

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 22.05.2024 11:55:14  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Экономический факультет**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **МАРКЕТИНГ УСЛУГ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

### **МАРКЕТИНГ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2024 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинг услуг» входит в программу бакалавриата «Маркетинг» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 5 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 3 разделов и 8 тем и направлена на изучение

Целью освоения дисциплины является Курс «Маркетинг услуг» ставит своей целью ознакомить слушателя с современными маркетинговыми инструментами сферы услуг, которые помогают маркетологам и менедже-рам управлять услугой на разных рынках, принимать решения о цене, кампаниях по стиму-лированию продаж и ведению баз клиентов.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинг услуг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; УК-1.3 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;
ПК-1	Способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационные обзоры и аналитические отчеты для решения задач профессиональной деятельности	ПК-1.1 Знает и владеет мировыми практиками для планирования и проведения маркетинговых исследований; ПК-1.2 Владеет навыками получения маркетинговой информации с целью оценки рыночной конъюнктуры; ПК-1.3 Умеет проводить маркетинговые исследования конъюнктуры рынка с целью корректировки продуктовой концепции, цены, каналов распределения и инструментов продвижения; ПК-1.4 Знает основы оценки внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность компании; ПК-1.5 Анализирует информацию, полученную в результате маркетингового исследования, а также разрабатывает рекомендации для принятия эффективного управленческого решения;
ПК-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.1 Применяет современные подходы при разработке концепции продукта и формировании стратегии ценообразования, в том числе и на международных рынках; ПК-2.2 Использует современные подходы при разработке сбытовой политики компании и политики продвижения, в том числе и на международных рынках; ПК-2.3 Формирует и используют оптимальные каналы распределения, а также создает эффективную систему товародвижения; ПК-2.4 Умеет использовать современные техники и методы продаж, а также применяет современные подходы при оценке динамики продаж и их прогнозировании; ПК-2.5 Демонстрирует навыки в управлении бюджетом компании, в том числе рекламным бюджетом и бюджетом на продвижение; ПК-2.6 Умеет интегрировать различные инструменты

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций;

