

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна

Должность: Проректор по учебно-методической работе

Дата подписания: 04.03.2024 08:49:56

Уникальный программный идентификатор:

b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И
ТОРГОВЛИ
ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-
БАРАНОВСКОГО»**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической
работе  Л.В. Крылова
«28» февраля 2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.05 ТОРГОВЫЕ УСЛУГИ

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль): Коммерция

Уровень высшего образования: Бакалавриат

Москва – Донецк – 2024 г.

Рабочая программа учебной дисциплины «Торговые услуги» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль Коммерция, разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом Университета:
- в 2024г – для очной формы обучения;

Разработчики: Казакова Е.Б., профессор, к.э.н., доцент



Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела
Протокол от «_20_» 2024 года № 15

Зав. кафедрой


(подпись)  И.М. Рвачева
(фамилия и инициалы)

СОГЛАСОВАНО:

Декан факультета маркетинга и торгового дела


(подпись)  Д.В. Махносов
(фамилия и инициалы)

Дата «_20_» февраля 2024 года

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»
Протокол от «_28_» февраля 2024 года № 7

Председатель 
(подпись) Л. В. Крылова

© Казакова Е.Б., 2024 год
© ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»,
2024 год

1. ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование показателей	Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования	Характеристика учебной дисциплины	
		очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц -4	Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление	Базовая часть профессионального цикла	
	Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело		
Модулей -3	Профиль Коммерция	Год подготовки:	
Смысловых модулей - 2		3-й	
Общее количество часов 144		Семестр	
	6-й		
Количество часов в неделю для дневной формы обучения: аудиторных – 2,5 самостоятельной работы студента – 6	Программа высшего образования – программа бакалавриата	Лекции	
		18 час.	час.
		Практические, семинарские	
		24 час.	час.
		Лабораторные работы	
		час.	час.
		Самостоятельная работа	
		66 час.	час.
Индивидуальные задания:			
Вид контроля: экзамен			

Примечания.

- Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:
для очной формы обучения – 42/102
для заочной формы обучения -

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: Целью дисциплины «Торговые услуги» является формирование у обучающихся необходимых компетенций по разработке и реализации проектов развития торговых услуг.

Задачи дисциплины «Торговые услуги»:

- Формировать цели и задачи проекта развития торговых услуг, выбирать и обосновать адекватные методы проектирования, осуществлять разработку проекта и представлять его результаты;
- Применять навыки проектирования торговых услуг для реализации поставленных целей и задач, использовать различные подходы к планированию результатов проектов в профессиональной деятельности.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

По направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (Профиль: Коммерция) дисциплина «Торговые услуги» относится к базовой части профессионального цикла.

Для освоения дисциплины студентам требуется подготовка в объеме, соответствующем успешному прохождению курсов: «Торговое дело», «Коммерция в сфере обращения», «Регулирование торговой деятельности».

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы компетенции и индикаторы их достижения:

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)
Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский		
ПК-1 Способен участвовать в реализации проектов в профессиональной деятельности (научно-исследовательских, организационно-управленческих; расчетно-экономических; аналитических)	ПК-1.2 Умеет формулировать цели и задачи проекта, выбирать и обосновать адекватные методы проектирования, осуществлять разработку проекта и представлять его результаты	ПК-1.2. У-1. Умеет осуществлять целеполагание в рамках проекта, обосновывать планируемые методы его реализации и анализировать полученные результаты
	ПК-1.3 Применяет навыки применения методов торгово-экономического, и/или торгово-организационного, и/или торгово-технологического проектирования для реализации поставленных целей и задач, подходов к планированию результатов проектов в профессиональной деятельности	ПК-1.3. У-1. Умеет проектировать процесс планирования и реализации проекта в профессиональной сфере

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

знать: - специфику маркетинга услуг;

- особенности маркетинговой среды;

- тенденции глобализации экономики с позиций маркетинга

- специфику рынков отдельных услуг (банковских, туристических, торговых);

- маркетинговые стратегии деятельности предприятий на рынке услуг.

уметь: - проводить маркетинговые исследования на рынках услуг;

- сегментировать и позиционировать услуги на рынках;

- определять стратегии фирмы на рынках услуг.

владеть: - культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

- методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной деятельностью предприятий;

- способностью анализировать поведение потребителей услуг и особенности формирования спроса.

5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. Торговые услуги: рынки и продукты

Тема 1. Особенности рынка услуг: понятия, специфика, классификация.

