Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 17.11.2026 09:21:31
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a678a271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

КАФЕДРА СЕРВИСА И ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ Л.В. Крылова
(подпись)
« 25 » 03 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.24. МАРКЕТИНГ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА

Укрупненная группа направлений подготовки 43.00.00 Сервис и туризм
(код, наименование)

Образовательная программа высшего образования программа бакалавриата

Направление подготовки 43.03.01 Сервис
(код, наименование)

Профиль: Социально-культурный сервис
(наименование)

Факультет ресторанно-гостиничного бизнеса

Курс, форма обучения: очная форма обучения 3 курс
заочная форма обучения 3 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Донецк
2026

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг предприятия сервиса» для обучающихся по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, профилю: Социально-культурный сервис, разработана в соответствии с ОПОП ВО для набора обучающихся 2026 года.

Разработчик:
Дегтярева Яна Владимировна, зав. кафедрой сервиса и гостиничного дела, кандидат экономических наук, доцент

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры сервиса и гостиничного дела
Протокол от «_20_» ___02____ 2026 года № _16_
Зав. кафедрой сервиса и гостиничного дела
_____ Я.В. Дегтярева
(подпись) (инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета ресторанно-гостиничного бизнеса
_____ И.В. Кощавка
(подпись) (инициалы, фамилия)

Дата «_24_» ____02_____ 2026 года

ОДОБРЕНО
Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»
Протокол от «_25_» ____03_____ 2026 года № _8_

Председатель_____ Л.В. Крылова
(подпись) (инициалы, фамилия)

© Дегтярева Я.В., 2026 год
© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»», 2026 год

1. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование показателя</td><td rowspan="2">Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования</td><td colspan="2">Характеристика дисциплины</td></tr>
<tr><td>очная форма обучения</td><td>заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц – 3</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки
43.00.00 Сервис и туризм</td><td colspan="2" rowspan="2">Часть, формируемая участниками образовательных отношений</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки
43.03.03 Гостиничное дело</td></tr>
<tr><td>Модулей – 1</td><td rowspan="5">Профиль: Гостинично-ресторанное дело</td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td>Смысловых модулей – 3</td><td>3-й</td><td>3-й</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Общее количество часов – 108</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>5-й</td><td>Летняя сессия</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td rowspan="10">Количество часов в неделю для очной формы обучения:

аудиторных – 4
самостоятельной работы обучающегося – 0,8</td><td rowspan="10">Программа высшего образования – программа бакалавриата</td><td>32 час.</td><td>6 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>32 час.</td><td>6 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторные занятия</td></tr>
<tr><td>- час.</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>13 час.</td><td>84,7 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Индивидуальные задания*:</td></tr>
<tr><td>3 ТМК</td><td>3 ТМК</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации:
(зачет, экзамен)</td></tr>
<tr><td>экзамен</td><td>экзамен</td></tr>
</table>

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:
для очной формы обучения – 64/13
для заочной формы обучения – 12/84,7

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

формирование у обучающихся системы знаний о маркетинге предприятия, использования современного инструментария и технологий маркетинга предприятия; умений и навыков осуществления управленческой деятельности на основе маркетинга для удовлетворения потребностей целевого рынка и обеспечения эффективной деятельности предприятия.

Задачи дисциплины:

ознакомить обучающихся с теоретическими основами и особенностями маркетинга предприятия; изучить современный комплекс маркетинга в сфере услуг, специфику формирования ассортиментной, инновационной, ценовой, коммуникационной и сбытовой политики предприятий сферы услуг; вооружить системой знаний относительно использования дополнительных элементов комплекса маркетинга в сфере услуг; обеспечить выработку умений и навыков организации и контроля маркетинга в практике деятельности предприятий.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина Б1.В.24. «Маркетинг предприятия сервиса» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, ОПОП ВО.

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях таких дисциплин: Основы маркетинга сферы услуг, Маркетинговые исследования в сфере услуг.

Дисциплина является основополагающей для изучения таких учебных дисциплин: Реклама в сфере услуг, Брендинг в сфере услуг, Цифровой маркетинг, а также для подготовки научно-исследовательской работы.

