

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 14:53:40
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор высшей школы
креативных индустрий
Садыкова А.Г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговое продвижение в сфере услуг

Направление подготовки	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль)	Сервисная экономика
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	5

Разработано:
Кандидат экономических наук,
доцент кафедры туризма
и индустрии гостеприимства
Бутенко Е.Д.

Ставрополь, 2026 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинговое продвижение в сфере услуг» является формирование профессиональных компетенций (ПК-4; ПК-2) будущего бакалавра по направлению подготовки 43.03.01 Сервис. Основная цель курса заключается в формировании теоретических и практических знаний и умений по разработке и использованию рекламы в сфере сервиса, по планированию и проведению рекламных кампаний, созданию рекламно-информационных материалов.

Задачами освоения дисциплины являются:

- дать теоретические и методические знания о рекламной деятельности в сфере услуг с учетом отражения в лекционных и практических занятиях современных информационных средств создания рекламы;
- сформировать практические навыки по созданию рекламы в сфере услуг с использованием современных информационных технологий.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинговое продвижение в сфере услуг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 2 «Дисциплины по выбору (модули)».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-4. Способность организовать и координировать взаимодействие с отделом маркетинга по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции; оценки состояния рынка постпродажных услуг	ПК-4.ИД-1 Способен осуществлять исследования рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	Владея навыками размещения контекстной рекламы способен на высоком профессиональном уровне осуществлять исследования рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов коммерции, ведения бизнеса в электронной среде.
ПК-2. Способность разрабатывать и применять современные сервисные технологии в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей, взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонами	ПК-2.ИД-1. Способен организовать бизнес-процессы на предприятии сферы услуг в том числе с использованием современных информационно-коммуникационных технологий, программно-технических платформ и программных средств	Владея процессом обслуживания потребителей, способен организовать бизнес-процессы на предприятии сферы услуг в том числе с использованием современных информационно-коммуникационных технологий, программно-технических платформ и программных средства высокого профессиональном уровне

ПК-2. Способность разрабатывать и применять современные сервисные технологии в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей, взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонами	ПК-2.ИД-2. Разрабатывает процесс обслуживания потребителей, обеспечивая их безопасность, оптимизируя использование ресурсов и технических средств для формирования, производства, реализации и продвижения сервисного продукта, включая внедрение технологических и продуктовых инноваций	Владея процесс обслуживания потребителей, обеспечивая их безопасность, оптимизируя использование ресурсов и технических средств для формирования, производства, реализации и продвижения сервисного продукта, включая внедрение технологических и продуктовых инноваций на высоком профессиональном уровне
---	---	--

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля*

Объем занятий: всего: 3 з.е. 108 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	18
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	36
Практических занятий/из них практическая подготовка	0
Самостоятельная работа	54
Формы контроля	
Экзамен	-
Зачет	+
Зачет с оценкой	-
Курсовая работа	нет

* Дисциплина (модуль) предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (если иное не установлено образовательным стандартом).

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма		Формы текущего контроля успеваемости
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов	Самостоятельная работа часов	

			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1	<p>Введение в рекламную и маркетинговую деятельность.</p> <p>1. Определение рекламной/маркетинговой деятельности, ее цели, функции и задачи, используемые методы исследования данной деятельности.</p> <p>2. Краткая история развития рекламы в мире и России.</p> <p>3. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности.</p> <p>4. Сущность и роль рекламы в рыночной экономике.</p> <p>5. Особенности современного рекламного процесса.</p> <p>Понятийный ряд рекламной и маркетинговой деятельности.</p>	ПК-4.ИД-1 ПК-2.ИД-2.	2	4	-	10	Собеседование
2	<p>Типология рекламы. Сегментация рекламного рынка.</p> <p>1. Определение медийной и немедийной рекламы.</p> <p>2. Определение коммерческой рекламы: товарной и нетоварной.</p> <p>3. Определение некоммерческой рекламы.</p> <p>4. Классификация рекламного текста.</p> <p>5. Сегментация медиа-рынка: ATL, BTL и TTL сегменты рынка.</p> <p>B2B2, B2C, C2C, D2C сегменты экономического рынка.</p>	ПК-4.ИД-1	4	4	-	10	Собеседование

3	Организация и проведение маркетинговых исследований. 1. Определение маркетинга и его роль в современном бизнесе. 2. Цели и задачи маркетинговой деятельности. Методы маркетинговой деятельности. 3. Стратегическое и оперативное планирование. 4. Управление рисками и принятие решений. Продукт (товар или услуга) как основной инструмент маркетинга.	ПК-2.ИД-1.	4	8	-	10	Собеседование
4	Методы и инструменты рекламной деятельности. 1. Определение понятия «маркетинговая кампания». 2. Цели и задачи маркетинговой кампании. 3. Виды маркетинговых кампаний. 4. Этапы проектирования маркетинговой кампании	ПК-4.ИД-1 ПК-2.ИД-2.	4	8	-	10	Индивидуальный творческий проект
5	Проектирование рекламной кампании в сфере услуг. 1. Разработка фирменного стиля 2. Этапы создания рекламной кампании 3. Написание сценария рекламного текста 4. Медиапланирование 5. Рекламные исследования	ПК-4.ИД-1 ПК-2.ИД-2.	2	4	-	10	Индивидуальный творческий проект
6	Оценка эффективности и корректировка результатов рекламной деятельности в сфере услуг. 1. Методы исследования: кейс-стади 2. Оценка эффективности рекламных текстов 3. Анализ и оценка эффективности рекламных кампаний 4. Сравнительный анализ рекламных кампаний организации	ПК-4.ИД-1 ПК-2.ИД-2.	2	8	-	4	Индивидуальный творческий проект
ИТОГО за 5 семестр			18	36	-	54	
ИТОГО			18	36	-	54	

6. Фонд оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений,

навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);

- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина (модуль) построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Абаев, А.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник для бакалавров, 3-е изд., перераб./ Абаев А.Л., Алексуни В.А., Гуриева М.Т. Под ред. Абаева А.Л., Алексунина В.А. - М.: Дашков и К, 2021. – 433 с.

2. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 233 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-9916-9889-4.

3. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 514 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10539-1.

4. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 502 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-05261-9.

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Абаев, А.Л. Реклама социальных проектов : методическое пособие / А. Л. Абаев, Г. Г. Вельская, А. Г. Жилиев [и др.] ; под общ. ред. Г.Г.Вельской. – 3-е изд. – М. : Дашков и К, 2022. – 94 с.

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 431 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14532-8.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся

по дисциплине

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Маркетинговое продвижение в сфере услуг» для студентов специальности 43.03.01 Сервис [Электронная версия]

2. Методические указания по организации и проведению самостоятельной работы студентов по дисциплине «Маркетинговое продвижение в сфере услуг» для студентов специальности 43.03.01 Сервис [Электронная версия].

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Модель Остервальдера онлайн – Режим доступа: [http:// skillbox.ru](http://skillbox.ru)

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На практических занятиях студенты представляют комплект практических работ, презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	http://catalog.ncfu.ru/catalog/ncfu – Официальный сайт Научной библиотеки ФГАОУ ВО СКФУ.
2	http://www.consultant.ru – Официальный сайт Консультант плюс
3	http://biblioclub.ru – ЭБС "Университетская библиотека онлайн"
4	http:// www.gks.ru – Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет программ - Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую

помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (ВКС-видеоконференцсвязь, а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.