

## **Аннотация рабочей программы «Маркетинг в сфере услуг»**

Дисциплина «Маркетинг в сфере услуг» является курсом по выбору вариативной части магистерской программы «Стратегический маркетинг» направления подготовки 38.04.02 "Менеджмент". Дисциплина реализуется на факультете государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова кафедрой стратегических коммуникаций.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника:

- способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;
- иметь представление о специфике и основных параметрах различных направлений современного маркетинга.

Цель дисциплины – изучить экономические и организационные особенности маркетинга в сфере услуг, его воздействие на рыночные спрос и предложение услуг. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных со следующими предметными областями: специфика маркетинга в сфере услуг; маркетинг электронных услуг и его особенности; медицинских услуг; услуг образования; услуг культуры и искусства; услуг туризма и гостеприимства; услуг спорта.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студентов (подготовку реферата), мини-конференцию с обсуждением рефератов, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольной работы и промежуточный контроль в форме письменного зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа), 18 часов аудиторной нагрузки. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (2 часа), семинарские (16 часов) занятия и 54 часа самостоятельной работы студента.