Тема 2. Сегментация рынка услуг

Тема 3. Тенденции развития рынка услуг

Смысловой модуль 2. Торговые услуги: организация работы маркетинговой системы компании

Тема 1. Услуга как рыночный продукт

Тема 2. Ценообразование в сфере услуг

Тема 3. Формирование ценности услуг и особенности продаж

Тема 4. Оценка эффективности мероприятий по продвижению услуг

Всего часов	144	18	24	-	-	66						
--------------------	------------	-----------	-----------	----------	----------	-----------	--	--	--	--	--	--

Примечания: 1. л – лекции;
2. п – практические (семинарские) занятия;
3. лаб – лабораторные занятия;
4. инд – индивидуальные занятия;
5. СРС – самостоятельная работа;

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

N п/п	Название темы	Количество часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Особенности рынка услуг: понятия, специфика, классификация.	4	
2.	Сегментация рынка услуг	4	
3.	Тенденции развития рынка услуг	4	
4.	Услуга как рыночный продукт	2	
5.	Ценообразование в сфере услуг	4	
6.	Формирование ценности услуг и особенности продаж	2	
7.	Оценка эффективности мероприятий по продвижению услуг	4	
Всего:		24	-

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

N п/п	Название темы	Количество часов
	Не предусмотрены планом	

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

N п/п	Название темы	Количество часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Особенности рынка услуг: понятия, специфика, классификация.	9	
2.	Сегментация рынка услуг	9	
3.	Тенденции развития рынка услуг	9	
4.	Услуга как рыночный продукт	11	
5.	Ценообразование в сфере услуг	7	
6.	Формирование ценности услуг и особенности продаж	11	
7.	Оценка эффективности мероприятий по продвижению услуг	10	
	Всего	66	-

10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации учебной дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом...
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования...
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере...

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Вопросы к смысловому модулю 1 по дисциплине «Торговые услуги»

1. Дайте определение понятия «рынок услуг». Перечислите специфические особенности сферы услуг.
2. Дайте определение понятия «Услуга». Какие отличительные характеристики присущи услугам?
3. Перечислите и охарактеризуйте типы услуг.
4. Какими характеристиками обладает услуга? Перечислите основные отличия услуги от товара.

5. Как классифицируются услуги?
6. Охарактеризуйте и проиллюстрируйте матрицу сегментации услуг.
7. Назовите и охарактеризуйте концепции маркетинга в сфере услуг.
8. Что представляет собой маркетинговая среда? Охарактеризуйте внутреннюю и внешнюю среду предприятия сферы услуг.
9. Дайте определение понятию «Торговые услуги» и перечислите принципы маркетинга услуг.
10. Какие выделяют виды рынков? Перечислите их и охарактеризуйте.
11. Охарактеризуйте составляющие комплекса маркетинга услуг.
12. Охарактеризуйте ситуационный анализ, маркетинговый синтез, стратегическое и тактическое планирование.
13. Какие этапы предполагает планирование процесса управления качеством услуг?
14. Охарактеризуйте общие требования к системе качества услуг.
15. Назовите мероприятия по устранению негативных последствий 4Н услуг.
16. Назовите обязанности сервисной организации.
17. Какие основные принципы включает в себя менеджмент качества?
18. Перечислите выгоды от внедрения системы менеджмента качества и сертификации.

Вопросы к смысловому модулю 2 по дисциплине «Торговые услуги»

1. Назовите уровни продукта и составляющие распределения в торговом маркетинге.
2. Опишите процедуру выбора месторасположения магазина.
3. Перечислите факторы влияющие на спрос и факторы влияющие на предложение.
4. Охарактеризуйте основные стратегии и методы ценообразования.
5. Какие составляющие включает в себя продвижение в торговом маркетинге? Назовите этапы разработки рекламной кампании.
6. Назовите и охарактеризуйте показатели эффективности рекламы.
7. Перечислите и опишите ступени коммуникативной эффективности рекламы.
8. Дайте определение понятию «ресторанное хозяйство». Охарактеризуйте понятия «тип заведения» и «класс заведения».
9. Какие существуют инструменты влияния на целевой рынок отельных услуг?
10. Что включает в себя концептуальная модель управления качеством услуг в отеле?
11. Какие существуют инструменты влияния на целевой рынок отельных услуг?

