

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 06.06.2022 16:44:45
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:

Руководитель ООП

[Handwritten signature]
» 04 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Маркетинг в сервисе

Направление подготовки

43.03.01. Сервис

Направленность (профиль)

Социально-культурный сервис

Для студентов 3 курса,

очная форма обучения

Составитель: Комарова Е.В.

[Handwritten signature]

Тверь, 2019

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов необходимого комплекса знаний, умений и навыков в области применения маркетинговых инструментов в практической деятельности сервисных предприятий и организаций.

Задачи дисциплины:

- освоение студентами основных понятий, принципов, средств и методов маркетинга;
- осознание студентами важности роли маркетинга для достижения высокой конкурентоспособности предприятий сферы сервиса;
- развитие навыков применения маркетинговых средств для повышения эффективности бизнеса в сфере оказания сервисных услуг.

2. Место дисциплины в структуре ООП

В соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению «Сервис» учебная дисциплина «Маркетинг в сервисе» входит в обязательную часть дисциплин ООП. Дисциплина неразрывно связана с дисциплинами ООП: «Маркетинговые исследования», «Технологии продаж», «Реклама в сервисе», «Сувенирный сервис».

3. Объем дисциплины: 3 зачетных единиц, 108 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 34 часов, практические занятия 17 часов.

самостоятельная работа: 30 часов, контроль 27

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК – 4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	<p>4.1 Осуществляет маркетинговые исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов</p> <p>4.2 Знает и умеет использовать основные методы продаж услуг, в том числе он-лайн</p>

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения экзамен, 5 семестр

6. Язык преподавания русский.