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинг услуг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Маркетинг услуг».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Макроэкономика; Микроэкономика; <i>Моделирование бизнес-процессов**</i> ; <i>Персональный брендинг**</i> ; Экономическая география; Маркетинг; Мировая экономика; <i>Основы научных исследований**</i> ; Статистика; <i>Тайм-менеджмент**</i> ; <i>Big Data: основы анализа данных**</i> ; <i>Психология личности и профессиональное самоопределение**</i> ; <i>Бизнес в Интернет**</i> ; <i>Международные экономические организации**</i> ; <i>Страховой бизнес**</i> ; <i>Комплаенс документации**</i> ; <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**</i> ; <i>Навыки и технологии публичных презентаций**</i> ; <i>Сторителлинг данных**</i> ; <i>Экономика межгосударственных территориальных споров**</i> ; <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**</i> ; <i>Миграционные режимы и паспортно-визовая дипломатия**</i> ; <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**</i> ; <i>Коммуникации в экономике и управлении**</i> ; <i>Тренинг: работа с международной статистикой**</i> ; <i>Основы международных</i>	<i>Прикладные маркетинговые исследования**</i> ; Концепции современного естествознания; <i>Бенчмаркинг (конкурентный мониторинг)**</i> ; Производственно-технологическая практика; Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>стандартов учета и аудита**;</i>  <i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i>  <i>Технологические революции и экономический рост**;</i>  <i>Эмоциональный интеллект**;</i>  <i>Города в глобальной экономике**;</i>  <i>Современные финансовые операции**;</i>  <i>Цифровые технологии в управлении**;</i>  <i>Основы налоговых правоотношений в учете**;</i>  <i>Экосистемы в бизнесе**;</i>  <i>Эффективное продвижение результатов научных исследований и проектов**;</i>  <i>Основы финансового прогнозирования**;</i>  <i>"Умные города": Россия и мир**;</i>  <i>Дизайн-мышление**;</i>  <i>Phygital-технологии в экономике**;</i>  <i>Геоинформационные системы: визуализация пространственных данных**;</i>  <i>Цифровой банкинг**;</i>  <i>Экономика цифровых рынков**;</i>  Методика написания курсовой работы;  <i>Внутренний контроль фирмы**;</i>  <i>Малое предпринимательство в рыночной экономике**;</i>  <i>Основы бизнес-аналитики**;</i>  <i>Аналитика в Excel**;</i>  <i>Основы предпринимательства**;</i>  <i>"Мягкая сила" в мировой экономике**;</i>  <i>Мировые финансовые центры**;</i>  Математика (Часть 1);  Математика (Часть 2);  <i>Управление талантами**;</i>  <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i>  <i>Нейромаркетинг**;</i>  Ознакомительная практика;</p>	
ПК-1	Способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационные обзоры и аналитические отчеты для решения задач профессиональной деятельности	<p><i>Моделирование бизнес-процессов**;</i>  <i>Персональный брендинг**;</i>  Управление человеческими ресурсами;  Экономическая география;  <i>Основы научных исследований**;</i>  Правоведение;  Экономика предприятия;  <i>Тайм-менеджмент**;</i>  <i>Big Data: основы анализа</i></p>	<p><i>Прикладные маркетинговые исследования**;</i>  <i>Бенчмаркинг (конкурентный мониторинг)**;</i>  <i>Производственно-технологическая практика;</i>  <i>Преддипломная практика;</i></p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p>данных**;</p> <p><i>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i></p> <p><i>Бизнес в Интернет**;</i></p> <p><i>Международные экономические организации**;</i></p> <p>Экономико-математическое моделирование;</p> <p><i>Страховой бизнес**;</i></p> <p><i>Комплаенс документации**;</i></p> <p><i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i></p> <p><i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i></p> <p><i>Сторителлинг данных**;</i></p> <p><i>Экономика межгосударственных территориальных споров**;</i></p> <p><i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i></p> <p><i>Миграционные режимы и паспортно-визовая дипломатия**;</i></p> <p><i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i></p> <p><i>Коммуникации в экономике и управлении**;</i></p> <p><i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i></p> <p><i>Основы международных стандартов учета и аудита**;</i></p> <p><i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i></p> <p><i>Технологические революции и экономический рост**;</i></p> <p><i>Эмоциональный интеллект**;</i></p> <p><i>Города в глобальной экономике**;</i></p> <p><i>Современные финансовые операции**;</i></p> <p><i>Цифровые технологии в управлении**;</i></p> <p><i>Основы налоговых правоотношений в учете**;</i></p> <p><i>Экосистемы в бизнесе**;</i></p> <p><i>Эффективное продвижение результатов научных исследований и проектов**;</i></p> <p><i>Основы финансового прогнозирования**;</i></p> <p><i>"Умные города": Россия и мир**;</i></p> <p><i>Дизайн-мышление**;</i></p> <p><i>Phygital-технологии в экономике**;</i></p> <p><i>Геоинформационные системы: визуализация пространственных данных**;</i></p> <p><i>Цифровой банкинг**;</i></p> <p><i>Экономика цифровых рынков**;</i></p>	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>Внутренний контроль фирмы**;</i>  <i>Малое предпринимательство в рыночной экономике**;</i>  <i>Основы бизнес-аналитики**;</i>  <i>Аналитика в Excel**;</i>  <i>Основы предпринимательства**;</i>  <i>"Мягкая сила" в мировой экономике**;</i>  <i>Мировые финансовые центры**;</i>  <i>Управление талантами**;</i>  <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i>  <i>Нейромаркетинг**;</i></p>	
ПК-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга		<p><i>Маркетинговое администрирование**;</i>  <i>Маркетинговые коммуникации;</i>  <i>Управление продуктом;</i>  <i>Прикладные маркетинговые исследования**;</i>  <i>Событийный маркетинг**;</i>  <i>Маркетинговые аспекты блокчейна**;</i>  <i>Брендинг;</i>  <i>Позиционирование городов мира: поиск идентичности**;</i>  <i>Маркетинговое обоснование start-up**;</i>  <i>BTL коммуникации**;</i>  <i>Стратегии и технологии продаж на рынках товаров повседневного спроса**;</i>  <i>Маркетинговая логистика**;</i>  <i>Ценообразование в маркетинге**;</i>  <i>Marketing logistics**;</i>  <i>Корпоративные связи с общественностью**;</i>  <i>Бенчмаркинг (конкурентный мониторинг)**;</i>  <i>B2B маркетинг;</i>  <i>Контент-маркетинг**;</i>  <i>ATL коммуникации**;</i>  <i>Категорийный маркетинг**;</i>  <i>Производственно-технологическая практика;</i>  <i>Преддипломная практика;</i></p>

