

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры сервиса и
туризма
Протокол № 10 от 26.05.2023 г.

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.О.33 Анализ рынка сервисных услуг
Направление подготовки:	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль):	Ивент-индустрия: конгрессно-выставочный сервис
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Кандидат экономических наук, доцент Деревянко К. И.

Санкт-Петербург
2023

1. Цели и задачи дисциплины:*Цель освоения дисциплины:*

является приобретение знаний и умений по анализу рынка сервисных услуг; формирование компетенций, необходимых для проведения маркетинговых исследований в сфере сервиса.

Задачи дисциплины:

сформировать у студентов систему знаний об основных методах анализа рынка сервисных услуг;

добиться прочного усвоения технологии разработки сервисной политики предприятия;
выработать у студентов навыки проведения маркетинговых исследований в сфере сервиса;
развить навыки применения маркетинговых инструментов в проведении анализа рынка сервисных услуг.

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

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи	Наименование категории (группы) компетенций: «Системное и критическое мышление» Наименование категории (группы) компетенций: «Системное и критическое мышление»
	УК-1.2 Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи	
	УК-1.3 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников	
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.1 Знает основы маркетинговых исследований рынка услуг, мотивацию потребителей и конкурентов.	Наименование категории (группы) компетенций: «Маркетинг»
	ОПК-4.2 Умеет организовать продвижение и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет технологий.	
	ОПК-4.3 Способен определять специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи	Знает роль сферы услуг в современной экономике, у сущность слуги как экономической категории, существующие модели маркетинга услуг, роль сервисных услуг на предприятиях
УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи	Умеет разрабатывать сервисную политику предприятия, определять основные направления совершенствования сервиса, тенденции современного сервиса
УК-1.3. Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников	Владеет логистикой сервисного обслуживания
ОПК-4.1. Знает основы маркетинговых исследований рынка услуг, мотивацию потребителей и конкурентов.	Знает жизненный цикл сервисных услуг, методы маркетинговых исследований в сфере услуг, особенности маркетинга сервисных предприятий
ОПК-4.2. Умеет организовать продвижение и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет технологий.	Умеет организовывать предпродажное и послепродажное обслуживание

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4.3. Способен определять специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг.	Владеет способами продвижения сервисных услуг

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ОПК-4.1 УК-1.1	ОПК-4.2 УК-1.2	ОПК-4.3 УК-1.3
1	Роль сферы услуг в постиндустриальном обществе	УК-1	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
2	Место сервисного обслуживания в маркетинговой деятельности предприятия	УК-1 ОПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
3	Разработка сервисной политики предприятия	УК-1 ОПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
4	Управление качеством сервисных услуг	УК-1 ОПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
5	Основные пути совершенствования сервиса предприятия	УК-1 ОПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №3 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
6	Служба сервиса и ее функции	УК-1	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №3 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
7	Планирование объема производства и реализации услуг	УК-1 ОПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №4 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Тема 1: Роль сферы услуг в постиндустриальном обществе Роль сферы услуг в современной экономике. Услуга как экономическая категория. Существующие модели маркетинга услуг. Усиление роли сервисных услуг на предприятиях.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Услуга как экономическая категория</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 2: Место сервисного обслуживания в маркетинговой деятельности предприятия Сервис и его классификация. Особенности жизненного цикла сервисных услуг. Ценообразование в сервисе. Способы продвижения сервисных услуг. Маркетинговые исследования в сфере услуг.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Особенности жизненного цикла сервисных услуг</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: Разработка сервисной политики предприятия Принципы и задачи сервисной политики. Предпродажное и послепродажное обслуживание. Виды продаж на предприятии сферы сервиса.</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа	
Практические занятия/самостоятельная работа: Предпродажное и послепродажное обслуживание	Лабораторная работа: -
Тема 4: Управление качеством сервисных услуг Особенности маркетинга сервисных предприятий. Логистика сервисного обслуживания. Модель качества обслуживания.	Практические занятия/самостоятельная работа: Особенности маркетинга сервисных предприятий Лабораторная работа: -
Тема 5: Основные пути совершенствования сервиса предприятия Качество предоставляемых услуг в системе конкурентоспособности товара. Основные направления совершенствования сервиса. Тенденции современного сервиса.	Практические занятия/самостоятельная работа: Основные направления совершенствования сервиса Лабораторная работа: -
Тема 6: Служба сервиса и ее функции Функции и этапы организационного становления службы сервиса. Основные формы организации сервисного сопровождения. Организационная структура сервисного центра.	Практические занятия/самостоятельная работа: Функции и этапы организационного становления службы сервиса Лабораторная работа: -
Тема 7: Планирование объема производства и реализации услуг Формирование товарной политики сервисной фирмы. Ассортимент услуг и его элементы. Ассортиментная концепция и факторы ее определяющие. Сегментирование рынка сервисных услуг. Анализ конкурентов. Компоненты системы управления ассортиментом. Формирование моделей-предложений. Типы новинок, причины неудач и успеха новых предложений.	Практические занятия/самостоятельная работа: Сегментирование рынка сервисных услуг Лабораторная работа: -
Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом	

