

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Орский гуманитарно-технологический институт (филиал)  
федерального государственного бюджетного  
образовательного учреждения высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»  
(Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) ОГУ)

Кафедра экономики и управления (ОГТИ)

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.Э.9.2 Маркетинг услуг»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.04 Государственное и муниципальное управление  
(код и наименование направления подготовки)

Муниципальное управление  
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очно-заочная

Орск 2023

2121544

Рабочая программа дисциплины «Б1.Д.В.Э.9.2 Маркетинг услуг» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра экономики и управления (ОГТИ)

*наименование кафедры*

протокол № 8 от «05» апреля 2023 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра экономики и управления (ОГТИ)

*наименование кафедры*

*подпись*

И.В. Зенченко

*расшифровка подписи*

Исполнители:

Профессор кафедры экономики и управления (ОГТИ)

*должность*

*подпись*

Л.В. Пасечникова

*расшифровка подписи*

*должность*

*подпись*

*расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

*наименование*

*личная подпись*

*расшифровка подписи*

*дата*

Л.В. Пасечникова

05.04.2023 г.

Заведующий библиотекой

*личная подпись*

М.В. Камышанова

07.04.2023 г.

Начальник ОИТ

*личная подпись*

М.В. Сапрыкин

07.04.2023 г.

*расшифровка подписи*

*дата*

© Пасечникова Л.В., 2023

© Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) ОГУ, 2023

## 1 Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель (цели)** освоения дисциплины: подготовка студентов к принятию квалифицированных маркетинговых решений при оказании государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам, путем усвоения основных принципов маркетинговой деятельности и внедрения их в условиях отечественного рынка.

### **Задачи:**

- дать представление о принципах практической деятельности в сфере услуг;
- усвоить особенности нетрадиционных форм маркетинга;
- знать понятия, характеризующие маркетинговый процесс в сфере услуг;
- владеть профессиональными маркетинговыми терминами;
- уметь решать практические маркетинговые задачи в разных отраслях служебной сферы;
- развить навыки работы с учебной, периодической и правовой литературой.

## 2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.23 Стратегическое управление муниципальным образованием*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

## 3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-11 Владеет технологиями, приемами, обеспечивающими оказание государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам	ПК*-11-В-1 Применяет технологии, приемы, обеспечивающие оказание государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам	<b><u>Знать:</u></b> <ul style="list-style-type: none"><li>– общие основы управления предприятиями служебной сферы;</li><li>– основные группы субъектов маркетинга услуг;</li><li>– особую роль органов власти в организации взаимодействия и координации деятельности разных субъектов маркетинга услуг;</li><li>– технологии, процессы, приемы, обеспечивающие оказание государственных и муниципальных услуг.</li></ul> <b><u>Уметь:</u></b> <ul style="list-style-type: none"><li>– применять маркетинговые инструменты для повышения привлекательности услуг;</li><li>– выбирать наиболее оптимальные процессы и методы управления по развитию комплекса</li></ul>

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		<p>средств (инструментов) маркетинга услуг;</p> <p>- применять технологии, приемы, обеспечивающие оказание государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- технологиями, приемами, обеспечивающими оказание государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам.</p>

## 4 Структура и содержание дисциплины

### 4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	6 семестр	всего
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
<b>Контактная работа:</b>	<b>28,25</b>	<b>28,25</b>
Лекции (Л)	12	12
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>115,75</b>	<b>115,75</b>
- самостоятельное изучение разделов (табл. 4.4);	24	24
- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);	31	31
- подготовка к практическим занятиям;	30	30
- подготовка к рубежному контролю и т.п.)	30,75	30,75
<b>Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)</b>	<b>зачет</b>	

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Современная концепция маркетинга услуг	24	2	2	-	20
2	Качество в индустрии услуг и стандарты обслуживания	24	2	2	-	20
3	Процесс предоставления услуги	24	2	2	-	20
4	Комплекс маркетинга в сфере услуг	24	2	2	-	20
5	Особенности маркетинга государственных и	24	2	4	-	18

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
	муниципальных услуг					
6	Внутренний маркетинг в организациях сферы услуг	24	2	4	-	18
	Итого:	144	12	16		116
	Всего:	144	12	16		116

## 4.2 Содержание разделов дисциплины

### Раздел 1 Современная концепция маркетинга услуг

Основные подходы к характеристике сферы услуг. История становления маркетинга услуг. Методологические особенности маркетинга услуг. Сущность маркетинга услуг. Виды маркетинга и комплекс маркетинга для сферы услуг. Главные характеристики услуги как важнейшие причины становления маркетинга услуг. Основные подходы к классификациям услуги. Тенденции и перспективы развития услуг. Международные модели маркетинга услуг. Треугольник маркетинга услуг. Типология государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам.

