МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Забайкальский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЗабГУ»)

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

**УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**для студентов заочной формы обучения**

 ( с полным сроком обучения)

по дисциплине «Маркетинг в сервисе»

для направления подготовки 43.03.01 «Сервис»

профиль «Социально-культурный сервис»

Общая трудоемкость дисциплины – 144 часа, 4 зачетные единицы.

 Форма текущего контроля – презентация, реферат.

 Курсовая работа – нет.

 Форма промежуточного контроля – экзамен (5 сем.).

1

**Краткое содержание курса**

1. Теоретические основы маркетинга
2. Маркетинг услуг в рыночной экономике
3. Маркетинговые исследования

**Форма текущего контроля**

**Реферат**

***Примерные темы сообщений и рефератов***

1. Маркетинговая среда предприятия сервиса
2. Контактные аудитории
3. Виды конкуренции
4. М. Портер
5. Понятие потребности
6. Типология потребностей
7. Типология покупателей
8. Мотивация потребностей
9. Значение мотивации для маркетинга
10. Теории мотивации потребительского поведения
11. Консъюмеризм
12. Создание материальной средой оказания услуги
13. Стратегический маркетинг
14. Операционный маркетинг
15. Марочные стратегии
16. Жизненный цикл услуг
17. Исторические предпосылки возникновения рынка услуг
18. Туристские услуги
19. Культурно-зрелищные услуги
20. Интернет-банкинг
21. Инфляция внимания
22. Сущность маркетингового подхода к управлению персоналом
23. Маркетинговые исследования на предприятии сервиса (на примере)

**Форма промежуточного контроля**

***Вопросы к экзамену/зачету по дисциплине:***

1. Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства.

1. Основные понятия и категории маркетинга.
2. Маркетинг как система. Комплекс маркетинга.
3. Принципы и функции маркетинга.

2

1. Концепции маркетинга.
2. Классификация и характеристики рынков.
3. Изучение потребителей. Факторы, влияющие на поведение потребителей.
4. Модель потребительского поведения.
5. Маркетинговое понимание услуги.
6. Внутренняя и внешняя микросреда маркетинга.
7. Понятие и основные типы контактных аудиторий.
8. История становления и сущность маркетинга услуг.
9. Понятие и виды конкуренции.
10. Типы конкурентов.
11. Модель конкурентных сил М. Портера.
12. Специфика услуги и особенности в методологии маркетинга услуг.
13. Понятие конкурентной ситуации, конкурентного поведения.
14. Понятие конкурентной борьбы, конкурентных преимуществ.
15. Ценовая политика на предприятиях сферы услуг
16. Потребительский выбор, мотивация покупки и моделирование поведения потребителя.
17. Политика распределения на предприятиях сферы услуг
18. Модели покупательского поведения.
19. Побудительные мотивы и их виды.
20. Понятие спроса и факторы его формирования, закономерности и виды спроса. Понятие и методы изучения эластичности спроса.
21. Коммуникационная политика на предприятиях сферы услуг.
22. Основные закономерности спроса: зависимость спроса от цен, зависимость спроса от дохода. Парадоксы спроса.
23. Понятие консъюмеризма, суверенитет потребителя.
24. Понятие стратегического и операционного маркетинга.
25. Интерактивный маркетинг на предприятиях сферы услуг
26. GAP-модель оценки качества услуг Методы анализа внутренней и внешней среды.
27. Анализ продуктового портфеля, SWOT-анализ.
28. Стратегия и миссия компании: сходства и различия.
29. Маркетинговый аудит: определение, цели, структура.
30. Процесс предоставления услуги.
31. Конкурентные стратегии и функциональные стратегии.
32. Стратегические матрицы.
33. Сегментация: понятие, цели, методы.
34. Признаки сегментации рынка и условия ее эффективности.
35. Роль операционного маркетинга в деятельности компании.
36. Понятие и свойства товара. Уровни товара.
37. Классификация товаров по товарной специализации, циклу потребления и другим критериям.
38. Концепция внутреннего маркетинга
39. Определения услуг, их основные сходства и принципиальные различия