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

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

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ПК-4. Способен применять современные технологии и маркетинговые инструменты для формирования и продвижения сервисного продукта, в т.ч. в цифровой среде	ИДК-1$_{ПК-4}$ Разрабатывает комплексные маркетинговые стратегии для привлечения и удержания клиентов ИДК-2$_{ПК-4}$ Создает качественный контент для привлечения целевой аудитории и продвижения сервисного продукта ИДК-1$_{ПК-4}$ Применяет инновационные технологии, в т.ч. цифровые, для увеличения продаж и создания положительного клиентского опыта в сфере сервиса

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: методологические и теоретические основы маркетинга предприятия, современные аспекты маркетинговой политики и управления маркетингом на предприятии;

уметь: осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных задач; использовать в практической деятельности организаций маркетинговую информацию; воздействовать на рынок и потребительский спрос, применяя маркетинговый инструментарий;

владеть: навыками применения методического инструментария маркетинга, целевого управления процессом создания и реализации ценности услуги для потребителя; организации работы и оперативного управления на основе маркетинга.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Модуль 1. Маркетинг предприятия

Смысловой модуль 1. Парадигма маркетинга

Тема 1. Эволюция маркетинга

Тема 2. Маркетинговый инструментарий

Смысловой модуль 2. Маркетинговая политика предприятия

Тема 3. Инновационная политика предприятия

Тема 4. Товарная политика предприятия

Тема 5. Ценовая политика предприятия

Тема 6. Сбытовая политика предприятия

Тема 7. Политика продвижения предприятия

Смысловой модуль 3. Организация и контроль маркетинговой деятельности предприятия

Тема 8. Организация маркетинговой деятельности предприятия

Тема 9. Контроль маркетинговой деятельности предприятия

6. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	инд[4]	СРС[5]		л	п	лаб	инд	СРС
Модуль 1. Маркетинг предприятия												
Смысловой модуль 1. Парадигма маркетинга												
Тема 1. Эволюция маркетинга	9	4	4	-	-	1	11	0,5	0,5	-	-	10
Тема 2. Маркетинговый инструментарий	9	4	4	-	-	1	11	0,5	0,5	-	-	10
Итого по смысловому модулю 1	***18***	***8***	***8***	***-***	***-***	***2***	***22***	***1***	***1***	***-***	***-***	***20***
Смысловой модуль 2. Маркетинговая политика предприятия												
Тема 3. Инновационная политика предприятия	9	4	4	-	-	1	11	0,5	0,5	-	-	10
Тема 4. Товарная политика предприятия	10	4	4	-	-	2	12	1	1	-	-	10
Тема 5. Ценовая политика предприятия	10	4	4	-	-	2	11	0,5	0,5	-	-	10
Тема 6. Сбытовая политика предприятия	10	4	4	-	-	2	12	1	1	-	-	10
Тема 7. Политика продвижения предприятия	10	4	4	-	-	2	12	1	1	-	-	10
Итого по смысловому модулю 2	***49***	***20***	***20***	***-***	***-***	***9***	***58***	***4***	***4***	***-***	***-***	***50***
Смысловой модуль 3. Организация и контроль маркетинговой деятельности предприятия												
Тема 8. Организация маркетинговой деятельности предприятия	5	2	2	-	-	1	8,7	0,5	0,5	-	-	7,7
Тема 9. Контроль маркетинговой	5	2	2	-	-	1	8	0,5	0,5	-	-	7

