МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр бакалавриата Менеджмент

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
Проф. Д.А. Таюрский
_____ «___»_____20__г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Управление спросом в различных отраслях сферы услуг Б1.В.ДВ.19

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент
Профиль подготовки: не предусмотрено
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очное
Язык обучения: русский
Год начала обучения по образовательной программе: 2016
Автор(ы): Нуртдинов А.Р.
Рецензент(ы): Бердникова О.А.

СОГЛАСОВАНО:
Заведующий(ая) кафедрой: Разумовская Е. М.
Протокол заседания кафедры No ___ от "____" _____ 20__г.
Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: менеджмент):
Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 20__г.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

4.2. Содержание дисциплины

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература

7.2. Дополнительная литература

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Нуртдинов А.Р. (кафедра менеджмента в социальной сфере, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), ARNurtdinov@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-6	владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
ПК-1	владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры
ПК-10	владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления
ПК-12	умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)
ПК-13	умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций
ПК-15	умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании
ПК-16	владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов
ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
ПК-5	способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен демонстрировать способность и готовность:

Показывать способность владения:

теоретических, методических и концептуальных основ современного маркетинга в сфере сервиса;

основами управления маркетингом в сфере услуг.

маркетинговыми инструментария к конкретным рынкам и отраслям сферы услуг;

навыками управления спросом в различных отраслях услуг

Показывать готовность:

планирования и реализации маркетинговой политики организаций сферы услуг;

осуществления оперативного и стратегического планирования маркетинговых мероприятий в процессе реализации маркетинговых стратегий в сфере услуг;

использования технологий маркетинга услуг в процессе реализации стратегических и оперативных целей фирмы.

Применения методов стимулирование спроса в различных отраслях услуг

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.19 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 "Менеджмент (не предусмотрено)" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе в 7 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 64 часа(ов), в том числе лекции - 32 часа(ов), практические занятия - 32 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 26 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 54 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 7 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Типологизация услуг	7	4	4	0	3
2.	Тема 2. Маркетинговый инструментарий в сфере услуг	7	4	4	0	3
3.	Тема 3. Особенности ценообразования услуг	7	4	4	0	3
4.	Тема 4. Стратегии воздействия на спрос	7	4	4	0	3
5.	Тема 5. Методы оценки конкурентоспособности услуг и предприятий сервиса	7	4	4	0	3
6.	Тема 6. Управление спросом	7	6	6	0	6
7.	Тема 7. Организация распределения услуг и маркетинговое управление сбытовой политикой предприятия на рынке услуг	7	6	6	0	5
	Итого		32	32	0	26

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Типологизация услуг

Значение услуг в современном обществе динамичность среды услуг. Предпосылки роста эффективности менеджмента сферы услуг в изменяющейся среде. Классификация услуг, виды услуг. Свойства и функции услуг. Основы теории сервисных процессов и систем. Анализ природы услуг. Управление сервисными операциями. Сервис как процесс. Роль и место сервисных взаимодействий в операциях.

Тема 2. Маркетинговый инструментарий в сфере услуг

Управленческие решения по товарной политике: управление товаром.

Мультиатрибутивная модель товара/услуги и методика ее анализа и проектирования.

Обеспечение конкурентоспособности товара/услуги. Управление ассортиментом услуг. Управление разработкой упаковки товара/услуги. Управление торговой

маркой. Управление разработкой нового товара/услуги. Управление сервисом.

Тема 3. Особенности ценообразования услуг

Управленческие решения по ценообразованию: управление ценой на

товары (услуги) предприятия. Взаимосвязи цены в комплексе маркетинга.

Управление стратегиями ценообразования с учетом выбранной цели предприятия. Различия в подходах к процессу ценообразования у финансовых работников и маркетологов. Использование методов ценообразования. Управление проблемами ценообразования: установлением цены на товар - новинку, товар - имитатор, установление цен со скидками и зачетами, установление цен на товары в рамках ассортимента. Управление зависимостью цены и прибыли.

