

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ «МЕНЕДЖМЕНТ»

ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ»

ДИСЦИПЛИНА «МАРКЕТИНГ УСЛУГ»

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Цель дисциплины – формирование у студентов основных теоретических знаний, практических навыков и компетенций, необходимых для эффективного выполнения задач на позициях менеджер по маркетингу, бренд-менеджер в сфере услуг.

Задачи курса:

- сформировать представление о маркетинге услуг как составной части маркетинга;
- обеспечить знание теоретических основ маркетинга услуг;
- сформировать навыки использования современного инструментария и технологий маркетинга услуг
- формирование компетенций для эффективного управления маркетинговой деятельностью в сфере услуг;

2. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- особенности маркетинга сферы услуг;
- концепцию "качества услуг" и подходы к его оценке в сфере услуг;
- роль служащих и клиентов в процессе оказания услуги,
- стратегии внутреннего маркетинга;
- тенденции использования маркетинга для повышения степени удовлетворенности потребителей и конкурентоспособности компании сферы услуг

Уметь:

- организовать маркетинговую деятельность на предприятии сферы услуг;
- планировать маркетинговые мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях;
- формировать приоритеты продуктовой политики компании, включая управление процессами;
- разрабатывать ценовые стратегии и условия их применения на предприятиях сферы услуг;
- активно использовать ценовые инструменты в конкурентной политике предприятия.
- обеспечивать доступность услуг в нужном месте и нужное время;
- развивать коммуникативные связи предприятий услуг с рынком;
- разрабатывать программы качественного обслуживания; удержания потребителей и формирования продолжительных взаимоотношений с ними;

Владеть навыками:

- стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации сферы услуг, направленной на обеспечение конкурентоспособности;
- обоснования и аргументированного доказательства маркетинговых изменений в компании;

3. Основные разделы дисциплины:

- Сфера услуг в общественном разделении труда.
- Становление маркетинга услуг как самостоятельной научной дисциплины.
- Становление маркетинга услуг как самостоятельной научной дисциплины.
- Особенности ценовой политики в сфере услуг. Управление доходами сервисной компании
- Каналы распределения услуг. Дизайн организаций сферы услуг
- Особенности продвижения услуг. Управление ожиданиями потребителей.
- Поведение потребителей услуг
- Управление взаимоотношениями с клиентами. Удержание потребителей услуг
- Качество услуг
- Роль персонала в процессе обслуживания. Внутренний маркетинг
- Формирование продуктовой политики в сфере услуг. Проектирование процессов
- Управление очередями и система предварительных заказов

Составитель: к.э.н., доцент М. В. Гладкова