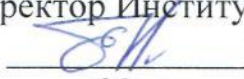


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 21.02.2021 16:32:49
Уникальный программный ключ:
c098bc0c1041cb2a4c926d171bb715d99abaec0a0cbe27b55cbe1e2abb7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института магистратуры

Иванова Е.А.
«30» августа 2021г.

**Рабочая программа дисциплины
Организация услуг на потребительском рынке**

Направление 38.04.06 Торговое дело
магистерская программа 38.04.06.01 "Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг"

Для набора 2021 года

Квалификация
магистр

КАФЕДРА **Коммерция и логистика**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс Вид занятий	1		Итого	
	уп	рп		
Лекции	6	6	6	6
Практические	10	10	10	10
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	83	83	83	83
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	108	108	108	108

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 30.08.2021 протокол № 1.

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Пивоварова Г.Б.

Г. Бивова 30.08.2021

Зав. кафедрой: д.э.н., проф. Полуботко А.А.

А.А. Полуботко 30.08.2021

Методическим советом направления: д.э.н., профессор, Писарева Е.В.

Е.В. Писарева 30.08.2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	является формирование у студентов целостной системы знаний о теоретических, методологических и практических подходах к организации услуг на потребительском рынке

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
ПК-3:Способен анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия	

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	
Знать:	
Методы анализа технологического процесса организации услуг как объекта управления. Методы планирования и контроля коммерческой деятельности в сфере услуг (соотнесено с индикатором ПК-3.1)	
Уметь:	
Организовать работу персонала, находить и применять управленческие решения в области профессиональной деятельности в сфере услуг(соотнесено с индикатором ПК-3.2)	
Владеть:	
Систематизации и обобщения информации по формированию и использованию ресурсов предприятия в сфере услуг (соотнесено с индикатором ПК-3.3)	

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ					
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. «Рынок услуг в современном обществе»				
1.1	Тема 1.1 «Услуги в современной экономике: сущность и классификация» Этапы формирования понятия «услуга». Природа услуги в современных трактовках. Подходы к классификации услуг. /Лек/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.2	Тема 1.1 «Услуги в современной экономике: сущность и классификация» Этапы формирования понятия «услуга». Природа услуги в современных трактовках. Подходы к классификации услуг. Подготовка рефератов и презентаций по основным вопросам темы с использованием пакета Libreoffice /Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.3	Тема 1.1 «Услуги в современной экономике: сущность и классификация» Этапы формирования понятия «услуга». Природа услуги в современных трактовках. Подходы к классификации услуг. /Ср/	1	18	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.4	Тема 1.2 «Предпринимательство в сфере услуг» Предпринимательство как важнейший элемент развития рыночной экономики. Характерные черты современного предпринимательства. Инновации сферы услуг в предпринимательской деятельности. Сущность и классификация стратегий. Основные методы разработки предпринимательских стратегий. Подготовка рефератов и презентаций по основным вопросам темы с использованием пакета Libreoffice/Пр/	1	4	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3

