

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ
«МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ»**

ОПОП по направлению 43.03.01 – «Сервис»
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 самостоятельной работы на подготовку к видам контроля
1	2	3	4	5	6
Базовый модуль					
1	0,5	Лекция №1. Введение в маркетинговые исследования.		0,5/0,5	
2		Семинар №1. Введение в маркетинговые исследования.		0,5/0,5	
3		Практическое занятие №1. Установление основных видов потребностей в товарах и услугах сферы сервиса как средств их удовлетворения		0,5/0,5	
5	0,5	Лекция №2. Процесс маркетинговых исследований.		1/1	
6	0,5	Семинар №2.. Процесс маркетинговых исследований.		1,5/1,5	
8		Текущий контроль 1. Маркетинговая среда организации. Письменный опрос.	2/5	3,5/6,5	2
9	0,5	Лекция №3. Методы маркетинговых исследований.		4/7	
10	0,5	Практическое занятие №2. Разработка должностной инструкции работника службы маркетинга предприятий сферы сервиса		4,5/7,5	
11	0,5	Практическое занятие №4. Разработка и анализ анкет по основным параметрам		5/8	
12		Текущий контроль 2. Потребитель и производитель как основные субъекты маркетинговой среды в сфере сервиса. Устный опрос. Дискуссия.	1/5	6/13	2
13	0,5	Лекция №4. Обработка информации, полученной при проведении маркетинговых исследований .		6,5/13,5	
14		Практическое занятие №3. Выявление влияния факторов окружающей среды маркетинга на деятельность предприятия		6,5/13,5	

		сферы сервиса			
15		Текущий контроль 3. Система обмена на рынке. Письменный опрос.	2/5	8,5/18,5	
16	0,5	Лекция №5. Подготовка итогового отчета о проведенном маркетинговом исследовании.		9/19	
18		Семинар №3. Методы маркетинговых исследований .		9/19	
19		Текущий контроль 4. Система конкуренции на рынке. Устный опрос. Представление реферата с презентацией на заданную тему.	1/5	10/24	2
20	0,5	Лекция №6. . Ситуационный анализ.		10,5/24,5	
21		Семинар №4 Обработка информации, полученной при проведении маркетинговых исследований.		10,5/24,5	
22		Текущий контроль 5. Система рыночного партнерства. Устный опрос. Дискуссия.	1/5	11,5/29,5	
23	0,5	Лекция №7. Изучение потребителей.		12/30	
24		Семинар №5. Подготовка итогового отчета о проведенном маркетинговом исследовании. РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ 1	2/10!	14/40	
25		Практическое занятие №5. Разработка торговых знаков и марок предприятий сферы сервиса		14/40	
26		Текущий контроль 6. Анализ функций маркетинга. Письменный опрос.	2/5	16/45	
27	0,5	Лекция №8. Анализ привлекательности рынка услуг.		16,5/45,5	
28	0,5	Семинар №6 Ситуационный анализ.		17/46	
29	0,5	Практическое занятие №6. Анализ ситуаций по выбору оптимальных каналов сбыта и методов распределения товаров и услуг сферы сервиса		17,5/46,5	
30	0,5	Лекция №9. Анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности агентства в области связей с общественностью.		18/47	
31	0,5	Семинар №7. Изучение потребителей.		18,5/47,5	
32	0,5	Практическое занятие №7. Изучение методов формирования спроса и стимулирования сбыта предприятий		19/48	

		сферы сервиса			
33	0,5	Лекция №10. Применение основных методов в связях с общественностью.		19,5/48,5	
34	0,5	Семинар №8..Анализ привлекательности рынка услуг.		20/49	
35		Практическое занятие №8. Управление маркетинговой деятельностью отечественных организаций сферы сервиса.		20/49	
36		Текущий контроль 7. Функционирование маркетинговой службы организации. Устный опрос. Представление реферата с презентацией на заданную тему.	1/5	21/54	
37	0,5	Лекция №11. Международный маркетинг.		21,5/54,5	
38		Семинар №9. Специфика международного маркетинга.		21,5/54,5	
39		Практическое занятие №9. Управление маркетинговой деятельностью отечественных организаций сферы сервиса.		21,5/54,5	
40		Текущий контроль 8. Международные экономические отношения в сфере спортивного маркетинга. Устный опрос. Дискуссия.	1/5	22,5/59,5	
41	0,5	Лекция №12. Маркетинг на экспортном и международном этапах интернационализации бизнеса		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	6
Итоговая сумма баллов за 7семестр			50/100	100	
* 12 часов 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. Маркетинговая среда предприятий сферы сервиса. Потребитель и потребность. Производитель и услуги и товары.	10
2		Отношения между производителем предприятий сферы сервиса и потребителем . Система обмена. Отношения между производителями. Система конкуренции.	10
3		Отношения между производителем и прочими субъектами рынка. Система партнерства. Функции и стратегии маркетинга.	10
4		Политика маркетинга. Процесс управления	10

		маркетинговой деятельностью организаций.	
5		Службы маркетинга. Международный маркетинг.	10
		Итого:	50