

**Аннотация  
рабочей программы учебной дисциплины  
«МАРКЕТИНГ УСЛУГ»**

**1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**1.1. Цель изучения дисциплины** – обучить студентов, будущих специалистов в области менеджмента творчески применять принципы и методы маркетинга и тем самым способствовать решению важнейших социально-экономических задач, закупочной деятельности предприятия, насыщению рынка товарами и услугами, удовлетворению потребностей в них, а более конкретно-успешной и прибыльной работе своего предприятия.

**1.2. Задачи учебной дисциплины:**

– формирование знаний об основных теоретических и методологических основах современного маркетинга. Ознакомление с современными интегрированными маркетинговыми концепциями и системами; основами функционального маркетинг-менеджмента в организациях бизнеса; место маркетинга услуг в общей системе предпринимательства; экономические и организационные предпосылки развития предприятий сферы услуг, формирование соответствующей системы планирования.

– анализировать коммуникационные процессы в организации, применять инструменты стратегического маркетингового анализа на практике, ставить и решать задачи операционного маркетинга, выявлять взаимосвязи между функциональными стратегиями компании.

– научить использовать методы реализации основных маркетинговых функций (принятие решений, исследование, управление организации и контроль.

- обладание навыками оформления хозяйственных связей в сфере предоставления услуг.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО**

**2.1. Цикл (раздел) ООП:**

Дисциплина «Маркетинг услуг» (Б1.В.ДВ.5.1) является относится к вариативной части профессионального цикла ООП и является дисциплиной по выбору.

**2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП**

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Маркетинг услуг», необходимы обучающимся для освоения компетенций, формируемых такими учебными дисциплинами как «Международный маркетинг», «Региональный маркетинг», «Маркетинговый менеджмент», «Маркетинговые коммуникации» и др.

**3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

Код сущ-ей компетенции по ГОС ВПО	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ОПК-2	способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	<b>Знать:</b> - структуру рабочего места как исходного элемента общества как системы; - принципы организации и сбалансированности рабочего места; - методы, основы технологии и возможности прикладной социологии в профессиональной сфере по направлению подготовки; <b>Уметь:</b> - рассматривать общество как систему, в

		<p>которой исходным элементом выступает структура рабочего места;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- распознавать и описывать структуру рабочего места;</li> <li>- применять методы, основы технологии и возможности прикладной социологии в профессиональной сфере по направлению подготовки;</li> </ul> <p><b>Владеть (навыки и/или опыт деятельности):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципами организации и сбалансированности рабочего места;</li> <li>- элементарными навыками применения методов, основ технологии и возможностей прикладной социологии в профессиональной сфере по направлению подготовки;</li> </ul>
ДПК - 10	способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса	<p><b>Знать:</b> методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса.</p> <p><b>Владеть:</b> культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.</p>

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Теоретические основы маркетинга услуг.

Раздел 2. Маркетинговый менеджмент в сфере услуг.

Раздел 3 Стратегия сервисной организации.

#### 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционные технологии (лекция, практическое занятие, зачет), технологии интерактивного обучения (дискуссии, игровые технологии), проблемное обучение.

**Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:**

**Малиненко В.Е., канд.экон.наук., доцент кафедры маркетинга и логистики.**