Тема 4. Стратегии воздействия на спрос

Стратегическое и оперативное планирование в маркетинге. Последовательность разработки планов маркетинга. Бюджет маркетинга. Планирование маркетинговой деятельности на предприятиях разной формы собственности. Содержание стратегического планирования. Оперативный план маркетинга. Процесс планирования в маркетинге. Бюджет маркетинга. Разработка бюджета маркетинга. Алгоритм составления маркетинговой программы

ситуационный анализ, прогнозирование развития целевых рынков (сегментов), динамики макро- и микроэкономических процессов, а также ресурсных

возможностей предприятия. Формулировка основных целей предпринимательской деятельности, маркетинговыми моделями, в частности матрицей

БКГ. Стратегические направления действий предприятия путём планирования тактических мероприятий. Проверка достаточности ресурсов для выполнения программы. Руководство ходом работ, контроль, учёт и анализ их выполнения. Корректировка запланированных целей, стратегий и мероприятий

программы.

Тема 5. Методы оценки конкурентоспособности услуг и предприятий сервиса

Модель конкурентных преимуществ М. Портера. Два типа конкурентных преимуществ: более низкие издержки и специализация. Базовые стратегии: массового маркетинга; дифференцированного маркетинга; концентрированного маркетинга. Стратегия массового маркетинга. Необходимые предпосылки использования стратегии массового маркетинга. Стратегии дифференцированного маркетинга. Необходимые предпосылки использования стратегии дифференцированного маркетинга: Стратегия концентрированного маркетинга.

Тема 6. Управление спросом

Управление этапами разработки стратегии и инструментами планирования. Управление стратегическим и оперативным планированием маркетинга на предприятии. Управление финансированием маркетинга. Управление

определением общей величины затрат на маркетинг. Управление финансированием маркетинговых технологий. Методы определения затрат на отдельные маркетинговые мероприятия

Использование IT - технологий для управления маркетингом на функциональном уровне. Специфика российского корпоративного маркетинга.

Оценка маркетинга. Управление рентабельностью брэнда. Управление

рентабельностью маркетинговой кампании. Управление рентабельностью

программ лояльности.

Тема 7. Организация распределения услуг и маркетинговое управление сбытовой политикой предприятия на рынке услуг

Управленческие решения по распределению: управление сбытом. Взаимосвязи сбыта в комплексе маркетинга. Планирование продаж. Формирование каналов распределения. Маркетинговые решения по оптовым торговцам.

Маркетинговые решения по розничным торговцам. Охват рынка каналами

распределения. Организация продажи товаров. Модели дистрибуции. Маркетинг прямых продаж. Маркетинг в компьютерных сетях. Маркетинг отношений.

Управленческие решения по продвижению: управление маркетинговыми коммуникациями. Продвижение в комплексе маркетинга. Решения по

ATL - коммуникациям. Решения по BTL - коммуникациям. Измерение эффективности маркетинговых коммуникаций.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301).

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Положение от 24 декабря 2015 г. № 0.1.1.67-06/265/15 "О порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Положение № 0.1.1.67-06/241/15 от 14 декабря 2015 г. "О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Положение № 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011 г. "Об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Регламент № 0.1.1.67-06/66/16 от 30 марта 2016 г. "Разработки, регистрации, подготовки к использованию в учебном процессе и удаления электронных образовательных ресурсов в системе электронного обучения федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Регламент № 0.1.1.67-06/11/16 от 25 января 2016 г. "О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Регламент № 0.1.1.67-06/91/13 от 21 июня 2013 г. "О порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
Семестр 7			
	Текущий контроль		
1	Устный опрос	ПК-1	1. Типологизация услуг 2. Маркетинговый инструментарий в сфере услуг
2	Письменная работа	ПК-3	3. Особенности ценообразования услуг 4. Стратегии воздействия на спрос
3	Презентация	ПК-5	5. Методы оценки конкурентоспособности услуг и предприятий сервиса 6. Управление спросом 7. Организация распределения услуг и маркетинговое управление сбытовой политикой предприятия на рынке услуг
	Экзамен		

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	**Хорошо**	**Удовл.**	**Неуд.**	
Семестр 7					
Текущий контроль					