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	инд[4]	СРС[5]		л	п	лаб	инд	СРС
деятельности предприятия												
Итого по смысловому модулю 3	***10***	***4***	***4***	***-***	***-***	***2***	***16,7***	***1***	***1***	***-***	***-***	***14,7***
Всего по смысловым модулям:	**77**	**32**	**32**	**-**	**-**	**13**	**96,7**	**6**	**6**	**-**	**-**	**84,7**
Катт	**1,6**	**-**	**-**	**-**	**1,6**	**-**	**0,9**	**-**	**-**	**0,9**	**-**	**-**
СРэк	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
ИК	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
КЭ	**2**	**-**	**-**	**-**	**2**	**-**	**2**	**-**	**-**	**2**	**-**	**-**
Каттэк	**0,4**	**-**	**-**	**-**	**0,4**	**-**	**0,4**	**-**	**-**	**0,4**	**-**	**-**
Контроль	**27**	**-**	**-**	**-**	**27**	**-**	**8**	**-**	**-**	**8**	**-**	**-**
Всего часов:	**108**	**32**	**32**	**-**	**31**	**13**	**108**	**6**	**6**	**11,3**	**-**	**84,7**

Примечания: 1. л – лекции;
2. п – практические (семинарские) занятия;
3. лаб – лабораторные занятия;
4. СР – самостоятельная работа;
5. Пр – прочие виды работы (ИК, Катт, КЭ, Каттэк)
6. ИК – индивидуальные консультации;
7. Катт – контактная работа на аттестацию в период теоретического обучения;
8. СРэк – самостоятельная работа в период экзаменационных сессий;
9. КЭ – консультации перед экзаменом
10. Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий.

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Эволюция маркетинга	4	0,5
2	Маркетинговый инструментарий	4	0,5
3	Инновационная политика предприятия	4	0,5
4	Товарная политика предприятия	4	1
5	Ценовая политика предприятия	4	0,5
6	Сбытовая политика предприятия	4	1
7	Политика продвижения предприятия	4	1
8	Организация маркетинговой деятельности предприятия	2	0,5
9	Контроль маркетинговой деятельности предприятия	2	0,5
Всего:		**32**	**6**

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ – не предусмотрены

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Эволюция маркетинга	1	10
2	Маркетинговый инструментарий	1	10
3	Инновационная политика предприятия	1	10
4	Товарная политика предприятия	2	10
5	Ценовая политика предприятия	2	10
6	Сбытовая политика предприятия	2	10
7	Политика продвижения предприятия	2	10
8	Организация маркетинговой деятельности предприятия	1	7,7
9	Контроль маркетинговой деятельности предприятия	1	7
Всего:		**13**	**84,7**

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

В ходе реализации дисциплины используются такие 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;

− письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом;

− 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, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

− письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

− экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение их 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 со специализированным программным обеспечением;

− экзамен проводится в устной форме или выполняется в письменной форме на компьютере...

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения экзамена для обучающихся устанавливается с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Экзамен может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Технические средства могут быть предоставлены ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ», а также могут использоваться собственные технические средства.

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

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в информационно-телекоммуникационной 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;
в форме аудиофайла.
2) для глухих и слабослышащих:
в печатной форме;
в форме электронного документа;
3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
в печатной форме;
в форме электронного документа;
в форме аудиофайла.

11. СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в очной форме обучения[1]

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль: - тестирование (темы 1-9) - разноуровневые задачи и задания (темы 1-8) - текущий модульный контроль (собеседование (устный или письменный опрос))	 2 2 2	 18 16 6
Промежуточная аттестация	*экзамен*	*60*
Итого за семестр	*100*	

Примечание. В соответствии с утвержденными оценочными материалами по дисциплине

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в заочной форме обучения[1]

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль: - тестирование	 2	 20
- разноуровневые задачи и задания	2	20
Промежуточная аттестация	*экзамен*	*60*
Итого за семестр	*100*	

Примечание. В соответствии с утвержденными оценочными материалами по дисциплине

Типовые вопросы для подготовки к экзамену:

1. Трансформация содержания маркетинговой деятельности
2. «Новый» маркетинг и его характеристика
3. Виды маркетинга
4. Типы маркетинга
5. Классические концепции маркетинга
6. Современные концепции маркетинга
7. Маркетинг 4.0
8. Маркетинг микс: метод и инструментарий маркетинга
9. Маркетинговая среда и ее структура

