

43.03.01 «Сервис» Бакалавриат

Сервис транспорта и объектов городской инфраструктуры

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Маркетинг в сфере услуг

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана.

Очная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3 / 108
Цель изучения дисциплины	получение знаний в области организации маркетинговой деятельности на предприятии сферы услуг
Содержание дисциплины	Общая характеристика маркетинговой деятельности: сущность содержание, основные понятия маркетинга в сфере услуг. Развитие концепций маркетинга и их реализация Исследование внутренней и внешней среды маркетинга предприятия сервиса. SWOT-анализ, Pest-анализ Маркетинговые исследования, виды и направления. Сегментирование рынка. Изучение потребителей, работа с целевой аудиторией. Формирование маркетинговой стратегии предприятия сервиса. Продуктовая стратегия предприятия сервиса Ценовая стратегия предприятия сервиса Каналы продаж, b2b, b2c, b2g Коммуникативная стратегия предприятия сервиса
Формируемые компетенции (коды)	ОПК-4
Индикаторы достижения компетенций	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
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Преддипломная практика
Образовательные технологии	Лекционные занятия, Практические занятия, срс
Форма промежуточной аттестации	Зачет