12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Торговые услуги [Текст]: метод.указ. для самост. изуч. дисц. «Торговые услуги» для студ. ден. формы обучения спец. 6.030507 "Маркетинг" /Е.М.Азарян; М-во образования и науки, Донец. нац. ун-т экономики и торговли им.МихаилаТуган-Барановского, Каф. маркетинга и коммерч. дела. — Донецк: [ДонНУЭТ] 2022. — 30 с. рукопись
2. Торговые услуги: Методические рекомендации и указания для самостоятельной работы и практических занятий [Электронный ресурс] /ГО ВПО «Донецкий Нац. Ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. маркетинга и комерч. дела/ Е.Б. Казакова, Е.В. Казымова - Донецк: ГО ВПО [ДОННУЭТ], 2018. - 80 с. рукопись

13. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные средства детализируются по видам работ в оценочных материалах по учебной дисциплине, которые утверждаются на заседании кафедры.

Система оценивания по учебной дисциплине по очной форме обучения*

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- тестирование	5	5
- контрольная работа	3	6
- опрос	5	15
- задачи	3	6
- доклады	4	8
Промежуточная аттестация	<i>экзамен</i>	<i>60</i>
Итого за семестр	<i>100</i>	

* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по учебной дисциплине

Перечень вопросов для опроса/подготовки обучающихся к экзамену:

1. Характеристика и особенности услуги как объекта маркетинга.
 2. Свойства услуги, характеризующие ее как товар.
 3. Природа и типы услуг.
 4. Классификация предприятий, предоставляющих услуги.
 5. Классификация услуг и ее основные цели.
 6. Классификация услуг по степени их неосязаемости и направленности.
 7. Регулирование сферы услуг.
 8. Понятие, особенности и принципы маркетинга услуг.
 9. Признаки и функции маркетинга услуг.
 10. Концепции маркетинга в сфере услуг.
 11. Маркетинговая среда предприятий сферы услуг.
 12. Элементы микроокружающей маркетинговой среды предприятия услуг.
 13. Виды спроса на услуги и стадии его формирования.
 14. Сегментирование рынка услуг. Принцип составления сетки сегментации потребителей услуг по выгодам.
 15. Классификация потребительского контингента предприятий услуг.
 16. Методы выбора целевого рынка услуг и стратегии его охвата.
 17. Сущность и методы позиционирования услуг.
 18. Комплекс маркетинга в сфере услуг и особенности его реализации.
 19. Этапы процесса планирования маркетинга услуг.
 20. Международные модели маркетинга услуг (Д.Ратмела, П.Эйглие и Е.Лангеарда).
 21. Международные модели маркетинга услуг (К.Гренроса, М.Битнер, Ф.Котлера).
 22. Жизненный цикл услуги: понятие и стадии. Отличия жизненного цикла услуг от жизненного цикла товаров.
 23. Понятие, задачи и принципы ассортиментной политики в сфере услуг.
 24. Ассортиментные группы услуг в зависимости от стадии жизненного цикла.
- Виды ассортиментных стратегий.
25. Территориальные аспекты развития рынка услуг.
 26. Инновационная политика в сфере услуг. Принцип перманентности инноваций.
 27. Понятие и цели ценовой политики в маркетинге услуг. Связь цены и качества услуги.
 28. Ценовые системы рынка услуг.
 29. Процесс формирования цены на услугу.

30. Методы ценообразования в сфере услуг.
31. Факторы, влияющие на установление окончательной цены услуги.
32. Система продвижения услуг. Способы продвижения и распространения информации об услугах.
33. Специфика и классификация рекламы услуг.
34. Планирование, реализация и контроль рекламы услуг.
35. Особенности разработки рекламного обращения в сфере услуг.
36. Конкуренция на рынке услуг.
37. Конкурентные стратегии на рынке услуг.
38. Методы оценки конкурентоспособности услуг.
39. Общие принципы маркетингового анализа рынка услуг.
40. Интерактивный маркетинг в сфере услуг.

14. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Текущее тестирование и самостоятельная работа							Итоговый тест (экзамен)	Сумма в баллах
Смысловый модуль N 1			Смысловый модуль N 2					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	60	100
4	6	6	6	6	6	6		

T1, T2... T11– темы смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

70-74	«Удовлетворительно» (3)	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков
60-69		удовлетворительно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии
35-59	«Неудовлетворительно» (2)	неудовлетворительно – с возможностью повторной аттестации
0-34		неудовлетворительно – с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

15. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Азарян, Е. М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. М. Азарян, Е. Б. Казакова, Ю. К. Яковлева; М-во образования и науки ДНР, ДОННУЭТ, Каф. маркетинга и коммерческого дела. - Донецк : ДОННУЭТ, 2019. - Локал. компьютер. сеть НБ ДОННУЭТ.
2. Синяева, И. М. Маркетинг услуг : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией Л. П. Дашкова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 252 с. — ISBN 978-5-394-03246-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85607.html>

3. Казакова, Е. Б. Маркетинг торговых услуг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. Б. Казакова, А. А. Азарян; М-во образования и науки ДНР, ДОННУЭТ, Каф. маркетинга и коммерческого дела. - Донецк : ООО «НПП «Фолиант», 2019. - Локал. компьютер сеть НБ ДОННУЭТ.

Дополнительная

1. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник / Н. А. Восколович. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 207 с. — ISBN 978-5-238-01519-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81792.html>

2. Ниншитель, Е. Ю. Организация и технология производства услуг : учебное пособие / Е. Ю. Ниншитель, О. А. Кислицына, Т. И. Заяц. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. — 98 с. — ISBN 978-5-7782-3503-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/91288.html>

3. Загорская, Л. М. Маркетинг услуг : учебное пособие / Л. М. Загорская, В. А. Назаркина. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 130 с. — ISBN 978-5-7782-3207-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/91228.html>

4. Пеньшин, Н. В. Организация функционирования рынка транспортных услуг : учебное пособие / Н. В. Пеньшин, И. Н. Лавриков. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. — 80 с. — ISBN 978-5-8265-1771-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85937.html>

5. Помаз, И. В. Маркетинг услуг. Практикум : учебное пособие / И. В. Помаз, И. И. Грищенко. — Минск : Вышэйшая школа, 2018. — 112 с. — ISBN 978-985-06-2806-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90791.html>

6. Казакова Е. Б. Торговые услуги [Электронный ресурс] : конспект лекций / Е. Б. Казакова; М-во образования и науки ДНР, ДОННУЭТ, Каф. маркетинга и коммерческого дела. - Донецк : [ДОННУЭТ], 2022. - рукопись.

7. Пикман, В. С. Эффективные системы продаж телекоммуникационных услуг для дома / В. С. Пикман. — Харьков : Золотые страницы, 2019. — 136 с. — ISBN 978-966-400-250-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86799.html>

8. Иванова, С. Продажи на 100%: эффективные техники продвижения товаров и услуг / С. Иванова ; Барановской ред.. — 13-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 278 с. — ISBN 978-5-9614-6729-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86905.html>

Электронные ресурсы

1. Торговые услуги: опорный конспект лекций - Донецк: [Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского], 2022. - рукопись

2. Торговые услуги: методические указания по проведению самостоятельных занятий. Донецк: [Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского], 2022. - рукопись

3. Торговые услуги: методические указания по проведению практических занятий. Донецк: [Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского], 2022. – рукопись

16. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная библиотечная информационная система UNILIB [Электронный ресурс] – Версия 1.100. – Электрон. дан. – [Донецк, 1999-]. – Локал. сеть Науч. б-ки ГО ВПО Донец. нац. ун-та экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. – Систем. требования: ПК с процессором ; Windows ; транспорт. протоколы TCP/IP и IPX/SPX в ред. Microsoft ; мышь. – Загл. с экрана.

2. IPRbooks: Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : [«АЙ Пи Эр Медиа»] / [ООО «Ай Пи Эр Медиа»]. – Электрон. текстовые, табл. и граф. дан. – Саратов, [2018]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>. – Загл. с экрана.

3. Elibrary.ru [Электронный ресурс] : науч. электрон. б-ка / ООО Науч. электрон. б-ка. – Электрон. текстовые. и табл. дан. – [Москва] : ООО Науч. электрон. б-ка., 2000- . – Режим доступа : <https://elibrary.ru>. – Загл. с экрана.

4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс] / [ООО «Итеос» ; Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : ООО «Итеос», 2012-]. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru>. – Загл. с экрана.

5. Национальная Электронная Библиотека.

6. «Полпред Справочники» [Электронный ресурс] : электрон. б-ка / [База данных экономики и права]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : ООО «Полпред Справочники», 2010-]. – Режим доступа : <https://polpred.com>. – Загл. с экрана.

7. Book on lime : Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : ООО «Книжный дом университета». – Электрон. текстовые дан. – Москва, 2017. – Режим доступа : <https://bookonline.ru>. – Загл. с экрана.

