



КОЛЕЖ ПО ТУРИЗЪМ - БЛАГОЕВГРАД

КАТЕДРА „БИЗНЕС АДМИНИСТРАЦИЯ“

Утвърждавам,
Ректор:
/ПРОФ. Д-Р ВАСИЛ ЖЕЧЕВ/



УЧЕБНА ПРОГРАМА

По дисциплината:	МАРКЕТИНГ НА УСЛУГИТЕ
Включена като	ИЗБИРАЕМА УЧЕБНА ДИСЦИПЛИНА
В учебния план на специалност:	БИЗНЕС АДМИНИСТРАЦИЯ
Професионално направление:	АДМИНИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ
Образователно-квалификационна степен:	ПРОФЕСИОНАЛЕН БАКАЛАВЪР
Срок на обучение	ШЕСТ СЕМЕСТЪРА
Форма на обучение	ЗАДОЧНА
Катедра, осигуряваща обучението:	БИЗНЕС АДМИНИСТРАЦИЯ

БЛАГОЕВГРАД
2020

I. ИЗВАДКА ОТ УЧЕБНИЯ ПЛАН

Семестър	Кредити	Аудиторна заетост			Извънаудиторна заетост
		общо	лекции	семинари	
V	3	15	15	-	75
Оценяване					Текущ контрол, курсова работа и писмен изпит

АНОТАЦИЯ

Лекционният курс по дисциплината “Маркетинг на услугите” е разработен в съответствие с общите цели на специалност “Бизнес администрация”. Има за задача да формира понятиен апарат и на тази основа да разкрие същността и спецификата на маркетинга в сферата на услугите. Изучаването на учебната дисциплина има за цел да постави началото на базисните знания за маркетинга на услугите. С извеждането на въпросите за маркетинга на услугите се детерминират и основните цели на курса: - да се дадат основни знания за маркетинга в сферата на услугите; - да се разкрие степента на неговото развитие; да се подчертаят основните насоки в маркетинговата дейност на фирмите предлагащи услуги. Чрез съдържанието на учебната дисциплина студентите ще се запознаят с водещите тенденции в маркетинга на услугите при условията на една реална пазарна икономика. Въпросите на маркетинга се разглеждат от теоретико-методологичните основи на маркетинга, през основните направления на маркетинговата дейност и до възможностите за по-пълно използване на маркетинговите средства за успешен и печеливш бизнес, в сферата на услугите.

Целта на учебната дисциплина “Маркетинг на услугите” е студентите да усвоят знания и се постави началото на поэтапното придобиване на теоретични професионални знания като се постигне баланс между теоретичната и практикоприложната подготовка. Да се формира понятиен апарат у студентите. Да се установи значението на маркетинга на услугите за развитието и просперитета на организацията.

Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са:

1. Използване на съвременни методи на преподаване и ресурсно осигуряване на лекциите практическите занятия по дисциплината;
2. Стимулиране работата в различните форми на извън аудиторна заетост;
3. Приложение на придобитите знания в другите учебни дисциплини и в практиката.

Методи на преподаване: За да осигури качествено обучение на студентите, дисциплината “Маркетинг на услугите” съчетава гъвкаво различни методи и форми на обучение: лекции по възлови теми, семинарни упражнения и самостоятелна работа под формата на курсова работа. Формите на контрол също са съобразени с естеството на дисциплината – провеждането на контролни проверки, тестове, обсъждане на казуси по време на семинарните занятия и писмен изпит за проверка на знанията.

♦ **Очаквани резултати:** След преминаване на курса по дисциплината, студентите ще усвоят основните термини и понятия свързани със същността на маркетинга на услугите и неговите основни характеристики.

