

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 27.01.2021 11:47:44

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085ac5509ac1da1454155621a10ee37e73a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра менеджмента, маркетинга и управления персоналом

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг в сервисе

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Профиль подготовки: Сервисная деятельность в индустрии моды и красоты

Квалификация: бакалавр

Индустриально-педагогический факультет

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 2 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	уп	рп		
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	10	10	10	10
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	36	72	36	72
Итого	72	108	72	108

Рабочая программа дисциплины Маркетинг в сервисе / сост. к.э.н., доцент Трубникова В.В.; Курск. гос. ун-т.
- Курск, 2017. - с.

Рабочая программа составлена в соответствии со стандартом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 20 октября 2015 г. № 1169 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 Сервис (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 12 ноября 2015 г. № 39702)

Рабочая программа дисциплины "Маркетинг в сервисе" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 43.03.01 Сервис профиль Сервисная деятельность в индустрии моды и красоты

Составитель(и):

к.э.н., доцент Трубникова В.В. _____ 20__ г.

© Курский государственный университет, 2017

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.Б
--------------------	------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОК-2: способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах

Знать:

цели, принципы, функции, объекты, средства и методы маркетинга

Уметь:

выявлять, формировать и удовлетворять потребности

Владеть:

умениями и навыками оценки эффективности маркетинговой деятельности

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Методологические основы маркетинга	Раздел			
1.1	Сущность и содержание маркетинговой деятельности фирмы	Лек	4	2	0
1.2	Сущность и содержание маркетинговой деятельности фирмы	Пр	4	2	2
1.3	Сущность и содержание маркетинговой деятельности фирмы	Ср	4	2	0
1.4	Методы измерения степени удовлетворения потребителей	Ср	4	2	0
	Раздел 2. Система маркетинговых исследований	Раздел			
2.1	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Лек	4	2	0
2.2	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Пр	4	2	2
2.3	Разработка и реализация плана исследований	Ср	4	2	0
2.4	Комплексное исследование рынка в системе маркетинга	Лек	4	2	0
2.5	Комплексное исследование рынка в системе маркетинга	Пр	4	2	2
2.6	Прогнозирование, основанное на методах математической статистики	Ср	4	2	0
2.7	Анализ потребительских рынков и поведения покупателей	Лек	4	2	0
2.8	Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе	Пр	4	2	2
2.9	Сегментирование рынка и выбор целевых рынков	Лек	4	2	0
2.10	Сегментирование рынка и выбор целевых рынков	Пр	4	2	2

2.11	Исследование конкурентоспособности продуктов и эффективности маркетинговой деятельности	Ср	4	2	0
	Раздел 3. Планирование и организация маркетинга	Раздел			
3.1	Стратегическое маркетинговое планирование в организации	Лек	4	2	0
3.2	Стратегическое маркетинговое планирование в организации	Пр	4	2	0
3.3	Анализ влияния выбранной стратегии на уровень прибыльности и возможности генерировать наличные деньги (PIMS – the Profit Impact of Market Strategy)	Ср	4	2	0
	Раздел 4. Разработка комплекса маркетинга	Раздел			
4.1	Товарная политика фирмы. Ценовая политика фирмы	Лек	4	2	0
4.2	Товарная политика фирмы. Ценовая политика фирмы	Пр	4	2	0
4.3	Эффекты и способы для продвижения торговых марок на рынке товаров и услуг	Ср	4	2	0
4.4	Ценовая политика фирмы	Лек	4	2	0
4.5	Ценовая политика фирмы	Пр	4	2	0
4.6	Коммуникационная политика предпринимательской фирмы	Лек	4	2	0
4.7	Коммуникационная политика предпринимательской фирмы	Пр	4	2	0
4.8	Экономическая и коммуникативная эффективность рекламы	Ср	4	2	0
4.9	Разработка программы маркетингового исследования	Ср	4	2	0
4.10	Подготовка докладов и рефератов по пройденному материалу	Ср	4	6	0
4.11	Деловая игра "Проведение маркетингового исследования товара"	Ср	4	6	0
4.12	Работа с методическими материалами и научными труда ППС кафедры	Ср	4	6	0
4.13	Экзамен	Экзамен	4	36	0

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л1.1	Кулибанова В. В. - Маркетинг в сервисе: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/28E200D9-D9E7-496C-A3AF-BDEF45409221	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
--	----------	-----------	------

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	Гурова Т. И., Фомина Т. Т. - Маркетинг в сервисе: Учебное пособие - Москва: Московский городской педагогический университет, 2013.	http://www.iprbookshop.ru/26518	1
Л2.2	под ред. Н.Я. Каложновой, А.Я. Якобсона - Маркетинг : общий курс: учеб. пособие, рек. УМО - М.: Омега-Л, 2010.		10
Л2.3	Крылова Г. Д., Соколова М. И. - Маркетинг. Практикум: учеб. пособие - Москва: Проспект, 2008.		15
Л2.4	Маслова Т. Д., Божук С. Г., Ковалик Л. Н. - Маркетинг: учебник для вузов, рек. УМО - Санкт-Петербург: Питер, 2008.		30
6.1.3. Методические разработки			
	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л3.1	Афанасьева Л.А. - Методические вопросы использования маркетинга в коммерческой деятельности: учеб. пособие - Курск: Учитель, 2010.		2
Л3.2	Иванова Л.А. - Учебно-методическое пособие по дисциплине "Функциональный менеджмент: Маркетинг" - Курск: Изд-во Курск. гос. ун-та, 2013.		1
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Интернет-версия "КонсультантПлюс"		
Э2	Сайт журнала "Маркетинг в России и за рубежом"		
Э3	Энциклопедия маркетинга		
Э4	Журнал "Маркетинговые коммуникации"		
Э5	Журнал "Директор по продажам"		
Э6	Журнал "Новый маркетинг"		
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
7.3.1.1	Microsoft Office Professional 2007		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем			
7.3.2.1	Работа в электронной библиотеке КГУ, а также с электронно-библиотечными системами: «Book.ru», «Троицкий мост», «IPRBooks», «Лань», «Книгофонд» по теме исследования		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Лаборатория электротехники, электроники и автоматики, учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа и лабораторных работ, 305000, г. Курск, ул. Радищева, 33, 323 ауд. Комплекты учебных столов и стульев (13 шт.), классная доска.
7.2	Помещения для самостоятельной работы обучающихся – читальный зал, 305000, г. Курск, ул. Радищева, 33, 146 ауд.
7.3	Комплекты учебных столов и стульев (60 шт.), компьютеры.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками, имеющимся на кафедре.

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, поэтому студентам рекомендуется перед очередной лекцией просмотреть по конспекту материал предыдущей. При затруднениях в восприятии материала следует обращаться к основным литературным источникам, к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Для текущего контроля знаний в течение учебного семестра предполагается проведение контрольных точек, включающих тестирование по пройденным темам и выполнение практических заданий по пройденному материалу. Применение контрольных точек в качестве формы текущего контроля знаний студентов способствует систематизированию изучаемого материала и формированию у студентов к моменту итогового контроля целостного комплекса теоретических знаний и практических навыков.

Итоговая форма контроля - зачет.