

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет естественных наук, математики и технологий
Кафедра Теории и методики профессионального образования, сервиса и технологии

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Факультет естественных
наук, математики и
технологий

Токарева Юлия Сергеевна

«___» _____ 20____
г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.17.22 Исследование рынка и продвижение услуг
на 108 часа(ов), 3 зачетных(ые) единиц(ы)
для направления подготовки (специальности) 43.03.01 - Сервис

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
«___» _____ 20____ г. №_____

Профиль – Социально-культурный сервис (для набора 2023)
Форма обучения: Очная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

формирование базовых знаний исследования рынка, продвижения в услуг. Изучение дисциплины будет способствовать формированию исследовательского мышления, необходимого для успешной работы в современном бизнесе

Задачи изучения дисциплины:

- исследование конкурентной среды в сервисе; - исследование потребительского спроса; - особенностей формирования, продвижения и реализации услуг на различных уровнях;

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Данная дисциплина является составляющей дисциплины «Индустрия гостиничных и ресторанных услуг», «Технология гостиничного сервиса и формирует ключевые профессиональные компетенции выпускника, необходимые для профессиональной реализации бакалавра.

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Виды занятий	Семестр 4	Всего часов
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	48	48
Лекционные (ЛК)	16	16
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	32	32
Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	60	60
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ОПК-4	ОПК-4. 1. Осуществляет маркетинговые исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов	<p>Знать: приемы современного сервиса в гостиничном бизнесе</p> <p>Уметь: применять программные продукты при обслуживании потребителей гостиниц</p> <p>Владеть: приемами работы на современном технологическом оборудовании гостиничного хозяйства</p>
ОПК-4	ОПК-4.3. осуществляет продвижение услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет	<p>Знать: технологические новации в гостиничном сервисе</p> <p>Уметь: обслуживать потребителей по условиям комфорта</p> <p>Владеть: приемами работы с различными клиентами в сфере гостиничного сервиса</p>
ПК-3	ПК-3.1. Способен организовывать и проводить исследования конкурентной среды и рынка	Знать: методику обслуживания потребителей в соответствии со

		<p>стандартом</p> <p>Уметь: применять современные методы обслуживания</p> <p>Владеть: навыками работы на технологическом оборудовании при обслуживании потребителей</p>
ПК-3	ПК-3.2. Способен организовывать и проводить исследования потребительского спроса	<p>Знать: основы организации работы с персоналом гостиницы</p> <p>Уметь: составлять стандарты обслуживания в зависимости от категории гостиницы</p> <p>Владеть: административными приемами работы</p>

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

3.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			С Р С
					Л К	П З (С З)	Л Р	
1	1.1	Программа исследования рынка услуг	Микро и макро среда предприятия сферы услуг. Исследование рынков методами маркетинга	28	4	8	0	16
2	2.1	Исследование потребителей	Методы поведения потребителей при	26	4	8	0	14

		и определение целевого рынка	исследовании рынка. Сегментирование рынка услуг.					
3	3.1	Продвижение услуг	Портфельные стратегии при продвижении услуг. Коммуникационная политика.	26	4	8	0	14
4	4.1	Сбытовая политика в сфере услуг	Сущность сбытовой политики в маркетинге. Сбытовая система предприятия сферы услуг	28	4	8	0	16
Итого				108	16	32	0	60

3.2. Содержание разделов дисциплины

3.2.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Микро и макро среда предприятия сферы услуг. Исследование рынков методами маркетинга	Характеристика внешней и внутренней среды и ее влияние в на предприятие. SWOT-анализ STEP- анализ значение и применение в сфере услуг	4
2	2.1	Методы поведения потребителей при исследовании рынка. Сегмен тирование рынка услуг	Мотивы поведения потребителей. Технология принятия решений о приобретении услуги. Сегментация рынка и ее основные критерии.	4
3	3.1	Портфельные стратегии при продвижении услуг. Комму никационная политика.	Характеристика стратегий маркетинга. Конкурентные стратегии и стратегии роста. Взаимодействие спроса, предложения и цены	4
4	4.1	Сущность сбытовой	Формирование спроса при оказании услуг. Реклама как инструмент	4