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг услуг» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			5
Контактная работа, ак.ч.	34		34
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		34
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	29		29
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг услуг» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			7
Контактная работа, ак.ч.	17		17
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	46		46
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Особенности услуги, как продукта	1.1	Организация маркетинговой деятельности в сервис-ной компании. Влияние глобального маркетинга на организационные структуры служб маркетинга в со-временных сервисных компаниях. ¶Классификаторы сферы услуг. ¶	СЗ
		1.2	Характеристика современных товарных рынков и рынков услуг. Особенности рынка услуг. Объем и динамика рынков. Структура сферы услуг. Понятие экспорта и импорта услуги. Сравнение российских и глобальных рынков.	СЗ
Раздел 2	Создание услуги и ее качество	2.1	Комплексное описание маркетинга услуг. Модели маркетинга услуг: модель Д. Ратмела, модель П. Эйглие и Е. Лангеарда (сервакшн модель), модель К. Грёнроса, функционально-инструментальная модель качества обслуживания, модель Ф. Котлера и модель «7Р». Принцип построения молекулярной модели оказания услуг	СЗ
		2.2	Основные этапы разработки стратегии оказания услуг. Процесс подготовки и процесс обслуживания. Выбор качества услуги и ее характеристики. Каче-ство услуги и качество обслуживания.	СЗ
		2.3	Выбор и характеристика целевой аудитории. Приме-нение модели Кано для сегментации рынка услуг. Атрибуты классификации потребителя. Дифферен-циация качества услуги. Основные этапы.	СЗ
		2.4	Особенности процесса предоставления услуги. Роль потребителя в процессе. Понятие цена – качество услуги.	СЗ
Раздел 3	Управление созданием и моделирование услуги	3.1	Основные приемы продвижения услуги. Особенно-сти прямого маркетинга. Этапы личных продаж. Ин-струменты личных продаж. ¶Интерактивная маркетинговая система, для получе-ния определенного потребительского отклика и/или для осуществления транзакции без посредников ис-пользует каналы прямой связи с потребителями¶	СЗ
		3.2	Выбор сферы моделирования: объект и предмет. Раз-работка модели предоставления услуги и обеспе-чения ее качества. Формирование программы комму-никации с клиентом.	СЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W, Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Зал библиотеки. Каворкинг.

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература:

1. 1) Синяева И.М., Синяев В.В., Жильцова О.Н. Маркетинг услуг. (5-е издание, стерео-типное). Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", Москва, 2022. -250с.
2. 2) Ю. Н. Соловьева, А.Ю. Курочкина. Маркетинг услуг: учебное пособие /– СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2021. – 109 с.

### Дополнительная литература:

1. Чернышева А. М. Управление продуктовой политикой [Текст] : Учебник и практи-кум для бакалавриата и магистратуры / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2023. - 187 с. - (Бакалавр и магистр. Модуль).
2. Назарова Ю.А. Основы управления качеством продукции и услуг [Электронный ре-сурс] : Сборник практических заданий / Ю.А. Назарова. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2019. - 40 с

### Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров
  - Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
  - ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
  - ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
  - ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
  - ЭБС «Троицкий мост»
2. Базы данных и поисковые системы
  - электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
  - поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
  - поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS  
<http://www.elsevier.com/locate/SCOPUS>  
*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Маркетинг услуг».

- Курс лекций, типовые задания и контрольный тест по дисциплине «Маркетинг услуг» размещен на портале ТУИС, Режим доступа:

<https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=9795>

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Маркетинг услуг» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

**РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент каф. маркетинга

*Должность, БУП*

*Подпись*

Ямпольская Диана

Олеговна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой  
маркетинга

*Должность БУП*

*Подпись*

Зобов Александр

Михайлович

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Заведующий каф. маркетинга

*Должность, БУП*

*Подпись*

Зобов Александр

Михайлович

*Фамилия И.О.*