### Раздел 2 Качество в индустрии услуг и стандарты обслуживания

Понятие качества и сущность проблемы качества в сфере услуг. Изменчивость услуги как основная проблема обеспечения постоянства качества. Модели качества услуг. Пятиступенчатая модель качества обслуживания. Подходы к оценке качества услуги. Способы повышения качества услуги. Стандарт обслуживания и процедура его разработки.

### Раздел 3 Процесс предоставления услуги

Понятия о процессе предоставления услуги. Методы разработки и анализа процесса взаимодействия покупателя и продавца. Анализ бизнес – процесса предоставления услуги. Точки контакта с клиентом. Материализация в процессе обслуживания. Элементы материальной среды и их роль в позиционировании предприятия сферы услуг и в создании рыночного предложения.

### Раздел 4 Комплекс маркетинга в сфере услуг

Услуга как продукт и её особенности. Цена в комплексе маркетинга предприятия сферы услуг. Расчет цены на услугу. Методы ценообразования. Ценовые акции. Модификация цен. Понятие распределения в маркетинге услуг. Рыночные посредники в индустрии сервиса. Природа каналов распределения услуг. Методы и каналы сбыта. Выбор системы сбыта.

Осуществление коммуникаций на рынке услуг. Связи с общественностью и их значение в сфере услуг. Материальные свидетельства, персонал и процесс как элементы комплекса маркетинга в сфере услуг.

### Раздел 5 Особенности маркетинга государственных и муниципальных услуг

Специфика маркетинга услуг образования и здравоохранения, услуг транспорта и связи, услуг по обеспечению досуга, услуг по обеспечению среды обитания: благоустройство, озеленение, градостроение, содержание дорог, жилищных и коммунальных услуг, услуг торговли, общественного питания, бытового обслуживания, услуг поддержки деловой активности (банки, биржи) и т.д.

### Раздел 6 Внутренний маркетинг в организациях сферы услуг

Сущность и особенность внутреннего маркетинга. Цель и причины формирования внутреннего маркетинга. Персонал фирмы как главный компонент концепции внутреннего маркетинга. Процесс внутреннего маркетинга. Маркетинговый подход к управлению персоналом.

### 4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Современная концепция маркетинга услуг	2
2	2	Качество в индустрии услуг и стандарты обслуживания	2
3	3	Процесс предоставления услуги	2
4	4	Комплекс маркетинга в сфере услуг	2
5,6	5	Особенности маркетинга государственных и муниципальных услуг	4
7,8	6	Внутренний маркетинг в организациях сферы услуг	4
		Итого:	16

### 4.4 Самостоятельное изучение разделов дисциплины

№ раздела	Наименование разделов и тем для самостоятельного изучения	Кол-во часов
1	Современная концепция маркетинга услуг	4
2	Качество в индустрии услуг и стандарты обслуживания	4
3	Процесс предоставления услуги	4
4	Комплекс маркетинга в сфере услуг	4
5	Особенности маркетинга государственных и муниципальных услуг	4
6	Внутренний маркетинг в организациях сферы услуг	4
	Итого	24

## 5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Основная литература

1. Болдаков, Р.А. Использование маркетинга в муниципальном управлении: учебник [Электронный ресурс] / Р.А. Болдаков. – Москва: Лаборатория книги, 2012. - 143 с. - ISBN 978-5-504-00739-7 – Режим доступа: URL: [://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140316;](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140316)

2. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг: Учебник / Т.А. Тультаев. ВО - бакалавриат. – Москва: Инфра-М, 2020. – 208 с. ISBN 978-5-394-02723-9 Режим доступа <https://znanium.com/catalog/document?id=356219>

3 Синяева, И. М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс]: Учебник / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, В.В. Синяев. ВО - бакалавриат. – Москва: Дашков и К. 2017. – 252 с. ISBN 978-5-394-02723-9 Режим доступа <https://znanium.com/catalog/document?id=286435>

### 5.2 Дополнительная литература

1. Казаков, С.П. Рыночная ориентация как эффективный подход к организации маркетинга на предприятиях сферы услуг // Маркетинг и маркетинговые исследования: Статья [Электронный ресурс] / С.П. Казаков - Москва: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 14 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=561277>