Ще знаят:

- Същността на маркетинга на услугите
- Основните направления от теорията и практиката на маркетинга на услугите
- Общо методологични въпроси на маркетинга на услугите

Ще могат:

- Да прилагат същността, методите и средствата при дейността на фирмата;
- Да планира и организира маркетинговата дейност на различни услуги;
- Да използват маркетинговите средства за успешен бизнес

Необходими предходни знания - Доброто усвояване на материята, предвидена в основните теми на настоящата учебна програма е обусловено от предшестваща сериозна подготовка. Установяването на предварителните знания и умения на студентите по учебната дисциплина, тяхната методика при усвояване на материала, мотивите и интересът към дисциплината са предпоставка за постигане на заложените цели и задачи. За установяването на входното ниво на студентите се използват различни прийоми като: дискусии със студентите, решаване на практически казуси, тест-анкети или писмени разработки от студентите. Според получените резултати от тестването на студентите за определяне на входящото им ниво се адаптира съдържанието, обема на материала, както и използваните методи за преподаване.

СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА**А. ЛЕКЦИИ****ТЕМИ**

№	Тема	Литература	Хорариум
1.	Същност и характеристика на услугите. Видове услуги	О - 1-15 Д - 1-6	1
2.	Маркетингови стратегии на фирмите в сферата на услугите	О - 1-15 Д - 1-6	1
3.	Принципи, функции и концепции на маркетинга на услугите	О - 1-15 Д - 1-6	1
4.	Търсене на услуги и типология на маркетинга	О - 1-15 Д - 1-6	1
5.	Маркетинг-микс в сферата на услугите и особености при неговата реализация	О - 1-15 Д - 1-6	1
6.	Формиране поведение на услугите на пазара	О - 1-15 Д - 1-6	1
7.	Особености на услугите в концепцията на маркетинга	О - 1-15 Д - 1-6	1
8.	Жизнен цикъл на услугите	О - 1-15 Д - 1-6	1
9.	Асортиментна политика в сферата на услугите	О - 1-15 Д - 1-6	1
10.	Ценова политика в маркетинга на услугите. Ценови системи на пазара на услугите. Формиране цените на услугите	О - 1-15 Д - 1-6	1

11.	Иновационна политика в сферата на услугите	О - 1-15 Д - 1-6	1
12.	Комуникационна политика в областта на маркетинга на услугите. Комуникации на пазара на услуги	О - 1-15 Д - 1-6	1
13.	Реклама на услугите. Планиране, реализация и контрол на рекламата на услугите.	О - 1-15 Д - 1-6	1
14.	Конкуренция и конкурентноспособност на услугите Конкуренция на пазара на услугите	О - 1-15 Д - 1-6	1
15.	Конкурентни стратегии на пазара на услуги. Методи за оценка на конкурентноспособността на услугите	О - 1-15 Д - 1-6	1
	Общо		15

В. ЛИТЕРАТУРА

І. ОСНОВНА ЛИТЕРАТУРА

- Атанасова, Л., Маркетинг на туристически продукт. Комуникационна политика в туризма и услугите, Изд. ЕКС-ПРЕС, 2010
- Боева Б., Антоанета Василева, Международен маркетинг, Изд. 2010
- Димитров, Т., Русев, Ст., Петров, Т., Николов Д. и П. Козарова "100 български маркетинг приказки" 2012 г. м. юли 2012 г. <http://marketingprikazki.bg/>
- Инджова, Цв., Управление на маркетинга, изд. 2012
- Къстева, Н. Маркетинг на обслужването, Изд. Авангард Прима, 2010
- Младенова, Г., Надежда Димова, Основе на маркетинга, Изд. Рива, 2014
- Рийд, Дж., В крак с онлайн маркетинга, УИ Стопанство, С., 2013 г.
- Славчева-Банева, В., Основи на маркетинга на услугите, Изд. Рива
- Класова, С., П. Иванов, Г. Младенова, Л. Станкова, В. Балева, Л. Василева, Б. Дуранкев, Н. Найденов, К. Опров, А. Геров, С. Желев, Маркетинг, интернет книжарница Нова звезда, УНСС, 2012
- Инджова, Цв., Управление на маркетинга, изд. 2012
- Кичева, М., Маркетинг на услугите, Никеа, 2012 г
- Атанасова, Л., Маркетингови изследвания в туризма, Изд. 2013 г.
- Учебник / О. Н. Романенкова, И. М. Синяева, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014.
- Филип Котлър, Маркетингови ходове, Изд. Изток-Запад, 2016
- Щерев, Н., Мита Георгиева, Вера Петканчин, Маркетинг и реклама – част 2, Изд. Мартилен, 2010