3

1. Главные характеристики услуги
2. Выделите основные этапы становления маркетинга услуг.
3. Отличия рынка услуг от рынка реальных товаров.
4. Основные понятия ассортиментной политики фирмы.
5. Понятие и виды марок. Марка как интеллектуальный продукт.
6. Различия понятий «марка» и «бренд».
7. Понятие и функции цены.
8. Стратегическая роль цены в маркетинге и этапы маркетингового ценообразования.
9. Роль персонала в маркетинге услуг.
10. Спрос как фактор ценообразования. Понятие и методы изучения эластичности спроса.
11. Влияние на фирменное ценообразование степени конкурентности рынка, перекрестной эластичности цен.
12. Характеристики продукта как фактор маркетингового ценообразования.
13. Управляемость в канале товародвижения и государственный контроль как факторы маркетингового ценообразования.
14. Виды ценовых стратегий и тактических приемов по адаптации цены.
15. Роль посредников в системе сбыта, виды посредников по наличию права собственности на товар, по функциональным особенностям.
16. Основные этапы сбыта компании.
17. Определение услуги. Понятие рынка услуг и маркетинга услуг.
18. Основные характеристики услуг.
19. Классификация услуг.
20. Новые виды услуг и сферы их применения.
21. Жизненный цикл услуги и его особенности.
22. Понятие сервиса. Классификация сервисных услуг.
23. Специфика предпродажного и послепродажного обслуживания.
24. Организация сервисного обслуживания в сфере гостеприимства.
25. Роль маркетинга в эффективном сервисном обслуживании клиентов.
26. Понятие транспортного маркетинга. Актуальность транспортных услуг.
27. Грузы и пассажиры как объекты транспортных услуг.
28. Маркетинговые стратеги развития транспортных услуг.
29. Понятие и классификация туристских услуг.
30. Структура туристского продукта.
31. Сущность GAP-модели оценки качества услуги.
32. Специфика маркетинговой деятельности в сфере туризма.
33. Ценообразование на рынке туристских услуг.
34. Маркетинг массовых культурно-зрелищных услуг.
35. Способы организации экскурсионного обслуживания.
36. Понятие и классификация ресторанного бизнеса.
37. Инструменты маркетинга в развитии ресторанного бизнеса.
38. Понятие и классификация туристских услуг.
39. Понятие и сущность аудита и аудиторской деятельности.

4

1. Этапы маркетинга аудиторских услуг.
2. Определение консалтинга, характеристика консалтинговых услуг.
3. Особенности маркетинга консалтинговых услуг.
4. Анализ маркетинговой деятельности в банке.
5. Принципы проведения маркетингового исследования на рынке банковских услуг.
6. Особенности маркетинга консалтинговых услуг.
7. Push- и pull-коммуникации.
8. Понятие «инфляции внимания».
9. Понятие точек контакта.
10. Субъекты и объекты рекламной деятельности.
11. Рекламные носители и формы рекламы. Использование в рекламе основных элементов теории массовой коммуникации.
12. Виды рекламных кампаний (по целям, силе рекламного воздействия, по объектам, по носителям, по степени охвата рынка, территориально-географическим признакам, срокам реализации).
13. Понятие маркетингового исследования, цели, задачи и этапы проведения маркетинговых исследований.
14. Процесс планирования маркетингового исследования.
15. Формы получения информации о потребителях.
16. Экспертные исследования.
17. «Кабинетное» и «полевое» исследования.
18. Качество маркетинга услуг

**Оформление письменной работы согласно МИ 4.2-5/47-01-2013** Общие требования к построению и оформлению учебной текстовой документации

**Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

**Основная литература**

1. Безрутченко, Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие / Ю. В. Безрутченко. - М. : Дашков и К, 2010. - 232

с. – (14)

1. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 100103 "Социально-культурный сервис и туризм" / А. П. Дурович. - М. : ИНФРА-М, 2010. - 314 с. - (Высшее образование). (11)
2. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент: экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 3-е изд. - М. ; СПб. ; Нижний Новгород : Питер, 2010. - 479 с. – (26)

**Дополнительная литература**

1. Анашкина, Н. А. Рекламный образ: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 032401

5

"Реклама", 080111 "Маркетинг", 080301 "Коммерция (торговое дело)" / Н. А. Анашкина ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ, 2010. - 173 с. – (4)

* 1. Бикташева, Д. Л. Менеджмент в туризме: учеб. пособие для студентов образоват. учреждений СПО, обучающихся по специальности "Туризм" / Д. Л. Бикташева, Л. П. Гиевая, Т. С. Жданова. - М. : Альфа-М, 2010. - 272 с. – (5)
	2. Бухарова, Г. Д. Маркетинг в образовании: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Проф. обучение (по отраслям)" / Г. Д. Бухарова, Л. Д. Старикова. - М. : Академия, 2010. - 206 с. - (Высшее проф. образование). – (8)
	3. Васильев, Г. А. Основы рекламы: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 - Реклама / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 405 с. – (5)
	4. Васильев, Г. А. Поведение потребителей: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 "Маркетинг" / Г. А. Васильев.
* 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2010. - 408 с.