8. Университетская библиотека ONLINE : Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : ООО «Директ-Медиа». — Электрон. текстовые дан. – [Москва], 2001. – Режим доступа : <https://biblioclub.ru>. – Загл. с экрана.

9. Бизнес+Закон [Электронный ресурс] : Агрегатор правовой информации / [Информационно-правовая платформа]. – Электрон. текстовые дан. – [Донецк, 2020-]. – Режим доступа : <https://bz-plus.ru>. – Загл. с экрана.

10. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского [Электронный ресурс] / НБ ДонНУЭТ. – Электрон. дан. – [Донецк, 1999-]. – Режим доступа: <http://catalog.donnuet.education> – Загл. с экрана.

17. МАТЕРИАЛЬНО- ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины «Промышленный маркетинг» используются мультимедийные средства (проектор, ноутбук), наборы кинофильмов, стендами, структурно-логическими схемами и мультимедийные презентации. Кабинеты кафедры маркетинга и коммерческого дела. Стенды, структурно-логические схемы, приборы, образцы.

18. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Наименование дисциплины	Фамилия, имя, отчество	Должность (для совместителей место основной работы, должность)	Наименование учебного заведения, который окончил (год окончания, специальность, квалификация по диплому)	Ученая степень, шифр и наименование научной специальности, ученое звание, какой кафедрой присвоено, тема диссертации	Повышение квалификации (наименование организации, вид документа, тема, дата выдачи)
1	2	3	4	5	6	7
1	Торговые услуги	Казакова Елена Борисовна	По основному месту работы	Профессор, кандидат экономических наук, доцент	Высшее, специальность: «Маркетинг», специалист по маркетингу,	1. Сертификат о повышении квалификации №0204 от 08.11.2019г.,

					диплом кандидата экономических наук ДК № 030909	«Комплексное сопровождение образовательного процесса обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», 36 часов, Государственная организация высшего профессионально го образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган- Барановского», Школа педагогического мастерства.
--	--	--	--	--	--	---

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.05 Торговые услуги**

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Профиль Коммерция

Трудоемкость учебной дисциплины: 4 з.е.

Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине:

знать: - специфику маркетинга услуг;

- особенности маркетинговой среды;
- тенденции глобализации экономики с позиций маркетинга
- специфику рынков отдельных услуг (банковских, туристических, торговых);
- маркетинговые стратегии деятельности предприятий на рынке услуг.

уметь: - проводить маркетинговые исследования на рынках услуг;

- сегментировать и позиционировать услуги на рынках;
- определять стратегии фирмы на рынках услуг.

владеть: - культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

- методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной деятельностью предприятий;
- способностью анализировать поведение потребителей услуг и особенности формирования спроса.

Компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)
Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский		
ПК-1 Способен участвовать в реализации проектов в профессиональной деятельности (научно-	ПК-1.2 Умеет формулировать цели и задачи проекта, выбирать и обосновать адекватные методы проектирования, осуществлять разработку проекта и представлять его результаты	ПК-1.2. У-1. Умеет осуществлять целеполагание в рамках проекта, обосновывать планируемые методы его реализации и анализировать полученные результаты

исследовательских, организационно-управленческих; расчетно-экономических; аналитических)	ПК-1.3 Применяет навыки применения методов торгово-экономического, и/или торгово-организационного, и/или торгово-технологического проектирования для реализации поставленных целей и задач, подходов к планированию результатов проектов в профессиональной деятельности	ПК-1.3. У-1. Умеет проектировать процесс планирования и реализации проекта в профессиональной сфере
--	--	---

Смысловые модули и темы учебной дисциплины:

Смысловой модуль 1. Торговые услуги: рынки и продукты

Тема 1. Особенности рынка услуг: понятия, специфика, классификация.

Тема 2. Сегментация рынка услуг

Тема 3. Тенденции развития рынка услуг

Смысловой модуль 2. Торговые услуги: организация работы маркетинговой системы компании

Тема 1. Услуга как рыночный продукт

Тема 2. Ценообразование в сфере услуг

Тема 3. Формирование ценности услуг и особенности продаж

Тема 4. Оценка эффективности мероприятий по продвижению услуг

Виды учебных занятий по учебной дисциплине: лекции, практические занятия

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Разработчики:

Казакова Е.Б., к.э.н., профессор.

Заведующий кафедрой

Рвачева И.М., к.э.н., доцент.