ІІ. ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

- Алексунин В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. М.: 2001 г.
- Алферова Л.А. Маркетинг. Томск: 2000 г.
- Алексунин В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. М.: 2001 г.
- Бенеб, Б., Иновационна политика, С., 2002
- Кнышнова, Е., Маркетинг, М., 2004
- Пехливанов, В., Курс по маркетинг, С., 2000

Г. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО

1) ОРГАНИЗАЦИЯ НА АУДИТОРНАТА ЗАЕТОСТ

Обучението по учебната дисциплина „Маркетинг на услугите” се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Задължително в началото на всяка лекция се прави кратко въведение, като се осигурява необходимата преходност от една тема към друга. В процеса на запознаване на студентите с новата тематика се осъществява беседа с тях, за да се постигне приемственост между отделните лекции и те сами да стигнат до заключения, които да въвеждат в новия материал.

2) МЕТОДИ НА ПРЕПОДАВАНЕ, ИНФОРМАЦИОННО И РЕСУРСНО ОСИГУРЯВАНЕ НА СЕМИНАРНИТЕ ЗАНЯТИЯ ПО ДИСЦИПЛИНАТА

“ Маркетинг на услугите”.

Целта е студентите да придобият умения да прилагат усвоените знания. На студентите се обявяват предварително проблемите, по които трябва да се подготвят. По време на упражненията се решават практически казуси и тестове, осъществяват се дискусии по проблемни области, като целта е студентите да бъдат провокирани към самостоятелна работа, логическо мислене, изказване на лични становища и преценки, правене на обобщения и извеждане на заключения по дискусийни въпроси. На студентите се поставя задание, върху което трябва да подготвят писмена разработка. Информационното и ресурсното осигуряване се свежда до използване на мултимедия за визуализация на конкретни процеси, модели, схеми, диаграми и таблици, които ще подлежат на обсъждане.

3) ОРГАНИЗАЦИЯ НА ИЗВЪНАУДИТОРНАТА ЗАЕТОСТ

Извън аудиторната заетост се свежда до усвояване на лекционния материал и работа с литературата, черпене на информация от Интернет, проучвания във фирми, подготовка за тестове и контролни проверки на знанията с цел текущ контрол, системна подготовка по зададени теми за предстоящи семинарни занятия. На студентите се възлага самостоятелно разработване на курсови работи по списък с примерни теми. Курсовите работи се защитават.

Голям процент от извън аудиторна заетост се предвижда и за подготовка и явяване на семестриален изпит по дисциплината.

Разработване на курсова работа

В процеса на обучение по дисциплината студентите разработват курсова работа. Целта е студентите да придобият практически умения за събиране, обработка и анализ на данни по конкретен практически въпрос на управлението на конкурентоспособността на предприятието и разработване на конкретни управленски решения. Курсовата работа предполага проучване на конкретен управленски проблем на управлението на конкурентоспособността на предприятие от всички отрасли на националното стопанство, разработване на стратегия за повишаване на конкурентоспособността, обобщаване на основните дейности, свързани с проучването и формулиране на изводи и препоръки.

Д. ПРИМЕРНИ ТЕМИ ЗА РАЗРАБОТВАНЕ НА КУРСОВА РАБОТА (ОСНОВНИ НАПРАВЛЕНИЯ)

1. Реклама на услугите. Планиране, реализация и контрол на рекламата на услугите.
2. Маркетингови стратегии на фирмите в сферата на услугите
3. Конкуренция и конкурентоспособност на услугите
4. Конкуренция на пазара на услугите

Е. УКАЗАНИЯ ЗА РАЗРАБОТВАНЕ НА КУРСОВА РАБОТА

- ✓ Обем на разработката – минимум 15 стандартни печатни страници.
- ✓ Структура – съдържание, увод, изложение на проблема в две части – теоретическа и практическа, заключение (изводи), използвана литература, приложения.
- ✓ Курсовата работа трябва да бъде предадена напечатана не по-късно от 13-та седмица на семестъра.