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	**Хорошо**	**Удовл.**	**Неуд.**	
Устный опрос	В ответе качественно раскрыто содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Основные вопросы темы раскрыты. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема частично раскрыта. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема не раскрыта. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	1
Письменная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьёзные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	2
Презентация	Превосходный уровень владения материалом. Высокий уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения полностью соответствуют задачам презентации. Использованы надлежащие источники и методы.	Хороший уровень владения материалом. Средний уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения в основном соответствуют задачам презентации. Использованные источники и методы в основном соответствуют поставленным задачам.	Удовлетворительный уровень владения материалом. Низкий уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения слабо соответствуют задачам презентации. Использованные источники и методы частично соответствуют поставленным задачам.	Неудовлетворительный уровень владения материалом. Неудовлетворительный уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения не соответствуют задачам презентации. Использованные источники и методы не соответствуют поставленным задачам.	3

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	**Хорошо**	**Удовл.**	**Неуд.**	
Экзамен	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.	Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.	Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Семестр 7

Текущий контроль

1. Устный опрос

Темы 1, 2

Тема 1

1. Анализ природы услуг.
2. Значение услуг в современном обществе динамичность среды услуг.
3. Международная типология услуг.
4. Основы теории сервисных процессов и систем.
5. Предпосылки роста эффективности менеджмента сферы услуг в изменяющейся среде. Классификация услуг, виды услуг.
6. Роль и место сервисных взаимодействий в операциях.
7. Свойства и функции услуг.
8. Сервис как процесс.
9. Типология услуг
10. Управление сервисными операциями.

Тема 2

1. Мультиатрибутивная модель товара/услуги и методика ее анализа и проектирования.
2. Обеспечение конкурентоспособности товара/услуги.
3. Оценка эффективности управленческого решения в области управления услугой
4. Построения управленческого решения в области управления услугой
5. Управление ассортиментом услуг.
6. Управление разработкой нового товара/услуги.
7. Управление разработкой упаковки товара/услуги.
8. Управление сервисом.
9. Управление торговоймаркой.
10. Управленческие решения по товарной политике: управление товаром/ услугой.

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

2. Письменная работа

Темы 3, 4

Тема 3.

1. Взаимосвязи цены в комплексе маркетинга.
2. Использование методов ценообразования.
3. Различия в подходах к процессу ценообразования у финансовых работников и маркетологов.
4. товары (услуги) предприятия.
5. Управление зависимостью цены и прибыли.
6. Управление проблемами ценообразования
7. Управление стратегиями ценообразования с учетом выбранной цели предприятия
8. Управленческие решения по ценообразованию: управление ценой на
9. Установление цен со скидками, установление цен на товары в рамках ассортимента.
10. Установлением цены на товар - новинку, товар ? имитатор

Тема 4.

1. Алгоритм составления маркетинговой программы
2. БКГ. Стратегические направления действий предприятия путём планирования тактических мероприятий.
3. Бюджет маркетинга.
4. Бюджет маркетинга. Разработка бюджета маркетинга.
5. Корректировка запланированных целей, стратегий и мероприятий программы.
6. Оперативный план маркетинга.
7. Планирование маркетинговой деятельности на предприятиях разной формы собственности.
8. Последовательность разработки планов маркетинга.
9. Проверка достаточности ресурсов для выполнения программы.
10. Процесс планирования в маркетинге.
11. Руководство ходом работ, контроль, учёт и анализ их выполнения.
12. Содержание стратегического планирования.
13. Стратегическое и оперативное планирование в маркетинге.

3. Презентация

Темы 5, 6, 7

Тема 5.

1. Два типа конкурентных преимуществ: более низкие издержки и специализация.
2. Модель конкурентных преимуществ М. Портера.
3. Необходимые предпосылки использования стратегии дифференцированного маркетинга
4. Необходимые предпосылки использования стратегии массового маркетинга.
5. Стратегии дифференцированного маркетинга.
6. Стратегия дифференцированного маркетинга
7. Стратегия концентрированного маркетинга.
8. Стратегия концентрированного маркетинга.
9. Стратегия массового маркетинга
10. Стратегия массового маркетинга.

Тема 6.