2. Маркетинг товаров и услуг : учеб. пособие [Электронный ресурс] / А.В. Лукина. - Москва: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. - 239 с. - ISBN 978-5-00091-035-1. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=757837>

3. Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновационные подходы : монография [Электронный ресурс] / А.В. Христофоров, И.В. Христофорова, А.Е. Суглобов [и др.]; под ред. д-ра экон. наук, проф А.Е. Суглобова. - Москва: РИОР : ИНФРА-М, 2017. - 159 с. - ISBN 978-5-369-01490-5. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=774094>

4. Соловьев, Б.А. Маркетинг: учебник [Электронный ресурс] / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 336 с. - ISBN 978-5-16-003647-2. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=536868>

### 5.3 Периодические издания

1. Журнал «Маркетинг» - научно – практический журнал, освещает современные тенденции в развитии маркетинга.

2. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» - научно – практический журнал, освещает современные тенденции развития маркетинга в России и за рубежом.

### 5.4 Интернет-ресурсы

#### 5.4.1. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. ГАРАНТ – <http://www.garant.ru/>

2. КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru/>

#### 5.4.2. Тематические профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Библиотека управления – <https://www.cfin.ru/>

2. Федеральный образовательный портал: Экономика. Социология. Менеджмент. – <http://ecsocman.hse.ru/>

3. Наука права – <https://naukaprava.ru/>

#### 5.4.3. Электронные библиотечные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» – <http://www.biblioclub.ru/>

2. ЭБС Znanium.com – <https://znanium.com/>

#### 5.4.4. Дополнительные Интернет-ресурсы

1. <http://www.aup.ru/management/> - Административно-управленческий портал

2. <http://www.businesspress.ru/> - сайт «Деловая пресса»

3. <http://www.cfin.ru/> - Корпоративный менеджмент

4. <http://ecsocman.hse.ru/> – Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»

5. <http://www.cfin.ru/> - Корпоративный менеджмент

6. <http://mevriz.ru/> - журнал «Менеджмент в России и за рубежом»

7. [lib.ogti.orisk.ru](http://lib.ogti.orisk.ru/) - Научная библиотека Орского гуманитарно-технологического института

8. [www.rsl.ru/](http://www.rsl.ru/) - Официальный сайт РГБ

9. [http://www.nlr.ru/lawcenter/ec\\_period/ecper.htm](http://www.nlr.ru/lawcenter/ec_period/ecper.htm) - Периодические издания по экономике и праву

10. [www.orenburg-gov.ru](http://www.orenburg-gov.ru) - Портал ОГВ Оренбургской области: Министерство экономического развития

11 <https://openedu.ru/course/> - «Открытое образование», Каталог курсов, НИУ ВШЭ: «Маркетинг»

## **.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Тип программного обеспечения	Наименование	Схема лицензирования, режим доступа
Операционная система	РЕД ОС «Стандартная» для Рабочих станций*	Образовательная лицензия от 11.07.2022 г. на 3 года для 240 рабочих мест в рамках соглашения о сотрудничестве с ООО «Ред Софт» № 305/06-22У от 28.06.2022 г.
Офисный пакет	LibreOffice	Свободное ПО, <a href="https://libreoffice.org/download/license/">https://libreoffice.org/download/license/</a>
Интернет-браузер	Яндекс.Браузер	Бесплатное ПО, <a href="https://yandex.ru/legal/browser_agreement/">https://yandex.ru/legal/browser_agreement/</a>
Информационно-правовая система	Консультант Плюс	Комплект для образовательных учреждений по договору № 337/12 от 04.10.2012 г., сетевой доступ
Программа просмотра электронных документов	Atril	Свободное ПО, является компонентом среды MATE для ОС на базе ядра Linux, <a href="https://www.gnu.org/licenses/gpl-3.0.html">https://www.gnu.org/licenses/gpl-3.0.html</a>

## **6 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети «Интернет», и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Орского гуманитарно-технологического института (филиала) ОГУ (ауд. № 1-318, № 2-311, № 4-307).

Наименование помещения	Материально-техническое обеспечение
Учебные аудитории: - для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, - для групповых и индивидуальных консультаций; - для текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель, классная доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран, ноутбук с выходом в сеть «Интернет»)
Помещение для самостоятельной работы обучающихся, для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	Учебная мебель, компьютеры (3) с выходом в сеть «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Орского гуманитарно-технологического института (филиала) ОГУ, программное обеспечение

Для проведения занятий лекционного типа используются следующие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядные пособия:

- презентации к курсу лекций.