|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  ***УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ*** | | |
| **Маркетинг и менеджмент сервиса** | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки/Специальность | 38.03.01 | Менеджмент |
| Направленность (профиль)/Специализация | Маркетинг и бренд-менеджмент | |
| Срок освоения образовательной программы по очно-заочной форме обучения | 5 лет | |
| Форма обучения | очно-заочная | |

* + - 1. Учебная дисциплина «Маркетинг и менеджмент сервиса» изучается в 9 семестре.
      2. Курсовая работа не предусмотрена

## Форма промежуточной аттестации

* + - 1. зачет

## Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина «Маркетинг и менеджмент сервиса» относится к эклективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

* + - 1. Целями изучения дисциплины «**Маркетинг и менеджмент сервиса**» являются:
    - изучение маркетинга и менеджмента как методического инструментария сервисной деятельности;
    - формирование навыков решения задач профессиональной направленности с использованием подходов маркетинга и менеджмента;
    - формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.
      1. 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** | **Планируемые результаты обучения**  **по дисциплине** |
| --- | --- | --- |
| ОПК-4  Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; | ИД-ОПК-4.4,  Выявление и оценка новых рыночных возможностей в деятельности организаций | * Выявляет и оценивает новые рыночные возможности в деятельности организаций * Определяет и обобщает рыночные угрозы и риски при планировании новых направлений деятельности организаций. * Организует мероприятий по формированию репутации бренда с представлением вероятных последствий принятия управленческих решений. |
| ИД-ОПК-4.5  Определение и обобщение рыночных угроз и рисков при планировании новых направлений деятельности организаций и их представление в бизнес-планах |
| ПК-5.1  Способен реализовывать мероприятия по формированию репутации бренда, идентифицировать и оценивать сопутствующие маркетинговым мероприятиям риски. | ИД-ПК-5.1  Организация мероприятий по формированию репутации бренда с представлением вероятных последствий принятия управленческих решений. |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения – | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |
| по очно-заочной форме обучения – | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |
| по заочной форме обучения – |  | **з.е.** |  | **час.** |