		политики в маркетинге. Сбытовая система предприятия сферы услуг	продвижения услуг на рынок. Стимулирование сбыта (мероприятия СТИС)	
--	--	---	---	--

3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Микро и макро среда предприятия сферы услуг. Исследование рынков методами маркетинга	Анализ внешней и внутренней среды и ее влияние в индустрии гостеприимства. SWOT-анализ STEP-анализ предприятий.	4
2	2.1	Методы поведения потребителей при исследовании рынка. Сегментирование рынка услуг	Анализ поведения потребителей на примере предприятия услуг. Технология принятия решений о приобретении услуги. Анализ сегментирования рынка и сферы услуг.	4
3	3.1	Портфельные стратегии при продвижении услуг. Коммуникационная политика.	Анализ стратегий маркетинга на предприятиях сферы услуг. Конкурентные стратегии и стратегии роста. Анализ спроса, предложения на предприятиях. Анализ ценовой политики предприятий сервиса	4
4	4.1	Сущность сбытовой политики в маркетинге. Сбытовая система предприятия сферы услуг	Анализ сбытовой политики при оказании услуг. Анализ спроса, предложения и цены при оказании услуг. Разработка сбытовой политики предприятия сервиса.	4

3.2.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер	Тема	Содержание	Трудоемкость
--------	-------	------	------------	--------------

	раздела			(в часах)

3.3. Содержание материалов, выносимых на самостоятельное изучение

Модуль	Номер раздела	Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной деятельности	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Факторы, влияющие на потребительское поведение. Анализ внешней среды сферы услуг в Забайкалье	реферат	16
2	2.1	Поведения потребителя в разных национальных культурах Построение взаимоотношений с клиентами. Программа лояльности.	конспект	14
3	3.1	Брэнддинг как инструмент продвижения услуг.	конспект	14
4	4.1	Анализ Интернет услуг на предприятиях города	Подготовка электронных презентаций	16

4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

5.1.1. Печатные издания

1. Рыжова, Н.И. Маркетинг в сервисе : учеб. пособие / Н. И. Рыжова. - Чита : ЗабГУ, 2019. - 126 с.

2. Синяева, Инга Михайловна. Маркетинг: теория и практика : учебник / Синяева Инга Михайловна, Романенкова Ольга Николаевна. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2013. - 665 с. - (Бакалавр. Углубленный курс). - ISBN 978-5-9916-2191-5 : 856-50.

5.1.2. Издания из ЭБС

1. Кулибанова, В. В. Маркетинг в сервисе : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Кулибанова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 259 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс)

2. Азарова, Светлана Петровна. Маркетинговые коммуникации : Учебник и практикум / Азарова Светлана Петровна; Романенкова О.Н. - Отв. ред. - М. : Издательство Юрайт, 2014. - 456. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3286-7 : 1000.00.

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1. Мазилкина, Елена Ивановна. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Мазилкина Елена Ивановна. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2012. - 332 с. : ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5- 222-18945-0 : 338-00.

5.2.2. Издания из ЭБС

1. Парамонова, Т.Н. Мерчандайзинг. [Электронный ресурс] / Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов. — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2014. — 144 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/53468> — Загл. с экрана.

2. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 315 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной

3. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Е. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 385 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9118-

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Название	Ссылка
ЭБС «Лань»	https://e.lanbook.com/
ЭБС « Юрайт»	https://urait.ru/
ЭБС «Консультант студента»	https://www.studentlibrary.ru/
ЭБС « Троицкий мост»	http://www.trmost.ru/
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки.	http://diss.rsl.ru/

6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, АБВУУ FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закреплённой расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для промежуточной аттестации	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закреплённой расписанием по кафедре
Учебные аудитории для текущей аттестации	

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Самостоятельная работа заключается:

- в самостоятельной подготовке студента к лекции – чтение конспекта предыдущей лекции. Это помогает лучше понять материал новой лекции, опираясь на предшествующие знания. В начале лекции проводится устный или письменный экспресс-опрос студентов по содержанию предыдущей лекции;
- в подготовке к практическим занятиям по основным и дополнительным источникам литературы;
- в выполнении домашних заданий;
- в самостоятельном изучении отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- в выполнении контрольных мероприятий по дисциплине;
- в подготовке докладов и сообщений.

