

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Беспалов Владимир Александрович

Должность: Ректор МИЭТ

Дата подписания: 01.09.2023 16:03:24

Уникальный программный ключ:

ef5a4fe6ed0ff47f1a49d6ad1b49464dc1bf7354f736d76c8f6bca882b8d602

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Маркетинг услуг»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) – «Маркетинг и управление инновационными проектами»

Уровень образования – бакалавриат

Форма обучения – очная

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является получение студентами теоретических основ и практических навыков по разработке инструментов маркетинга с учетом особенностей рынка и специфики услуг.

Задачи дисциплины:

- получение теоретических и практических знаний о предмете, структуре и основных положениях маркетинга услуг;
- получение практических навыков по применению теории маркетинга для решения практических маркетинговых задач в сфере услуг;
- формирование у студентов знаний и умений разрабатывать и совершенствовать комплекс маркетинга в сфере услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Маркетинг услуг» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы.

Результатом освоения дисциплины является формирование компетенции ПК-5 «Способен проводить маркетинговые исследования и формировать предложения по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга на основе результатов исследования», сформулированной на основе профессионального стандарта 08.035 «Маркетолог».

Для усвоения материала дисциплины необходимо знание экономической теории, основ маркетинга и поведения потребителей, умение анализировать спрос и разрабатывать мероприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга, наличие опыта деятельности в области анализа спроса и разработки мероприятий по увеличению объемов продаж.

3. Краткое содержание дисциплины

Цель и задачи маркетинга услуг. Основные теоретические понятия маркетинга в сфере услуг. Сегментация рынка и технологии выбора целевого сегмента в сфере услуг. Методика маркетинговых исследований в сфере услуг. Процессы разработки комплекса маркетинга в сфере услуг. Потребительские риски в сфере услуг. Разработка маркетинговых политик и программ в сфере услуг. Оценка эффективности комплекса маркетинга в сфере услуг.

Разработчик:

Доцент кафедры МиУП, к.э.н., доцент Торгашова А.В.