– (5)

* 1. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 Реклама / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. - М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2010. - 270 с. – (5)
	2. Габинская, О. С. Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / О. С. Габинская, Н. В. Дмитриева. - М.: Академия, 2010. - 239 с. - (Высшее профессиональное образование). (11)
	3. Герчикова, И. Н. Менеджмент: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / И. Н. Герчикова.
* 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ, 2010. - 499 с. - (Золотой фонд российских учебников). – (16)
	1. Голубева, Т. М. Основы предпринимательской деятельности: учеб. пособие для студентов образоват. учреждений СПО / Т. М. Голубева. - М.:

Форум, 2010. - 270 с. – (5)

* 1. Дурович, А. П. Реклама в туризме: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 100103 "Социально-культурный сервис и туризм" / А. П. Дурович. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2010. - 156 с. - (Высшее образование). (5)
	2. Кнышова, Е. Н. Маркетинг туризма: учеб. пособие для студентов образоват. учреждений СПО / Е. Н. Кнышова. - М. : Форум : ИНФРА-М,

2010. - 351 с. ( 10)

* 1. Основы маркетинга : научное издание / Ф. Котлер, Г. Армстронг**.** - 9-е

изд. - М., СПб., Киев : Вильямс, 2005. - 1197 с. [1]

* 1. Романов, А. А. Массовые коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 Реклама, 080111 Маркетинг / А. А. Романов, Г. А. Васильев. - М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2010. -

234 с. – (5)

6

1. Рукавишников, А. Интеллектуальный маркетинг: как увеличить продажи? / А. Рукавишников. - М.: Эксмо, 2010. - 318 с. (5)
2. Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг: практикум: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Т. Д. Бурменко. - М.: Кнорус, 2010. -

422 с. (11)

**Собственные учебные пособия**

1. Мелихова М.И., Наумова Т.В. Основы предпринимательства: Учебно-методическое пособие для студентов по направлению 100100.62 Сервис, специальности 100110.65 Домоведение. М.И. Мелихова, Т.В. Наумова ; Забайкал. гос. ун-та. – Чита, 2013. – 130 с.

2.Мелихова МИ и др. Учебно-методический комплекс по дисциплинам гуманитарного, социального, экономического и профессионального цикла базовая и вариативная часть. разработан в соответствии с ФГОС ВПО по направлению 100100.62 Сервис профили «Социально-культурный сервис» и «Сервис индустрии моды и красоты» / С.Б. Дуугарова, Е.Б. Жавкина, Н.А. Макарова, М.И. Мелихова, С.В. Шенделева; ЗабГУ.-Чита, 2013. – 261 с.

**Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы\***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Название сайта |  |  | Электронный адрес | Виды занятий |  |
| п/п |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. | Электронно-библиотечная |  | www.knigafund.ru |  |  |
|  | система «КнигаФонд» |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2. | Научная |  | электронная |  | http://elibrary.ru/ |  |  |
|  | библиотека elibrary |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3. | Электронно-библиотечная |  | http://www.iprbookshop.ru |  |  |
|  | система iprbooks |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4. | Электронная | библиотека |  | http://www.diss.rsl.ru/ |  |  |
|  | диссертаций |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5. | Административно- |  | http://www.aup.ru |  |  |
|  | управленческий портал |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6. | Понятие | и | необходимость |  | http://www.finansistio.ru | Самостоятельная |  |
|  | финансов |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | работа, , |  |
| 7. | Энциклопедия маркетинга |  | http://www.marketing.spb.ru |  |
|  | подготовка |  |
| 8. | Планирование партнерства |  | http://www.plan.partnerstvo.r |  |
|  | презентаций, |  |
|  |  |  |  |  | u | рефератов |  |
| 9. | Сайт по теории и практике |  | www.4p.ru |  |  |
|  | маркетинга |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10. | Сетевой журнал о маркетинге и |  | www.7st.ru |  |  |
|  | рекламе |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 11. | Сетевой журнал о маркетинге и |  | www.marketolog.ru |  |  |
|  | рекламе |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 12. | Энциклопедия рекламы |  | http://www.marketing.spb.ru/ |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 13. | Сайт по теории и практике |  | www.rwr.ru |  |  |
|  | рекламы, |  | PR, |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | медиапланирования, маркетинга |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | и т.д. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

7

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 14. | Аналитические | статьи, обзоры |  | www.sostav.ru |  |
|  | рынка, публикации из СМИ) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 15. | Всё | для |  | ресторанно- |  | www.restoranoff.ru |  |
|  | гостиничного бизнеса в России |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 16. | Сайт о менеджменте, маркетинге |  | www.manager.ru |  |
|  | и рекламе |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 17. | Публикации | по | вопросам |  | www.marketing.spb.ru |  |
|  | маркетинга |  | (Брендинг, |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | ценообразование, | поведение |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | потребителей, |  | финансовый, |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | промышленный, |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | международный | маркетинг и |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | т.д.). Примеры маркетинговых |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | исследований |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 18. | Агенство | инвестиционного |  | http://www.zinsin.ru |  |
|  | синтеза |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Ведущий преподаватель М.И. Мелихова

Заведующий кафедрой М.И. Мелихова

8