегии при продвижении услуг. Коммуникационная политика.	Анализ стратегий маркетинга на предприятиях сферы услуг. Конкурентные стратегии и стратегии роста. Анализ спроса, предложения на предприятиях. Анализ ценовой политики предприятий сервиса.	4	2

4	4	Сущность сбытовой политики в маркетинге. Сбытовая система предприятия сферы услуг	Анализ сбытовой политики при оказании услуг. Анализ спроса, предложения и цены при оказании услуг. Разработка сбытовой политики предприятия сервиса.	4	2
---	---	---	--	---	---

3.4.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)	
				ОФО	ЗФО

3.6. Самостоятельная работа студентов

Модуль	Номер раздела	Содержание материала, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (в часах)	
				ОФО	ЗФО
1	1	Факторы, влияющие на потребительское поведение. Анализ внешней среды сферы услуг в Забайкалье.	реферат	16	24
2	2	Поведения потребителя в разных национальных культурах Построение взаимоотношений с клиентами. Программа лояльности.	конспект	14	28
3	3	Брэнддинг как инструмент продвижения услуг.	конспект	14	20
4	4	Анализ Интернет услуг на предприятиях города	Подготовка электронных презентаций	16	20

4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

5.1.1. Печатные издания

1. Рыжова, Н.И. Маркетинг в сервисе : учеб. пособие / Н. И. Рыжова. - Чита : ЗабГУ, 2019. - 126 с.
2. Синяева, Инга Михайловна. Маркетинг: теория и практика : учебник / Синяева Инга Михайловна, Романенкова Ольга Николаевна. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2013. - 665 с. - (Бакалавр. Углубленный курс). - ISBN 978-5-9916-2191-5 : 856-50.

5.1.2. Издания из ЭБС

1. Кулибанова, В. В. Маркетинг в сервисе : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Кулибанова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 259 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс)
2. Азарова, Светлана Петровна. Маркетинговые коммуникации : Учебник и практикум / Азарова Светлана Петровна; Романенкова О.Н. - Отв. ред. - М. : Издательство Юрайт, 2014. - 456. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3286-7 : 1000.00.

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1. Мазилкина, Елена Ивановна. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Мазилкина Елена Ивановна. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2012. - 332 с. : ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-222-18945-0 : 338-00.

5.2.2. Издания из ЭБС

1. Парамонова, Т.Н. Мерчандайзинг. [Электронный ресурс] / Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов. — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2014. — 144 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/53468> — Загл. с экрана.
2. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 315 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной)
3. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Е. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 385 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9118-

5.3. 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://www.trmost.com/> Электронно-библиотечная система «Троицкий мост»

<http://diss.rsl.ru/> Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки.

6. 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:

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для проведения лабораторных занятий	

Учебные аудитории для промежуточной аттестации	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закреплённой расписанием по кафедре
Учебные аудитории для курсового проектирования(выполнения курсовых работ)	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	
Учебные аудитории для текущей аттестации	
Помещение для самостоятельной работы	

8. 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. Рекомендательный 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.

*Обязательно указываются методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Разработчик/группа разработчиков: Рыжова Нина Ивановна - доцент

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 02.02.2020 г. № 1)**

Согласована с выпускающей кафедрой

Заведующий кафедрой

« ____ » _____ 20 ____ г.