10. Анализ маркетинговой среды
11. Сегментация потребителей и таргетинг
12. Позиционирование товара на рынке
13. Инновации в маркетинге
14. Креативный продукт в маркетинге
15. Методы и приемы генерации идей
16. Понятие и классификация товаров
17. Модели потребительской ценности товаров
18. Оценка конкурентоспособности товара
19. Концепция жизненного цикла товара
20. Товарный микс и номенклатура
21. Анализ структуры ассортимента
22. Товарные стратегии
23. Понятие и цели ценовой политики
24. Процесс формирования цены
25. Методы ценообразования
26. Факторы, влияющие на установление окончательной цены
27. Процесс выбора системы и стратегии распределения
28. Каналы распределения: сущность, функции и типы
29. Виды распределения
30. Стратегии распределения и их характеристика
31. Маркетинговые системы в совершенствовании управления распределением
32. Виды маркетинговых систем и их характеристика
33. Система продвижения-mix предприятия: сущность и содержание
34. Комплекс продвижения: состав и характеристика элементов
35. Процесс коммуникации: стадии и характеристика
36. Процесс разработки комплекса продвижения и характеристика его этапов
37. Методы разработки бюджета на продвижение
38. Особенности процесса обслуживания
39. Процесс взаимодействия производителя и потребителя
40. Роль персонала в маркетинге
41. Конфликты в работе персонала
42. Организация маркетинга предприятия
43. Виды организационных структур службы маркетинга и их характеристика
44. Контроль в маркетинге: сущность и виды
45. Стратегический контроль маркетинга
46. Тактический контроль маркетинга: объекты и содержание контроля
47. Контроль прибыльности в предприятиях на современном этапе

12. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу									**Максимальная сумма баллов**		
Смысловой модуль 1		**Смысловой модуль 2**					**Смысловой модуль 3**		**Текущий контроль**	**Экзамен**	**Все виды учебной деятельности**
Т1[1]	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9			
4	6	4	4	4	4	6	4	4	40	60	100

Примечание. Т1, Т2, ... Т9 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Государственная шкала оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале
90-100	5 «отлично» / «зачтено»
75-89	4 «хорошо» / «зачтено»
60-74	3 «удовлетворительно» / «зачтено»
менее 60	2 «неудовлетворительно» / «не зачтено»

13. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Крылова, Л. В. Маркетинг в сервисе : учебное пособие для студентов очной и заочной форм обучения, направления подготовки 43.03.01 Сервис / Л. В. Крылова, А. А. Кривонос, Н. И. Морозова. – Барнаул : Новый формат, 2023. – 176 с. ─ Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.

2. Романова, Л. М. Маркетинг гостиничного предприятия : учебно-методическое пособие / Л. М. Романова. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2023. — 68 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/150358.html

Дополнительная:

1. Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие / И. В. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 166 с. — ISBN 978-5-4497-3479-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/142501.html

2. Романов А.А. Маркетинг : учебное пособие / Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М.. — Москва : Дашков и К, 2024. — 438 с. — ISBN 978-5-394-05522-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/144203.html.

3. Бороздина, С. М. Маркетинг : учебно-методическое пособие / С. М. Бороздина. — Москва : МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ, 2024. — 54 с. — ISBN 978-5-7264-3404-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/147202.html.

Учебно-методические издания:

1. Дегтярева, Я.В. Маркетинг предприятия сервиса [Электронный ресурс] : Конспект лекций / Я. В. Дегтярева. ─ Донецк : [ДОННУЭТ], 2026 . – Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная интегрированная библиотечная система (АИБС) «МегаПро». - Москва : ООО «Дата Экспресс», 2024- . - Текст : электронный.
2. Электронная библиотека Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : НБ ДОННУЭТ, 2024 – . – URL: http://192.168.41.108/megapro. – Текст : электронный.
3. IPR SMART : весь контент ЭБС Ipr books : цифровой образовательный ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2007 -. - URL:http://www.iprbookshop.ru. – Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст. Аудио. Изображения : электронные.
4. Лань : электронная-библиотечная система. - Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011-2024. - URL:https://e.lanbook.com/- Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.
5. СЭБ : Консорциум сетевых электронных бибилиотек / Электронная-библиотечная система «Лань» при поддержке Агентства стратегических инициатив. - Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011-2024. - URL:https://seb.e.lanbook.com/ - Режим доступа : для пользователей организаций - участников, подписчиков ЭБС «Лань». - Текст : электронный.
6. Polpred : электронная библиотечная система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». - Москва : Полпред Справочники, cop. 1997-2024. - URL:https://polpred.com. - Текст : электронный.

