

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.16 «Маркетинг в сервисе»

по направлению подготовки: 43.03.01 «Сервис»

по профилю «Сервис в индустрии моды и красоты»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: МТ

Кафедра-разработчик рабочей программы - менеджмента и предпринимательской деятельности

1 Цели освоения дисциплины:

приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности в сервисе:

- Усвоение основных понятий в области маркетинга в сервисе;
- Выявление, формирование и удовлетворение потребностей;
- Организация проведения маркетинговых исследований: сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации;
- Разработка и внедрение комплекса маркетинга, в т.ч. интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- Анализ и оценка маркетинговой деятельности по разработке стратегии и тактики маркетинга в сфере сервиса;
- Приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирования необходимых для профессиональной деятельности компетенций.

2. Содержание дисциплины «Маркетинг в сервисе»

1. Маркетинг как инструмент развития сферы сервиса и туризма в условиях рыночной экономики: понятие сущности маркетинга;
2. Маркетинговая стратегия, система маркетинга, ее особенности, исследования рынка услуг;
3. Политика цен, продвижение услуг, маркетинг-микс и маркетинговый контроль, организация и деятельность маркетинговой службы предприятия, маркетинговая коммуникация;
4. Международный маркетинг, внешнеэкономический маркетинг – особая составная часть маркетинга, специфика международного маркетинга в России;
5. Контролинг в системе маркетинга.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

систему маркетинга, особенности продвижения услуг.

2) Уметь:

проводить исследования рынка и осуществлять продвижение услуг;
определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг;
прогнозировать спрос и предложения на услуги предприятий сервиса.

3) Владеть:

методами проведения маркетинговых исследований в сервисе.

Зав.каф. МТ



Абуталипова Л.Н.