1.5	Тема 1.2 «Предпринимательство в сфере услуг» Предпринимательство как важнейший элемент развития рыночной экономики. Характерные черты современного предпринимательства. Инновации сферы услуг в предпринимательской деятельности. Сущность и классификация стратегий. Основные методы разработки предпринимательских стратегий. /Ср/	1	20	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
Раздел 2. Рынок сферы услуг. проблемы и перспективы					
2.1	Тема 2.1.Рынок услуг и его специфика, проблемы и перспективы развития. Законы рынка. «Бизнес план для малых фирм сферы услуг» Понятие бизнес – плана. Цель и задачи, основные разделы бизнес – плана. /Лек/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.2	Тема 2.1.Рынок услуг и его специфика, проблемы и перспективы развития. Законы рынка. «Бизнес план для малых фирм сферы услуг» Понятие бизнес – плана. Цель и задачи, основные разделы бизнес – плана. Подготовка рефератов и презентаций по основным вопросам темы с использованием пакета Libreoffice/Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.3	Тема 2.1.Рынок услуг и его специфика, проблемы и перспективы развития. Законы рынка. «Бизнес план для малых фирм сферы услуг» Понятие бизнес – плана. Цель и задачи, основные разделы бизнес – плана. /Ср/	1	21	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.4	Тема 2.2.Мировой рынок услуг. Перспективы развития сферы услуг. Россия на мировом рынке услуг Государство и развитие сферы услуг, цели, основные направления, проблемы. /Лек/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.5	Тема 2.2.Мировой рынок услуг. Перспективы развития сферы услуг. Россия на мировом рынке услуг Государство и развитие сферы услуг, цели, основные направления, проблемы. Подготовка рефератов и презентаций по основным вопросам темы с использованием пакета Libreoffice /Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.6	Тема 2.2.Мировой рынок услуг. Перспективы развития сферы услуг. Россия на мировом рынке услуг Государство и развитие сферы услуг, цели, основные направления, проблемы. /Ср/	1	24	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.7	/Экзамен/	1	9	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Горностаева Ж. В., Дуванская Е. В., Алехина Е. С.	Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учеб. пособие для подгот. бакалавров по напр. 43.03.01 "Сервис"	Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2016	25
Л1.2	Бурменко Т. Д.	Сфера услуг : экономика, менеджмент, маркетинг: практикум	М.: КНОРУС, 2010	12

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.3	Джон, Шоул, Евстигнеева, И., Григорьевой, В.	Первоклассный сервис как конкурентное преимущество	Москва: Альпина Паблишер, 2019	http://www.iprbookshop.ru/86759.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
5.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Ильина, О. В., Копылова, Т. В., Хныкина, Т. С., Стародубцев, Г. Ю.	Процессное управление в сервисе: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2018	http://www.iprbookshop.ru/83306.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Романович Ж. А., Калачев С. Л.	Сервисная деятельность: учебник	Москва: Дашков и К°, 2018	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496155 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3		Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)	, 1996	http://www.iprbookshop.ru/61941.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы				
СПС Консультант+				
СПС Гарант				
База статистических данных Росстата https://gks.ru/databases				
5.4. Перечень программного обеспечения				
Libreoffice				
5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья				
При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.				

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения. Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
<p>ПК-3:Способен анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия</p>			
<p>Знать: Методы анализа технологического процесса организации услуг как объекта управления. Методы планирования и контроля коммерческой деятельности в сфере услуг</p>	<p>Уровень знаний, полученных студентами в ходе изучения материалов лекций, учебной литературы при подготовке к практическим занятиям</p>	<p>полнота и содержательность ответа на изучаемые вопросы; владение категориальным аппаратом; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям;</p>	<p>Вопросы к экзамену (1 -35); Т (P2 3,4, 7-11); С(P11,2,3,15,16,17,18,19,20); Т (P1 1-11); С(P2 8,9,10,12,13,14,21,22,31,32,); О (41,42)</p>
<p>Уметь: Организовать работу персонала, находить и применять управленческие решения в области профессиональной деятельности в сфере услуг</p>	<p>поиск и сбор необходимой литературы в области логистики розничных продаж, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов в процессе подготовки к собеседованию и опросу; систематизирует информацию при написании реферата и выполнения кейсовых заданий</p>	<p>умение анализировать, сравнивать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал; умение аргументировано и доказательно обосновывать свою позицию; умение участвовать в дискуссии по проблемным вопросам изучаемой дисциплины; умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой дисциплины</p>	<p>Вопросы к экзамену (1 -35); Т (P2 -1,2,3,4,5,7, 17,18); С (P2 1-3, 20, 22-24, 33,34); Р (1,2,3,4,5,6,7,21,26). С (P1 4-7) КЗ (1,2); Т (P1 4,9); О (43)</p>
<p>Владеть: Навыками систематизации и обобщения информации по формированию и использованию ресурсов предприятия в сфере услуг</p>	<p>владение навыками поиска, сбора и использования необходимой информации по применению логистического аналитического</p>	<p>владение категориальным аппаратом;умение анализировать, сравнивать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал;</p>	<p>Вопросы к экзамену (1 -35); Т (P2 -8 -14,17,18); С (P2 4,6,7,12 -19, 26,27,29,30,32);</p>