7. Book on lime : дистанционное образование : электронная библиотечная система / издательство КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. - Москва : КДУ, cop. 2017 -. URL:https://bookonlime.ru. - Текст . Изображение. Устная речь : электронные.

8. Информио : электронный справочник / ООО «РИНФИЦ». - Москва : Издательский дом «Информио», 2009 -. - URL: https://www.informio.ru. - Текст : электронный.

9. Университетская библиотека онлайн : электронная библиотечная система. – ООО «Директ-Медиа», 2006-. - URL:https://biblioelub.ru/ - Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.

10. ZNANIUM : электронно-библиотечная система / ООО «ЗНАНИУМ». – Москва : Знаниум, 2021- . – URL: https://znanium.ru/ – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

11. Научно-информационный библиотечный центр имени академика Л.И. Абалкина / Российский экономический унтиниверситет имени В.Г. Плеханова. - Москва : KnowledgeTree Inc., 2008- . - URL:http://]iber.rea.ru/login.php. - Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.

12. Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. — Москва : Финансовый университет, 2019— . - URL:http://1ibrary,la.ru/ - Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.

13. Зональная научная библиотека имени Ю.А. Жданова / Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2016 - . - URL:https://librarv.lib.sfedu.ru/ - Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.

14. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: информационно- аналитический портал / ООО Научная электронная библиотека. - Москва : ООО Научная электронная библиотека, cop. 2000-2024. - URL:https://elibrary.ru. - Режим доступа: для зарегистрированных пользователей. -Текст : электронный.

15. CYBERLENINKA : Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. - Москва : КиберЛенинка, 2012 - . - URL:http://cvberleninka.ru. — Текст : электронный.

16. Национальная электронная библиотека : НЭБ : федеральная государственная информационная система / Министерство культуры Российской Федерации [и др.]. - Москва : Российская государственная библиотека : ООО ЭЛАР, [2008 —]. - URL:https://rusneb.ru/ - Текст. Изображение : электронные.

15. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Минимально необходимый для реализации ООП бакалавриата перечень материально-технического обеспечения включает аудиторный фонд в соответствии с утвержденным расписанием с использованием мультимедийного демонстрационного комплекса кафедры сервиса и гостиничного дела (проектор, ноутбук).

16. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ФИО педагогического (научно-педагогического) работника, участвующего в реализации образовательной программы	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совместительства; на условиях договора гражданско-правового характера (далее – договор ГПХ)	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании
Дегтярева Яна Владимировна	По основному месту работы	Должность – зав. кафедрой, ученая степень - кандидат экономических наук, ученое	Высшее, менеджмент организаций, магистр по менеджменту организаций,	1. Диплом о профессиональной переподготовке ПП № 0001410 от 29.11.2024, «Российское гостеприимство: технология и организация въездного международного туризма в

		звание – доцент	диплом кандидата наук ДК № 051175	контексте приоритетных страновых направлений», 252 часа, АНО «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства», г. Санкт-Петербург 2. Удостоверение о повышении квалификации №262419589938 от 27.04.2024, «Управление устойчивым развитием туристской индустрии», 16 часов, ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет», г. Ставрополь 4. Удостоверение о повышении квалификации УПК 23 №171873 от 01.11.2024, «Профилактическая работа в молодежной среде: психологические аспекты отклоняющегося поведения», 18 часов, ЦДПО «Горизонт» Института русского языка Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы, г. Москва 5. Удостоверение о повышении квалификации №800400005427 от 18.11.2024, «Современные информационные технологии в образовательной среде», 36 часов, ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ», ЦДПО, г. Донецк 6. Удостоверение о повышении квалификации № 692417488765 от 04.03.2025 г., «Стартап как диплом: вопросы руководства и подготовки», 36 часов, ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь 7. Сертификата о повышении квалификации № 0561 от 24.03.2025 г., «Обучение инвалидов и лиц с ОВЗ», 16 часов, ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк 8. Удостоверение о повышении квалификации ПК № 0005334 от 26.04.2025 г., «Развитие сервисных и управленческих технологий гостинично-ресторанного бизнеса в целях формирования и продвижения турпродуктов», 108 часов, АНО «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства», г. Санкт-Петербург 9. Удостоверение о повышении

