

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 13.09.2023 09:59:27

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8af96f

(Электронный документ)

Аннотация дисциплины

Наименование	Маркетинг в сервисе
дисциплины	
Содержание	Понятие и сущность маркетинга, его цели, принципы и функции. Система маркетинговых исследований. Сегментация рынка. Услуга в маркетинговой деятельности. Особенности ценообразования в маркетинге. Продвижение и сбыт продукции. Маркетинговые коммуникации. Маркетинговый контроль. Международный маркетинг.
Реализуемые компетенции	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3) Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов (ОПК-4)
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Код компетенции УК-3: Знать: технологии процесса сервиса; составляющие системы клиентских отношений; <i>методику оценки поведения потребителей на рынке услуг;</i> Уметь: разрабатывать технологии процесса сервиса; <i>развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя</i> Владеть: готовностью разрабатывать технологии процесса сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя; <i>навыками выделения и учета основных психологических особенностей потребителей;</i> Код компетенции ОПК-4: Знать: технологии процесса сервиса; составляющие системы клиентских отношений; <i>методику оценки поведения потребителей на рынке услуг;</i> Уметь: разрабатывать технологии процесса сервиса; <i>развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя</i> Владеть: готовностью разрабатывать технологии процесса сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя; <i>навыками выделения и учета основных психологических особенностей потребителей;</i>
Трудоемкость, з.е.	4 з.е.
Форма отчетности	Экзамен
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Годин, А.М. Маркетинг : учебник для бакалавров / А.М. Годин. - 11-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2014. - 656 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02389-7;Тоже[Электронныйресурс].-URL:

	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253807
Дополнительная литература	1. Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01223-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714