	инструментария при решении тестовых заданий; ответ на вопрос в процессе проведения опроса и собеседовании; поиск и сбор необходимой литературы при подготовке реферата и выполнения кейсовых заданий ;	умение давать исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально выполнять практические задания; умение аргументировано и доказательно обосновывать свою позицию; умение участвовать в дискуссии по проблемным вопросам изучаемой дисциплины	Р (9,11,12,30); С (Р1 8-12) КЗ (1,2); Т (Р1 10,11); О (44,45,46)
--	---	---	---

1.2. Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале.

- 84 -100 баллов (оценка «отлично»)
- 67 -83 баллов (оценка «хорошо»)
- 50 -66 баллов (оценка «удовлетворительно»)
- 0 -49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к экзамену

1. Сфера услуг: структура и роль в современном обществе.
2. Сфера услуг и факторы ее развития в современных условиях.
3. Качество, уровень жизни и развитие сферы услуг.
4. Факторы развития сферы услуг в России.
5. Бизнес услуги (деловые) в современном обществе.
6. Рынок услуг и проблемы его развития в России.
7. Аутсорсинг: сущность и тенденции развития.
8. Роль малого бизнеса в функционировании рынка услуг.
9. Крупный бизнес на рынке услуг.
10. Россия на мировом рынке услуг: проблемы и перспективы.
11. Развитые страны на мировом рынке услуг.
12. Специализация стран на мировом рынке услуг.
13. Основные направления государственного воздействия на развитие сферы услуг в России.

14. Современный сервис: проблемы и тенденции развития.
15. Клиентоориентированный характер новой экономики.
16. Бизнес – планирование и его роль для развития малого предпринимательства.
17. Возможности самозанятости в условиях развития сферы услуг.
18. Проблемы дистанционной занятости.
19. Стил и культура поведения руководителя в целях сохранения персонала и привлечения клиентов в организации сферы услуг.
20. Роль взаимоотношений в сохранении клиентов как условие обеспечения занятости в сервисных организациях.
21. Особенности поведения продавца услуги, выполняющего роль консультанта.
22. Особенности поведения продавца услуги, являющегося поставщиком услуги.
23. Тактическое и оперативное планирование на предприятиях сферы услуг.
24. Стратегическое планирование в сфере услуг.
25. Организационные структуры в сервисной деятельности.
26. Мотивация и стимулирование труда персонала в сфере услуг: состояние, проблемы, перспективы.
27. Основные проблемы управленческого контроля в сфере услуг.
28. Формирование кадровой политики клиентоориентированной организации.
29. Маркетинговые решения: роль и значение в развитии сферы услуг.
30. Формирование эффективной системы реагирования на жалобы клиентов.
31. Роль посредников при оказании услуги.
32. Отличительные особенности предпринимательских функций в сфере услуг.
33. Особенности и основные задачи планирования в сфере услуг.
34. Управленческий контроль в организациях сферы услуг.
35. Бизнес – планирование и его роль для развития малого предпринимательства в сфере услуг.

Критерии оценки:

- 84-100 баллов (оценка «отлично») - изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;

- 67-83 баллов (оценка «хорошо») - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;

- 50-66 баллов (оценка удовлетворительно) - наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;

- 0-49 баллов (оценка неудовлетворительно) - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы».

Тесты письменные и/или компьютерные*

1. Банк тестов по разделу 1. «Рынок услуг в современном обществе»

1. Услуги - это:

- А) деятельность, процесс;
- Б) вещь, предмет;
- В) материальное благо,
- Г) нематериальное благо.

2. К социальным услугам относятся:

- А) банковские,
- Б) инжиниринговые,
- В) образовательные,
- Г) ресторанные,
- Д) страховые.