				квалификации № 770400991220 от 24.05.2025 г., «Управление качеством гостиничных услуг», 16 часов, ГАОУ ВО «Московский государственный университет спорта и туризма», г. Москва 10. Удостоверение о повышении квалификации ПК № 0008542 от 26.06.2025 г., «Разработка международного туристического продукта в контексте развития приоритетных видов туризма на основе анализа ресурсной базы регионов (Краснодарский край, семейный, горнолыжный и деловой туризма», 36 часов, АНО «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства», г. Санкт-Петербург 11. Удостоверение о повышении квалификации № 262424611885 от 04.12.2025 г., «Ресурсный потенциал развития туризма в Российской Федерации: выявление, оценка и эффективное использование для развития внутреннего туризма», 24 часа, ИДПО ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет», г. Ставрополь 12. Удостоверение о повышении квалификации ААА № 180926115 от 04.12.2025 г., «Инвестиционно-маркетинговые механизмы развития внутреннего туризма», 16 часов, ФГ АОУ «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации», г. Москва 13. Сертификато повышении квалификации № 1137 от 18.02.2026 г., ««Автоматизация гостиничного бизнеса с платформой TravelLine», 20 часов, ООО «ТРЭВЕЛ ЛАЙН СИСТЕМС», г. Йошкар-Ола

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.24. МАРКЕТИНГ ПРЕДПРИЯТИЯ

Направление подготовки 43.03.01 Сервис
Профиль: Социально-культурный сервис
Трудоемкость дисциплины: 3 з.е.
Планируемые результаты обучения по дисциплине:

знать: методологические и теоретические основы маркетинга предприятия, современные аспекты маркетинговой политики и управления маркетингом на предприятии;

уметь: осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных задач; использовать в практической деятельности организаций маркетинговую информацию; воздействовать на рынок и потребительский спрос, применяя маркетинговый инструментарий;

владеть: навыками применения методического инструментария маркетинга, целевого управления процессом создания и реализации ценности услуги для потребителя; организации работы и оперативного управления на основе маркетинга.

Компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ПК-4. Способен применять современные технологии и маркетинговые инструменты для формирования и продвижения сервисного продукта, в т.ч. в цифровой среде	ИДК-1$_{ПК-4}$ Разрабатывает комплексные маркетинговые стратегии для привлечения и удержания клиентов ИДК-2$_{ПК-4}$ Создает качественный контент для привлечения целевой аудитории и продвижения сервисного продукта ИДК-1$_{ПК-4}$ Применяет инновационные технологии, в т.ч. цифровые, для увеличения продаж и создания положительного клиентского опыта в сфере сервиса

Смысловые модули и темы дисциплины:

Смысловой модуль 1. Парадигма маркетинга
Тема 1. Эволюция маркетинга
Тема 2. Маркетинговый инструментарий
Смысловой модуль 2. Маркетинговая политика предприятия
Тема 3. Инновационная политика предприятия
Тема 4. Товарная политика предприятия
Тема 5. Ценовая политика предприятия
Тема 6. Сбытовая политика предприятия
Тема 7. Политика продвижения предприятия
Смысловой модуль 3. Организация и контроль маркетинговой деятельности предприятия
Тема 8. Организация маркетинговой деятельности предприятия
Тема 9. Контроль маркетинговой деятельности предприятия

Форма промежуточной аттестации: _____экзамен_____

Разработчик:
Дегтярева Я.В., к.э.н., доцент _____

Зав. кафедрой сервиса и гостиничного дела
Дегтярева Я.В., к.э.н., доцент _____

КАФЕДРА СЕРВИСА И ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА