

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ
«МАРКЕТИНГ УСЛУГ»**

ОПОП по направлению подготовки 43.03.02 – «Туризм»

Профиль «Технология и организация спортивно-оздоровительных услуг»

Форма обучения Очная

4 курс 7 семестр

(на 20__ / __ учебный год)

№ занятия	Посещаемость/ балл	Содержание занятий и виды контроля	Кол-во баллов min/ max	Накопительная «стоимость»/ балл	Кол-во часов самостояте льной работы на подготовку к видам контроля
1	2	3	4	5	6
Базовый модуль					
1	0,5	Лекция №1. Развитие маркетинговых процессов в сфере услуг.		0,5/0,5	
2		Семинар №1. *Содержание маркетинга в сфере услуг. Особенности маркетинга в сфере услуг.		0,5/0,5	
	0,5	Лекция №2. Маркетинговая среда в сфере услуг.		1/1	
		Семинар №2. Рынок услуг и маркетинговая среда в сфере услуг. Маркетинговые рычаги управления.		1/1	
		Текущий контроль 1. Маркетинговая среда в сфере услуг. Письменный опрос.	2/5	3/6	10
5	0,5	Лекция №3. Потребитель и потребность в услугах.		3,5/6,5	
6		Семинар №3. Потребитель на рынке услуг и система потребностей.		3,5/6,5	
	0,5	Семинар №4.* Управление товарной продукцией на рынке услуг.. Специфика услуги как товара.		4/7	
7		Текущий контроль 2. Потребитель и производитель как основные субъекты маркетинговой среды в сфере услуг. Устный опрос. Дискуссия.	1/5	5/12	10
9	0,5	Лекция №4. Отношения между производителем услуг и продуктов и потребителем.		5,5/12,5	
10		Семинар №5. Управление взаимоотношениями между производителем и потребителем на рынке услуг.		5,5/12,5	
		Текущий контроль 3. Взаимоотношения между производителем и потребителем на рынке услуг. Письменный опрос.	2/5	7,5/17,5	10
13	0,5	Лекция №5. Отношения между		8/18	

		производителями услуг. Система конкуренции.			
14		Семинар №6. Факторы, характеризующие функционирование товара на рынке с точки зрения отношения потребителей к товару. Факторы, характеризующие рынок с точки зрения взаимоотношения производителей и потребителей.		8/18	
		Текущий контроль 4. Система конкуренции. Устный опрос. Дискуссия.	1/5	9/23	10
16	0,5	Лекция №6. Отношения между производителем и прочими субъектами рынка услуг.		9,5/23,5	
		Семинар №7.* Конкурентные преимущества и отношения. Конкуренция на рынке услуг.		9,5/23,5	
	0,5	Семинар №8. Рыночное партнерство. Рынок как система взаимодействия экономических субъектов.		10/24	
18	0,5	Лекция №7. Функции маркетинга.		10,5/24,5	
19		Семинар №9. Исследование функций маркетинга в сфере услуг, их взаимосвязь и логическая последовательность.		10,5/24,5	
	0,5	Семинар №10*. Разработка стратегии маркетинга в области услуг.		11/25	
22		Текущий контроль 5. Анализ функций маркетинга. Письменный опрос. Дискуссия.	2/5	13/30	10
23	0,5	Лекция №8. Политика маркетинга.		13,5/30,5	
		Семинар №11.* Маркетинговые решения и стратегия по услугам РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ 1.	2/10!	15,5/40,5	2
	0,5	Лекция №9. Процесс планирования.		16/41	
	0,5	Практическое занятие №1. Разработка торговых знаков и марок предприятий туристской индустрии		16,5/41,5	
		Практическое занятие №2. Определение вида цены и стратегии ценообразования			
	0,5	Лекция №10. Процесс управления маркетинговой деятельностью организаций по продвижению.		17/42	
	0,5	Семинар №12. *Системное представление о процессе управления маркетинговой деятельностью организации по продвижению услуг.		17,5/42,5	
	0,5	Семинар №13. Организация маркетинговой службы в организации, предоставляющей услуги.		18/43	

		Практическое занятие №3. Анализ ситуаций по выбору оптимальных каналов сбыта и методов распределения туристских продуктов			
		Текущий контроль 6. Маркетинговая деятельность в организации. Опрос. Дискуссия.	1/5	19/48	10
	0,5	Лекция №11. Службы маркетинга.		19,5/48,5	
		Семинар №14. *Состав и основные положения теории и практики рекламной деятельности		19,5/48,5	
		Текущий контроль 7. Функционирование маркетинговой службы организации. Устный опрос. Представление реферата с презентацией на заданную тему.	1/5	20,5/53,5	10
	0,5	Лекция №12. Разработка маркетингового плана фирмы		21/54	
		Семинар №15. *Юридические аспекты продвижения услуг		21/54	
	0,5	Лекция №13. Международный маркетинг.		21,5/54,5	
		Семинар №16. Специфика международного маркетинга.		21,5/54,5	
		Семинар №17. Международные экономические отношения в сфере маркетинга.		21,5/54,5	
		Текущий контроль 8. Международные экономические отношения в сфере маркетинга. Устный опрос. Дискуссия.	1/5	22,5/59,5	10
	0,5	Лекция №14. Маркетинг на экспортном и международном этапах интернационализации бизнеса		23/60	
		Семинар №18.* Маркетинг глобализации деятельности фирмы		23/60	
2 рубежный контроль (ЦОКО) – тестирование			5/10	28/70	2
Промежуточный контроль (ЗАЧЕТ) может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей			22/30	50/100	10
Итоговая сумма баллов за 7 семестр			50/100	100	

* 22 часа отводится на интерактивные занятия

Дополнительный модуль (4 курс 7 семестр)

№ п.п.	Сроки проведения	Виды деятельности	Количество баллов
1	По расписанию преподавателя	Развитие маркетинговых процессов в процессе разработки услуги. Маркетинговая среда в сфере услуг. Потребитель и потребность в услугах.	10

		Производитель и услуги. Маркетинговые исследования.	
2		Отношения между производителем услуг и потребителем. Система обмена. Отношения между производителями услуг. Система конкуренции. Отношения между производителем и прочими субъектами рынка туристских услуг и продуктов. Система партнерства.	10
3		Функции и стратегии маркетинга услуг. Политика маркетинга услуг. .	10
4		Процесс управления маркетинговой деятельностью организаций по продвижению услуг. Службы маркетинга.	10
5		Международный маркетинг.	10
Итого:			50