

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 «стоимость»/балл	Кол-во часов самостоятельной работы на подготовку к видам контроля
1	2	3	4	5	6

Базовый модуль

1		Лекция №1. 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		Лекция №2. 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		Текущий контроль 1. Взаимоотношения между производителем и потребителем на рынке услуг Письменный опрос.	3/10	3/10	10
6		Семинар №3. Исследование функций маркетинга в сфере услуг , их взаимосвязь и логическая последовательность.			
7		Текущий контроль 2. Анализ функций маркетинга. Устный опрос. Дискуссия.	2/10	5/20	10

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

Дополнительный модуль (3 курс 6 семестр)

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