

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ  
«МАРКЕТИНГ УСЛУГ»

**ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент**  
**Направленность (профиль): «Менеджмент организации»**  
**Заочная форма обучения**

**3 курс 6 семестр**

**(на 20\_\_/\_\_ учебный год)**

№ занятия	Посещаемость/балл	Содержание занятий и виды контроля	Кол-во баллов min/ max	Накопительная «стоймость»/балл	Кол-во часов самостоятельной работы на подготовку к видам контроля
1	2	3	4	5	6
<b><u>Базовый модуль</u></b>					
1		<b>Лекция №1.</b> Развитие маркетинговых процессов в сфере услуг. Маркетинговая среда в сфере услуг.			
2		Семинар №1. Содержание маркетинга в сфере услуг. Особенности маркетинга в сфере услуг.			
3		<b>Лекция №2.</b> Отношения между производителем услуг и продуктов и потребителем. Отношения между производителями услуг. Система конкуренции.			
4		Семинар №2. Управление взаимоотношениями между производителем и потребителем на рынке услуг.			
5		<b>Текущий контроль 1.</b> Взаимоотношения между производителем и потребителем на рынке услуг  <b>Письменный опрос.</b>	3/10	3/10	10
6		Семинар №3. Исследование функций маркетинга в сфере услуг, их взаимосвязь и логическая последовательность.			
7		<b>Текущий контроль 2.</b> Анализ функций маркетинга.  <b>Устный опрос. Дискуссия.</b>	2/10	5/20	10

		<b>Лекция №3.</b> Процесс управления маркетинговой деятельностью организаций по продвижению.			
8		Семинар №4. Организация маркетинговой службы в организации, предоставляющей услуги.			
10		<b>Текущий контроль 3.</b> Функционирование маркетинговой службы организации.  <b>Письменный опрос.</b>	3/10	8/30	10
11		Семинар №5. Специфика международного маркетинга			
<b>Контрольная работа</b>			<b>15/30!</b>	23/60	6
<b>Рубежный контроль - письменный опрос</b>			<b>5/10</b>	28/70	4
<i>Промежуточный контроль (ЭКЗАМЕН) может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей</i>			<b>22/30</b>	<b>50/100</b>	36
<b>Итоговая сумма баллов за 6 семестр</b>			<b>50/100</b>	<b>100</b>	
* 6 часов отводится на интерактивные занятия					

**Дополнительный модуль (3 курс 6 семестр)**

№ п.п.	Сроки проведе- ния	Виды деятельности	Количество баллов
1	По расписанию преподавателя	Отношения между субъектами рынка.	15
2		Анализ функций маркетинга.	15
3		Процесс управления маркетинговой деятельностью организации. Международный маркетинг.	20
Итого:			50