

## КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение No 1 к Регламенту No 3/07/2020  
13 июля 2020 года *На карточке модели*  
*в Высшей школе управления*  
*в Варшаве*

I. ОБЩИЕ ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ О ПРЕДМЕТЕ (МОДУЛЬ)										
МАРКЕТИНГ УСЛУГ										
<b>Название организационного подразделения, ведущего курс:</b>	Факультет управления и технических наук									
<b>Наименование направления подготовки, уровень образования:</b>	Менеджмент, первый цикл									
<b>Профиль обучения:</b>	Общеакадемический									
<b>Наименование специальности:</b>	-									
<b>Тип учебного модуля:</b>	Предмет по выбору									
<b>Год/семестр:</b>	Год 1 сем 2									
<b>Лицо, координирующее тему:</b>	Профессор Альфреда Каминска									
<b>Предпосылки (вытекающие из последовательности пунктов):</b>	Знания, умения и компетенции, приобретенные в результате преподавания предмета «Маркетинг»									
II. ФОРМЫ ЗАНЯТИЙ И КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ										
	Лекция	Упражнение	Семинар	Лаборатория	Мастерская	Проект	Семинар	Консультация	Экзамен / Сдача	Общее количество часов
<b>Очная форма обучения</b>	50									50
<b>Заочная форма обучения</b>	15									15
III. МЕТОДИКА ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ										
Формы занятий			Дидактические методы							
Лекция			Мультимедийные презентации, дискуссии, мозговой штурм, кейс-стади, проблемные методы, работа с литературой, лекции, предполагающие гипотетико-дедуктивное мышление слушателей							
Упражнение										
IV. ОБЪЕКТИВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ										
СО ССЫЛКОЙ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ОБУЧЕНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯМ										
Лп.	Описание рассматриваемых результатов обучения								Ссылка на направленный эффект	
Знание:										
1.	Знает и глубоко разбирается в вопросах сервисного маркетинга								ZO1_W01	

## КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение No 1 к Регламенту No 3/07/2020  
13 июля 2020 года *На карточке модели*  
*в Высшей школе управления*  
*в Варшаве*

		P6S_WG
2.	Знает и понимает маркетинговые инструменты в глубокой степени и использует их в деятельности организации	ZO1_W07 P6S_WG
3.	Знает и глубоко разбирается в методах маркетингового анализа компании и влиянии внешней среды на функционирование компании	ZO1_W10 P6S_WG
4.	Знает и глубоко понимает сущность и значение понятия маркетинг-микс для функционирования организации	ZO1_W11 P6S_WG
<b>Способности:</b>		
1	Умеет умело использовать источники знаний в области сервисного маркетинга	ZO1_U01 P6S_UW
2	Может творчески и инновационно применять знания в области комплекса маркетинга	ZO1_U04 P6S_UW
3	Умеет делать выбор и использовать современные информационно-коммуникационные методики в маркетинге	ZO1_U08 P6S_UW P6S_UK
4	Может применять маркетинговые инструменты и создавать маркетинговые планы в деятельности организации	ZO1_U12 P6S_UW
<b>Социальные компетенции:</b>		
1	Он готов признать важность решения задач в области маркетинга и менеджмента	ZO1_K01 P6S_KK
2	Он готов принимать этические решения в области маркетинга	ZO1_K06 P6S_KO
<b>V. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ</b>		
Лп.	Лекция:	Ссылка на рассматриваемые результаты обучения
1.	Характеристика услуг. Понятие и характеристика услуг. Классификация услуг.	ZO1_W01 ZO1_W07
2.	Генезис сервис-маркетинга	ZO1_W10 ZO1_W11
3.	Процесс покупки услуги	ZO1_U06 ZO1_U01
4.	Сегментация рынка услуг. Характеристика основных этапов сегментации.	ZO1_U04 ZO1_U08
5.	Основные критерии сегментации.	ZO1_U12 ZO1_K01
6.	Выбор целевого рынка.	ZO1_K06
7.	Позиционирование сервиса на выбранном рынке	

## КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение No 1 к Регламенту No 3/07/2020  
13 июля 2020 года *На карточке модели*  
*в Высшей школе управления*  
*в Варшаве*