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 4
Аудиторные занятия (АЗ):	48	48
Лекционные занятия (Лек)	16	16
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	32	32
Самостоятельная работа студента (СР)	55	55
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	55	55
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	53	53
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Роль сферы услуг в постиндустриальном обществе	4	2	4	0	8	4
2	Место сервисного обслуживания в маркетинговой деятельности предприятия	4	2	4	0	8	4
3	Разработка сервисной политики предприятия	4	2	4	0	8	4
4	Управление качеством сервисных услуг	4	2	4	0	8	4

43.03.01 Сервис, направленность (профиль) "Ивент-индустрия: конгрессно-выставочный сервис"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.О.33 Анализ рынка сервисных услуг

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
5	Основные пути совершенствования сервиса предприятия	4	2	4	0	8	4
6	Служба сервиса и ее функции	4	4	6	0	8	6
7	Планирование объема производства и реализации услуг	4	2	6	0	7	6
Итого:			16	32	0	55	32

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 5
Аудиторные занятия (АЗ):	6	6
Лекционные занятия (Лек)	2	2
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4
Самостоятельная работа студента (СР)	93	93
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	93	93
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	11	11
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	4	4
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Роль сферы услуг в постиндустриальном обществе	5	2	0	0	13	4
2	Место сервисного обслуживания в маркетинговой деятельности предприятия	5	0	0	0	13	4
3	Разработка сервисной политики предприятия	5	0	0	0	13	4
4	Управление качеством сервисных услуг	5	0	2	0	13	4
5	Основные пути совершенствования сервиса предприятия	5	0	0	0	13	4
6	Служба сервиса и ее функции	5	0	0	0	13	6
7	Планирование объема производства и реализации услуг	5	0	2	0	15	6
Итого:			2	4	0	93	32

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 4
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	18	18
Самостоятельная работа студента (СР)	69	69
Курсовая работа	0	0

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 4
Другие виды самостоятельной работы*	69	69
Контроль самостоятельной работы (КСР)	3	3
Контактная работа (КоР)	39	39
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Роль сферы услуг в постиндустриальном обществе	4	2	2	0	10	4
2	Место сервисного обслуживания в маркетинговой деятельности предприятия	4	2	2	0	10	4
3	Разработка сервисной политики предприятия	4	2	2	0	10	4
4	Управление качеством сервисных услуг	4	2	2	0	10	4
5	Основные пути совершенствования сервиса предприятия	4	2	2	0	10	4
6	Служба сервиса и ее функции	4	4	4	0	10	6
7	Планирование объема производства и реализации услуг	4	4	4	0	9	6
Итого:			18	18	0	69	32

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Галицкий Е. Б., Галицкая Е. Г. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2022 г. - 570 с. - ISBN 978-5-9916-3225-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketingovye-issledovaniya-teoriya-i-praktika-488325>

2. ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ. Учебное пособие для вузов / Каменева С. Е. - Национальный исследовательский Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского (г. Саратов), 2023 г. - 76 с. - ISBN 978-5-534-15300-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/organizaciya-kommercheskoy-deyatelnosti-v-sfere-uslug-520455>

3. ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Под общ. ред. Карповой С. В. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2023 г. - 474 с. - ISBN 978-5-534-13282-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/innovacionnyu-marketing-510978>

Дополнительная литература:

1. МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. Учебное пособие для вузов / Карпова С. В., Мхитарян С. В., Русин В. Н. ; Под общ. ред. Карповой С. В. - Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва); Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2023 г. - 181 с. - ISBN 978-5-534-05522-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketingovyy-analiz-teoriya-i-praktika-514743>

2. **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ** 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / С. Г. Божук. - Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (г. Санкт-Петербург), 2023 г. - 304 с. - ISBN 978-5-534-08764-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketingovye-issledovaniya-510093>

3. **ЭКОНОМИКА ПЛАТНЫХ УСЛУГ** 4-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Восколович Н. А. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2023 г. - 441 с. - ISBN 978-5-534-14124-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/ekonomika-platnyh-uslug-513521>

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПбУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: arch.neicon.ru. - Текст: электронный

6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. [HR-tv.ru](https://thehrd.ru/) [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://thehrd.ru/>. - Текст: электронный

9. Развитие бизнеса.РУ [Электронный ресурс] : Информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.devbusiness.ru>. - Текст: электронный

10. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>. - Текст: электронный

11. [AdIndex.ru](https://adindex.ru): реклама и маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://adindex.ru>. - Текст: электронный

12. Экономический портал [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://institutiones.com>. - Текст: электронный

13. Министерство экономического развития Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://economy.gov.ru>. - Текст: электронный

14. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный

15. Executive.ru: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://www.executive.ru>. - Текст: электронный

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

3. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному порталу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному порталу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном портале Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без

оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее	61-73	74-90	91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет	Зачет		

Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

Доклад, сообщение / Реферат №1

Темы докладов:

1. Основные подходы к классификациям услуги.
2. Основная выгода и польза – ключевые понятия для характеристики услуги.
3. Понятие услуги.
4. Совокупное предложение «товар – услуга».

Доклад, сообщение / Реферат №2

Темы докладов:

1. Взаимосвязь понятий «товар», «услуга», «продукт».
2. Классификация содержания сервисной компоненты в товаре.
3. Тенденции и перспективы развития услуг.
4. Управление сервисными продуктами.

Собеседование, опрос / Контрольная работа №1

Вопросы для обсуждения:

1. Сегментирование рынка: основные понятия, критерии, принципы и цели.
2. Макросегментирование.
3. Сегментирование деловых рынков.
4. Микросегментирование.
5. Реализация стратегии сегментирования.

Собеседование, опрос / Контрольная работа №2

Задания для контрольной работы:

Вариант 1

1. Принципы современного сервиса.
2. Правила организации современного сервиса.
3. Трактовка сервиса в широком смысле в индустрии услуг.
4. Сервисное обслуживание.

Вариант 2

1. Сущность сервисных услуг.

2. Уровни товара и сервисный компонент.
3. Задачи системы обслуживания потребителей.
4. Функции сервиса.

Вариант 3.

1. Классификация сервисных услуг.
2. Основные направления предпродажных и послепродажных услуг.
3. Основы эффективного сервиса.
4. Организационные формы сервисного обслуживания.

Собеседование, опрос / Контрольная работа №3

Вопросы для обсуждения:

1. Какие существуют определения канала распределения для услуги?
2. В чем заключаются специфические черты системы распределения услуг по сравнению с системой распределения товаров?
3. Какова роль управления цепочками поставок в процессе сервисного обслуживания?
4. Почему выбор и построение канала распределения является принципиальным по важности решением для фирмы, в том числе и сервисной?

Собеседование, опрос / Контрольная работа №4

Задания для контрольной работы:

Вариант 1.

1. Основные направления предпродажных и послепродажных услуг. Организация сервисного обслуживания.
2. Определение и показатели качества услуги. Модель качества услуг.
3. Пятиступенчатая модель качества обслуживания.
4. Основные правила превосходного сервиса

Вариант 2.

