

## “PASLAUGŲ MARKETINGAS IR VADYBA”

Išstudijavę šį modulį moksleiviai turi :

1. Sužinoti paslaugų marketingo komplekso ir marketingo aplinkos elementus, marketingo tyrimų esmę, vadybos funkcijas, organizacines valdymo struktūras, valdymo metodus;
2. Sužinoti pagrindinį marketingo tikslą, uždavinius ir funkcijas;
3. Suprasti viešbučių ir turizmo kompleksų vadybą ir paslaugų išteklių valdymą;
4. Suvokti prekės ir paslaugos skirtumus, rinkos ir vartotojų tyrimų būtinumą viešbučių ir turizmo kompleksų versle;
5. Išmokti analizuoti viešbučių ir turizmo kompleksų aplinką ir klientų poreikius;
6. Suvokti marketingo planavimo ir marketingo biudžeto svarbą viešbučių ir turizmo kompleksų versle;
7. Išmokti kaip organizuoti marketingo veiklą įmonėje.

Savarankiškam mokymuisi pateikta teorinė medžiaga, savikontrolės testai, savarankiškų darbų užduotys, terminų žodynėlis. Moksleivių žinių vertinimui parengti kontroliniai testai, o galutiniam vertinimui – baigiamasis testas. Kiekvienas kontrolinis darbas ir baigiamasis testas bus vertinamas 10 balų sistema. Nurodyti ir literatūros šaltiniai. Modulo apimtis – 146 puslapiai. Trumpas modulio aprašymas pateikiamas lentelėje:

<b>Eil. Nr.</b>	<b>Skyriaus pavadinimas</b>	<b>Trumpas skyriaus apibūdinimas</b>	<b>Savikontrolės testai</b>	<b>Kontroliniai darbai</b>	<b>Savarankiškų darbų užduotys</b>
<b>1.</b>	<b>Marketingas ir jo kompleksas</b>	Šiame skyriuje nagrinėjamos 4 temos, kuriose pateikta marketingo samprata, tikslas, uždaviniai, funkcijos, bei paslaugų marketingo ypatumai ir jo kompleksas.	4	1	-
<b>2.</b>	<b>Paslauga ir kainodaros politika</b>	Šiame skyriuje 4 temos, kuriose pateikiama paslaugos ir kainos samprata marketinge, nurodomos paslaugų savybės, jų gyvavimo rinkoje sąlygos ir kainodara bei kainų reguliavimo strategijos.	4	1	-
<b>3.</b>	<b>Paslaugų pateikimas ir rėmimas</b>	Ši skyrių sudaro 5 temos, kuriose pateikiami paslaugų pateikimo kanalai, aprašomas komunikacinis procesas, nurodomi jo veiksmi ir priemonės.	5	1	3
<b>4.</b>	<b>Viešbučių ir turizmo</b>	Ši skyrių sudaro 3 temos, kuriose aprašoma paslaugų	3	1	2

	<b>kompleksų marketingo aplinka</b>	marketingo aplinkos sudėtis ir jos elementų įtaka viešbučių ir turizmo kompleksų veiklai.			
<b>5.</b>	<b>Paslaugų marketingo tyrimai</b>	Ši skyrių sudaro 5 temos, kuriose aiškinama marketingo tyrimų reikšmė, nurodomi marketingo, rinkos ir vartotojų tyrimo būdai ir naudojami metodai.	5	1	2
<b>6.</b>	<b>Viešbučių ir turizmo kompleksų vadyba</b>	Šiame skyriuje pateiktos 5 temos, kuriose nurodoma vadybos esmė, jos funkcijos, organizacinės valdymo struktūros, paslaugų ir personalo valdymo reikšmė viešbučių ir turizmo kompleksų versle.	5	1	2
<b>7.</b>	<b>Marketingo strategija, planavimas ir veiklos organizavimas</b>	Ši skyrių sudaro 3 temos, kuriose aiškinama kas yra marketingo strategija, planavimas, kokia marketingo plano sudėtis, kuo svarbus marketingo biudžetas, nurodoma kas turi kontroliuoti įmonės marketingą ir pateikiama kokiais būdais galima organizuoti viešbučių ir turizmo kompleksų marketingo veiklą.	3	1	1
	<b>Viso:</b>		<b>29</b>	<b>7</b>	<b>10</b>

Šio modelio tikslas – padėti suvokti paslaugų marketingo ir vadybos problemas viešbučių ir turizmo kompleksų versle.

Rengdama šį modulį remiausi įvairiais literatūros šaltiniais, informacija internete ir savo sukauptomis žiniomis bei patirtimi. Tikiuosi, kad ši paruošta mokymo ir mokymosi medžiaga bus naudinga šios specialybės moksleiviams.

Utenos regioninis profesinio mokymo centras  
Vyr. mokytoja Zita Juodėnienė