8.	Маркетинговые инструменты в сервисной деятельности (7 С).	
9.	Маркетинговая концепция структуры сервиса.	
10.	Методы ценообразования.	
11.	Стратегии ценообразования на услуги.	
12.	Распределение услуг.	
13.	Маркетинговые коммуникации	
14.	Продвижение как система коммуникации между компанией и рынком.	
15.	Продвижение как система коммуникации между компанией и рынком.	
16.	Персонал как инструмент маркетинга сервисной компании.	
17.	Роль материальных свидетельств в служениях.	
18.	Сервис как процесс	
19.	Создание маркетингового плана	
20.	SWOT-анализ в маркетинговой деятельности	
21.	ИТ-системы, поддерживающие управление маркетинговыми услугами	
22.	Маркетинг взаимоотношений	
23.	Маркетинговые инструменты, используемые для формирования имиджа компании - пример из практики	
24.	Маркетинг услуг на примере различных типов организаций – кейс	
<b>VI. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ</b>		
Результаты обучения	Метод верификации	Форма занятий, в которых проверяется EUS (Learning Outcome)
<b>Знание:</b>		
ZO1_W01 ZO1_W07 ZO1_W10 ZO1_W11	Письменный тест, оценка презентаций, активность во время занятий	лекция
<b>Способности:</b>		
ZO1_U01 ZO1_U04 ZO1_U08 ZO1_U12	Письменный тест, оценка презентаций, активность во время занятий	лекция
<b>Социальные компетенции:</b>		

## КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение No 1 к Регламенту No 3/07/2020  
13 июля 2020 года *На карточке модели*  
*в Высшей школе управления*  
*в Варшаве*

ZO1_K01 ZO1_K06	Письменный тест, оценка презентаций, активность во время занятий		лекция	
<b>VII . . . КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ДОСТИГНУТЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ</b>				
<b>Результаты обучения</b>	<b>Неудовлетворительная оценка</b> Студент не знает и не понимает/не может/не готов:	<b>Диапазон оценок 3,0-3,5</b> Студент знает и понимает /может/готов:	<b>Диапазон оценок 4,0-4,5</b> Студент знает и понимает /может/готов:	<b>Очень хорошая оценка</b> Студент знает и понимает /может/готов:
Для каждого из результатов обучения, определенных для модуля с точки зрения знаний, умений и компетенций	Студент получает менее 50% макс. количества баллов за данный эффект	Студент получает от 50 до 59% макс. количества баллов за заданный эффект на оценку 3 и Студент получает от 60 до 69% макс. количества баллов за заданный эффект за оценку 3,5	Ученик получает от 70 до 79% макс. количества баллов за данный эффект за 4 класс, и Студент получает от 80 до 89% макс. количества баллов за данный эффект на оценку 4.5	Студент получает более 89% макс. количества баллов за заданный эффект
<b>VIII. НАГРУЗКА СТУДЕНТА – КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ И БАЛАНС КРЕДИТОВ ECTS</b>				
<b>Вид деятельности ECTS</b>		<b>Студенческая нагрузка</b>		
		<b>Учёба Стационарный</b>	<b>Заочная форма обучения</b>	
Участие в дидактических мероприятиях (лекции, упражнения, учебные пособия, проект, лаборатории, мастер-классы, семинары) – СУММА часов – с пункта II		50	15	
Экзамен / Сдача		1	1	
Участие в консультации		1	1	
Проект / Эссе				
Самостоятельная подготовка к дидактическим занятиям		28	43	
Подготовка к прохождению урока		20	40	
<b>Общая нагрузка студентов (25 часов = 1 ECTS) ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО часов/ECTS</b>		<b>4 кредита ECTS / 100 часов</b>	<b>4 кредита ECTS / 100 часов</b>	
Нагрузка ученика на занятиях в непосредственном контакте с преподавателем		50	15	
Нагрузка студентов на практических занятиях				
Нагрузка студентов на занятиях практической профессиональной				

## КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение No 1 к Регламенту No 3/07/2020  
13 июля 2020 года *На карточке модели*  
*в Высшей школе управления*  
*в Варшаве*

подготовки		
Студенческая нагрузка на занятиях по подготовке к исследованиям	50	85
<b>IX. ЛИТЕРАТУРА И ДРУГИЕ ДИДАКТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ</b>		
<b>Основная литература:</b> J. Dyczkowska, A. Oczachowska, D. Oczachowski, Маркетинговые услуги: теоретические основы и практика практики, Wydawnictwo Uczelniane Politechniki Koszalińska, Koszalin 2016. Агнешка Буковска-Пьестржиньска, Маркетинг медицинских услуг: от создания имиджа объекта до удовлетворенности клиентов, CeDeWu 2022		
<b>Дополнительная литература:</b> А. Чубала, А. Йонас, Т. Смолень, Я.В. Виктор, Маркетинг услуг, Wolters Kluwer, Краков 2012 Н. Лейк, К. Хикли, «Руководство по обслуживанию клиентов», издательство Helion, Гливице, 2005. Маркетинг услуг / Анна Чубала [и др.]. - Краков : Oficyna Ekonomiczna - Wolters Kluwer, 2006. Л. Бялонь [ред.] «Marketing w handlu», Oficyna Wydawnicza WSM, Варшава 2011. М. Иоганн, «Маркетинг услуг», WSM, Варшава, 2000.		
<b>Другие учебные материалы:</b> Журналы: "Маркетинг в практике", "Маркетинг и рынок" Веб-сайты, в том числе: <a href="https://marketingprzykawie.pl/">https://marketingprzykawie.pl/</a>		