1. Стандарт обслуживания и процедура его разработки.
2. Архитектура брендов сервисного предприятия.
3. Марочная политика в сфере услуг

Вариант 3.

1. Модификация цен в зависимости от имиджа.
2. Модификация цен в зависимости от местоположения.
3. Модификация цен в зависимости от времени.
4. Модификация цен в зависимости от комплектации.

Деловая игра и (или) ролевая игра / Кейс-задача №1

Деловая игра «Инновационные подходы к продвижению сервисных услуг»

Цели игры:

Научиться продвигать сервисные услуги на рынок.

Условия проведения деловой игры.

Учебная группа разбивается на две команды (с учетом интересов участников). Первая команда выступает как разработчик новых подходов к продвижению сервисных услуг. Вторая игровая команда выступает как оценщик новых подходов к продвижению сервисных услуг.

Участники до начала игры и её хода изучают литературу, анализируют необходимую

информацию и интерпретируют полученные результаты.

По окончании каждого этапа игры игровые команды докладывают о результатах групповой работы. На заключительном этапе игры оценивается работа каждой игровой команды.

Функции руководителя деловой игры.

Руководитель исполняет роль эксперта. Руководитель должен ознакомить участников с условиями и этапами деловой игры. Он ведет арбитраж, осуществляет контроль времени выполнения отдельных этапов игры, оценивает работу игровых команд. Руководитель не должен навязывать свое мнение и подавлять инициативу разработчиков, его суждения должны носить рекомендательный характер.

Задания творческого уровня №1

Выполните два практических задания на выбор:

Задание 1. Каждый студент должен составить техническое задание маркетингового исследования по нахождению решения поставленной задачи руководством предприятия сферы сервиса г. Санкт-Петербурга или Ленинградской области (по выбору) по следующему плану:

1. Характеристика сервисного предприятия.
2. Постановка цели маркетингового исследования.
3. Постановка задач маркетингового исследования.
4. Формирование гипотезы маркетингового исследования.
5. Определение источников информации исследования.
6. Методы сбора первичной информации.
7. Методы обработки и анализа полученной информации.
8. Программируемые результаты исследования.
9. Подсчет выборки.
10. Разработка анкеты Результаты практической работы оформляются в виде презентации.

Задание 2.

Какие мероприятия необходимо осуществить сервисной организации, решившей перейти на автоматизированный способ обслуживания клиентов? (Продемонстрируйте на примере конкретной сервисной компании, например, организацию приема коммунальных платежей через терминал.)

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: зачет

Примерный перечень теоретических вопросов к зачету

1. Роль сферы услуг в современной экономике.
2. Услуга как экономическая категория.
3. Существующие модели маркетинга услуг.
4. Усиление роли сервисных услуг на предприятиях
 5. Сервис и его классификация.
 6. Особенности жизненного цикла сервисных услуг.
 7. Ценообразование в сервисе.
 8. Способы продвижения сервисных услуг.
 9. Маркетинговые исследования в сфере услуг.

10. Особенности маркетинга сервисных предприятий.
11. Логистика сервисного обслуживания.
12. Модель качества обслуживания.
13. Качество предоставляемых услуг в системе конкурентоспособности товара.
14. Основные направления совершенствования сервиса.
15. Тенденции современного сервиса.
16. Функции и этапы организационного становления службы сервиса.
17. Основные формы организации сервисного сопровождения.
18. Организационная структура сервисного центра.
19. Формирование товарной политики сервисной фирмы.
20. Ассортимент услуг и его элементы.
21. Ассортиментная концепция и факторы ее определяющие.
22. Сегментирование рынка сервисных услуг.
23. Анализ конкурентов.
24. Компоненты системы управления ассортиментом.
25. Формирование моделей-предложений.
26. Типы новинок, причины неудач и успеха новых предложений.

Примерный перечень практических заданий к зачету

1. Провести анализ конкурентов сервисного предприятия (по выбору студента).
2. Составьте опрос потенциальных клиентов сервисного предприятия (по выбору студента).
3. Разработайте способы продвижения сервисных услуг предприятия (по выбору студента).