Ж. ОЦЕНЯВАНЕ НА СТУДЕНТИТЕ

1) ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОЦЕНЯВАНЕТО

Оценяването на студентите за постигнатите резултати в процеса на обучение е съобразено с изискванията на Наредба №21/30.09.2004 г. за прилагане на системата за натрупване и трансфер на кредити. Общият брой кредити по дисциплината е ????. Семестриалната заверка се получава при спазване на условията на правилниците и вътрешните наредби на ЧВУ Колеж по туризъм и предаване на разработената курсова работа.

2) ОЦЕНЯВАНЕ ЗНАНИЯТА НА СТУДЕНТИТЕ

Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове. В курса на обучение по дисциплината включва:

- провеждане на входящ текущ контрол на всяко семинарно занятие. Текущият контрол изгражда в студентите отговорност към поставените задачи, самодисциплина, системност в предварителната подготовка, изгражда навици за оптимизиране на времето, развива логическото мислене, умения за селектиране и анализиране на информация, придобита от различни информационни източници. Текущият контрол се осъществява чрез следните методи:

✓ Устна дискусия, изразяване на собствени аргументирани становища, касаещи третираната тема в семинарните занятия;

✓ Устно представяне и защита на тезите, заложен в зададената писмена разработка;

✓ Проверка на усвоените знания чрез решаване на тестове и контролни проверки върху преподадения материал;

✓ Умение за представяне и успешно защитаване на собствени идеи;

✓ Използване на творчески подход при решаването на казусите.

Критерии за оценяване:

- качество и задълбоченост на писмената разработка;
- умение за представяне и успешна защита на разработките и заложените в тях тези;
- демонстриране на знания, умения и компетентност;
- умение за самостоятелна работа при извън аудиторната заетост.

Система от критерии за оценка:

№ по ред	Оценявани дейности	Диференциране на дейностите	Максимален брой точки
----------	--------------------	-----------------------------	-----------------------

1.	Участие в дискусии	по 1 точка за участие в обсъждания за всеки час.	15
2.	Разработване на курсова работа	1.Разработване на бизнес- план на конкретна фирма	28
3.	Тестове за проверка на текущите знания	Провеждане на 1 тест с максимален брой точки на тест – 5.	5
4.	Решаване на казуси	4 казуса по 3 точки на един казус	12
5.	Контролни проверки	Провеждане на две контролни проверки с максимален брой точки на една проверка - 5	10
	Писмен изпит	Оценяване на постигнатите резултати от изпита.	30

Окончателна оценка: студентите получават оценка по шестобалната система при следните съответствия с точковата система:

При среден резултат от набрани точки по всички критерии по-малко от 50 точки	Слаб 2
При сумарен брой от 51-60 точки	Среден 3
При сумарен брой от 61-74 точки	Добър 4
При сумарен брой от 75-90 точки	Много добър 5
При сумарен брой от 90-100 точки	Отличен 6

Студентите се допускат до семестриален изпит при набрани минимум 50 точки от текущия контрол, в противен случай те представят допълнително самостоятелна разработка до набиране на необходимия минимален брой.

Крайната оценка се оформя, съгласно приложената таблица по-горе в деня на изпита след писмено изпитване на студентите.

Всички контролни работи, тестове, материали от изпита се съхраняват в предвидения от правилника за образователната дейност срок от 1 г.

Студентите се информират за организацията на провеждане на обучението, за особеностите на предвидения текущ контрол и за системата за оценка на знанията още на първата лекция.

ОРГАНИЗАЦИЯ НА ПОДГОТОВКАТА ЗА СЕМЕСТРИАЛЕН ИЗПИТ – изпитът се провежда по предварително подготвен конспект с конкретни въпроси.

Автор на програмата:

проф. д-р Мария Кичева

Статут: на втори трудов договор

Година на въвеждане на програмата: 2020

Приети изменения на учебната програма на катедрен съвет на катедра «Бизнес администрация» - Протокол 3/04.03.2020 г.

Ръководител катедра «Бизнес администрация»:

(проф. д-р Р. Димитрова)