1. Использование IT - технологий для управления маркетингом на функциональном уровне.
2. Методы определения затрат на отдельные маркетинговые мероприятия
3. Оценка маркетинга.
4. Специфика российского корпоративного маркетинга.
5. Управление определением общей величины затрат на маркетинг.
6. Управление рентабельностью брэнда.
7. Управление рентабельностью маркетинговой кампании.
8. Управление рентабельностью программ лояльности.
9. Управление стратегическим и оперативным планированием маркетинга на предприятии.
10. Управление финансированием маркетинга.
11. Управление финансированием маркетинговых технологий.
12. Управление этапами разработки стратегии и инструментами планирования.

Тема 7.

1. Взаимосвязи сбыта в комплексе маркетинга.
2. Измерение эффективности маркетинговых коммуникаций.
3. Маркетинг в компьютерных сетях.
4. Маркетинг отношений.
5. Маркетинг прямых продаж.
6. Маркетинговые решения по оптовым торговцам.

7. Маркетинговые решения по розничным торговцам.
8. Модели дистрибуции.
9. Организация продажи товаров.
10. Охват рынка каналами распределения.
11. Планирование продаж.
12. Продвижение в комплексе маркетинга.
13. Решения по ATL - коммуникациям.
14. Решения по BTL - коммуникациям.
15. Управленческие решения по продвижению: управление маркетинговыми коммуникациями.
16. Управленческие решения по распределению: управление сбытом.
17. Формирование каналов распределения.

Экзамен

Вопросы к экзамену:

1. Алгоритм составления маркетинговой программы
2. Анализ природы услуг.
3. БКГ. Стратегические направления действий предприятия путём планирования тактических мероприятий.
4. Бюджет маркетинга.
5. Бюджет маркетинга. Разработка бюджета маркетинга.
6. Взаимосвязи сбыта в комплексе маркетинга.
7. Взаимосвязи цены в комплексе маркетинга.
8. Два типа конкурентных преимуществ: более низкие издержки и специализация.
9. Значение услуг в современном обществе динамичность среды услуг.
10. Измерение эффективности маркетинговых коммуникаций.
11. Использование IT - технологий для управления маркетингом на функциональном уровне.
12. Использование методов ценообразования.
13. Корректировка запланированных целей, стратегий и мероприятий программы.
14. Маркетинг в компьютерных сетях.
15. Маркетинг отношений.
16. Маркетинг прямых продаж.
17. Маркетинговые решения по оптовым торговцам.
18. Маркетинговые решения по розничным торговцам.
19. Международная типология услуг.
20. Методы определения затрат на отдельные маркетинговые мероприятия
21. Модели дистрибуции.
22. Модель конкурентных преимуществ М. Портера.
23. Мультиатрибутивная модель товара/услуги и методика ее анализа и проектирования.
24. Необходимые предпосылки использования стратегии дифференцированного маркетинга
25. Необходимые предпосылки использования стратегии массового маркетинга.
26. Обеспечение конкурентоспособности товара/услуги.
27. Оперативный план маркетинга.
28. Организация продажи товаров.
29. Основы теории сервисных процессов и систем.
30. Охват рынка каналами распределения.
31. Оценка маркетинга.
32. Оценка эффективности управленческого решения в области управления услугой
33. Планирование маркетинговой деятельности на предприятиях разной формы собственности.
34. Планирование продаж.
35. Последовательность разработки планов маркетинга.
36. Построения управленческого решения в области управления услугой
37. Предпосылки роста эффективности менеджмента сферы услуг в изменяющейся среде. Классификация услуг, виды услуг.
38. Проверка достаточности ресурсов для выполнения программы.
39. Продвижение в комплексе маркетинга.
40. Процесс планирования в маркетинге.
41. Различия в подходах к процессу ценообразования у финансовых работников и маркетологов.
42. Решения по ATL - коммуникациям.
43. Решения по BTL - коммуникациям.
44. Роль и место сервисных взаимодействий в операциях.
45. Руководство ходом работ, контроль, учёт и анализ их выполнения.
46. Свойства и функции услуг.