Порядок подготовки к практическим занятиям. Практические занятия предназначены для углубленного изучения предмета. Они помогают студентам овладеть понятийно-терминологическим аппаратом, свободно оперировать им, применять теорию к практическим приложениям, прививают навыки самостоятельного мышления, устного выступления. На практических занятиях знания, которые получили студенты на лекции и в результате самостоятельной работы закрепляются, приобретают качественно иное, более осмысленное содержание расширяются, углубляются. По форме проведения практические занятия могут представлять собой развернутую беседу по заранее сообщенному плану или небольшие доклады студентов. В этом случае на практические занятия можно вынести теоретический материал, который оставлен студентами для самостоятельного изучения. Докладчики могут использовать информационные и коммуникационные технологии для презентаций (тезисы, схемы, видеодемонстрации). После каждого доклада проводится коллективное обсуждение по ряду параметров: научность, доказательность, новизна, достоинства и недостатки, речь, демонстрация, поведение, контакт с аудиторией и так далее. Практические занятия являются активной

формой учебных занятий и широко используются при преподавании данной учебной дисциплины. Как правило, они строятся на основе живого творческого обсуждения, товарищеской дискуссии по рассматриваемой тематике. В процессе обучения используются следующие типы практических занятий: вопросно-ответный семинар; семинар с использованием докладов по вопросам темы семинара; коллоквиум и другие. Общий план проведения практических занятий задается преподавателем заранее. В конце практического занятия преподаватель подводит итоги, выставляет оценки. Таким образом, все студенты: - обязаны сформулировать обоснованный ответ в сжатой форме на каждый вопрос; - ответить

на вопросы и замечания преподавателя по содержанию своего «выступления»; - высказать (в устной или письменной форме) свое отношение к выступлениям других студентов..
Методические рекомендации для подготовки сообщения.

Структура устного сообщения: Структурными элементами сообщения являются: титульный лист, содержание, введение, основная часть, заключение, библиографический список. Содержание должно включать перечень основных структурных элементов сообщения. Во Введении четко формулируется цель выполнения сообщения и средства достижения ее, актуальность и социальную значимость темы. Основная часть – главный содержательный раздел, разбитый на подразделы и пункты в соответствии с составленным планом. Заключение содержит обобщающие выводы по теме и личные оценки автора. Библиографический список использованных источников должен содержать перечень источников, использованных при выполнении сообщения. Источники следует располагать по алфавиту. Порядок представления и защиты письменного сообщения: Завершенное письменное сообщение представляется студентом преподавателю в срок, определенный преподавателем. Преподаватель анализирует текст, формулирует вопросы по содержанию. Рекомендуемый план защиты доклада: Название темы. Краткое изложение наиболее интересной информации по теме. Способы и результаты поиска информации для выполнения сообщения. Анализ трудностей, с которыми встретились при выполнении работы. Ваше личное отношение к выполненной работе. Рекомендации по работе с учебной и научной литературой:

Приёмами метода анализа научной литературы являются: составление библиографии, аннотирование, конспектирование, реферирование, цитирование, составление плана. Библиография составляется в алфавитном порядке. Есть требования ГОСТа по составлению библиографии, которые изредка меняются, потому лучше в библиотеке попросить эти требования. Аннотирование – краткое изложение статьи или пособия в несколько строк. Пример: аннотация на библиографических карточках. Конспектирование – переложение работы автора своими словами или словами автора в той логической последовательности, которая есть у автора, без высказывания своего отношения к тем или иным положениям автора. Реферирование – предполагает анализ работы, как и при конспектировании, но можно изменить логику в зависимости от своих замыслов и обязательно высказывание своих мыслей и мнений о тех или иных положениях автора. Цитирование – если цитируются какие-то мысли, даже если они не дословные, ссылка на автора работы обязательна. Если цитируются точные слова автора, то их надо брать в кавычки.

*Обязательно указываются методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Разработчик/группа разработчиков:
Нина Ивановна Рыжова

Типовая программа утверждена

Согласована с выпускающей кафедрой
Заведующий кафедрой

_____ «___» _____ 20___ г.