

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 18.10.2023 11:14:09
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг услуг в цифровой среде

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	43.04.01 Сервис
Направленность (профиль)	Трансформация бизнеса сферы услуг в информационном обществе
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года
Форма(-ы) обучения	очная

Учебная дисциплина «Маркетинг услуг в цифровой среде» изучается во втором семестре. Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрено.

1.1. Форма промежуточной аттестации
экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Маркетинг услуг в цифровой среде» относится к обязательной части программы.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями освоения учебной дисциплины «Маркетинг услуг в цифровой среде» является:

- приобретение студентом теоретических знаний и практических навыков для приобретение студентом теоретических знаний и практических навыков в области современного маркетинга, а именно, развития и функционирования внутреннего и латерального маркетинга, маркетинга взаимоотношений, цифровых технологий маркетинга;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-4 Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций в сфере сервиса	ИД-ОПК-4.1 Анализ и прогнозирование потребности рынка в сфере сервисного обслуживания, выявление проблем и перспектив развития сервиса
	ИД-ОПК-4.2 Использование методов информационно-коммуникативного рекламирования и привлечения

<p>ПК-1 Способен готовить предложения по формированию и совершенствованию сервисной деятельности в соответствии с изменением конъюнктуры рынка, информатизацией и цифровизацией бизнеса</p>	<p>ИД-ПК-1.2 Владение методами планирования, организации и осуществления маркетинговой деятельности в индустрии сервиса</p>
<p>ПК-2 Способен формировать конкурентоспособную стратегию развития предприятия в сфере услуг</p>	<p>ИД-ПК-2.3 Реализация общей стратегии, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой), обеспечивающих устойчивое развитие предприятия в сфере оказания услуг</p>
<p>ПК-3 Способен управлять изменениями в организациях индустрии сервиса</p>	<p>ИД-ПК-3.1 Поиск новых рыночных возможностей, определение основных аспектов организации, которые могут быть затронуты стратегическими изменениями, и заинтересованных сторон, которые должны быть вовлечены в инициативу по реализации стратегических изменений</p>

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	5	з.е.	180	час.
---------------------------	---	-------------	-----	-------------