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

47. Сервис как процесс.
48. Содержание стратегического планирования.
49. Специфика российского корпоративного маркетинга.
50. Стратегии дифференцированного маркетинга.
51. Стратегическое и оперативное планирование в маркетинге.
52. Стратегия дифференцированного маркетинга
53. Стратегия концентрированного маркетинга.
54. Стратегия концентрированного маркетинга.
55. Стратегия массового маркетинга
56. Стратегия массового маркетинга.
57. Типология услуг
58. товары (услуги) предприятия.
59. Управление ассортиментом услуг.
60. Управление зависимостью цены и прибыли.
61. Управление определением общей величины затрат на маркетинг.
62. Управление проблемами ценообразования
63. Управление разработкой нового товара/услуги.
64. Управление разработкой упаковки товара/услуги.
65. Управление рентабельностью брэнда.
66. Управление рентабельностью маркетинговой кампании.
67. Управление рентабельностью программ лояльности.
68. Управление сервисными операциями.
69. Управление сервисом.
70. Управление стратегическим и оперативным планированием маркетинга на предприятии.
71. Управление стратегиями ценообразования с учетом выбранной цели предприятия
72. Управление торговоймаркой.
73. Управление финансированием маркетинга.
74. Управление финансированием маркетинговых технологий.
75. Управление этапами разработки стратегии и инструментами планирования.
76. Управленческие решения по продвижению: управление маркетинговыми коммуникациями.
77. Управленческие решения по распределению: управление сбытом.
78. Управленческие решения по товарной политике: управление товаром/ услугой.
79. Управленческие решения по ценообразованию: управление ценой на
80. Установление цен со скидками, установление цен на товары в рамках ассортимента.
81. Установлением цены на товар - новинку, товар ? имитатор
82. Формирование каналов распределения.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Семестр 7			
Текущий контроль			
Устный опрос	Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы.	1	15

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Письменная работа	Обучающиеся получают задание по освещению определённых теоретических вопросов или решению задач. Работа выполняется письменно и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	2	15
Презентация	Обучающиеся выполняют презентацию с применением необходимых программных средств, решая в презентации поставленные преподавателем задачи. Обучающийся выступает с презентацией на занятии или сдаёт её в электронном виде преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме презентации, логичность, информативность, способы представления информации, решение поставленных задач.	3	20
Экзамен	Экзамен нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Экзамен проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

Теория менеджмента: Учебное пособие / А.П. Балашов. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 352
http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406197

Управление изменениями: Учебное пособие / В.М. Распопов. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с.
http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=465261

7.2. Дополнительная литература:

Теория управления: Учебное пособие / Л.А. Бурганова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 160 с

http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=420256

Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 2-е изд., доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с

http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=412829

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Административно-управленческий портал - www.aup.ru

Маркетинг. Менеджмент - magazine.ru

Менеджмент в России и за рубежом - www.mevriz.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Тезисно оформить конспект лекций. Дорабатывать конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Преподаватель составляет план работы на лекции, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки
практические занятия	В ходе подготовки к практическим занятиям изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газета, и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Преподаватель составляет план работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Вид работ	Методические рекомендации
самостоятельная работа	Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании работ
презентация	Подготовить визуализацию в PowerPoint по темам рекомендованных преподавателем и предусмотренной учебной программой. Преподаватель составляет план работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки. На защиту презентации выделяется 5-7 минут. В ходе подготовки необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газета, и т.д.
устный опрос	В ходе подготовки к устному опросу изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газета, и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Преподаватель составляет план работы, в котором определяются основные пункты предстоящего опроса.
письменная работа	Письменная работа выполняется студентами на основе самостоятельного изучения рекомендованной литературы, с целью систематизации, закрепления и расширения теоретических знаний, развития творческих способностей студентов, овладения навыками самостоятельной работы с научной, научнометодической, нормативно-правовой литературой, формирования умений анализировать и отвечать на вопросы, поставленные темой работы, делать выводы на основе проведенного анализа.
экзамен	При подготовке к экзамену обучающиеся внимательно изучают конспект, материалы практических и самостоятельных заданий, рекомендованную литературу и делают краткие записи по каждому вопросу. Такая методика позволяет получить прочные и систематизированные знания, необходимые на экзамене. Вопросы к экзамену представлены в рабочей программе дисциплины.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Освоение дисциплины "Управление спросом в различных отраслях сферы услуг" предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Освоение дисциплины "Управление спросом в различных отраслях сферы услуг" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB,audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудованием имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;

- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;

- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;

- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;

- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;

- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;

- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:

- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки не предусмотрено .