3. Классификация услуг не предусматривает такую цель, как:

- А) изучение демографического состава населения,
- Б) изучения спроса на услуги,
- В) учет предоставления услуг предприятиями и организациями различных организационно – правовых форм собственности,
- Г) гармонизацию национальных и международных классификаций услуг.

4. Для рынка услуг характерна:

- А) высокая скорость оборота капитала,
- Б) низкая динамичность рыночных процессов,
- В) низкая степень дифференциации услуг,

5. Верно ли утверждение, что сервис в узком смысле слова представляет собой всю совокупность отраслей сферы услуг?

- А) верно,
- Б) неверно,

6. Услугам свойственна:

- А) неосвязаемость,
- Б) складирруемость,
- В) сохраняемость,
- Г) определенность качества,
- Д) возможность перепродажи.

7. Какое из перечисленных свойств не присуще услугам?

- А) качественная определенность,
- Б) недолговечность,
- В) невозможность перепродажи,
- Г) невозможность транспортировки традиционным способом,
- Д) неосвязаемость.

8. К классу потребительских услуг относятся:

- А) бытовые,
- Б) инжиниринг,
- В) консалтинг,
- Г) благотворительные,
- Д) фрахт.

9. Одной из особенностей рынка услуг является:

- А) важная роль неценовых барьеров входа на указанный рынок,
- Б) низкая скорость оборота капитала,
- В) низкий уровень адаптивности,
- Г) слабая сегментированность.

10. Рынок услуг характеризуется:

- А) важной ролью и «массовостью» малого и среднего бизнеса – производителя услуг,
- Б) четкой обособленностью от рынка физических товаров,
- В) слабовыраженной дифференциацией услуг как рыночного продукта.

11. Какое из определений рынка представляется Вам наиболее убедительным:

- А) Рынок – это место, где встречаются покупатели и продавцы;
- Б) Рынок – это сфера обмена внутри страны и между странами, связывающая потребителей и производителей продукции;
- В) Рынок – это механизм взаимодействия покупателей и продавцов;
- Г) Рынок – это саморегулирующаяся система воспроизводства, все элементы которой находятся под воздействием спроса и предложения.

2. Банк тестов по разделу 2 «Рынок сферы услуг: проблемы и перспективы»

1. Аутсорсинг предполагает решение дилеммы:

- А) производить самому или покупать;
- Б) покупать или продавать;
- В) развивать свое производство или сокращать его;
- Г) быть акционерным обществом или обществом с ограниченной ответственностью.

2. Целью применения аутсорсинга не является:

- А) повышение качества услуг,
- Б) снижение издержек,
- В) усложнение собственных бизнес – процессов за счет непрофильных видов деятельности.

3. Отметьте все положения, соответствующие специфическим функциям предпринимательства в сфере услуг:

- А) переложение риска деятельности в условиях экономической неопределенности на государственные структуры,
- Б) постоянный поиск информации с целью выбора более выгодного секторов рынка,
- В) использование традиционных организационно-экономических систем управления,
- Г) обеспечение выживания предпринимательских структур в экстремальных условиях

4. Отметьте все представленные особенности предпринимательства в сфере услуг:

- А) отсутствие общей тенденции снижения производительности труда,
- Б) ограниченный переход от одной ниши рынка к другой,
- В) наличие особого ресурсного потенциала в лице самих потребителей,
- Г) выбор особых маркетинговых стратегий продвижения продукта на рынок,
- Д) преобладание малых предприятий, не имеющих специфических отличий,
- Е) возможность создания дополнительных рабочих мест.

5. Возможность быстрого развития малого предпринимательства в сфере услуг является отражением организационной функции предпринимательства в данной сфере. Утверждение:

- А) Верно,
- Б) Неверно.

6. Отметьте положения, являющиеся залогом получения прибыли малыми предприятиями сферы услуг:

- А) предоставление уникальной услуги,
- Б) наличие квалифицированных работников,
- В) наличие постоянных клиентов,
- Г) адекватная государственная поддержка.

7. Политика ценовой дискриминации свидетельствует:

- А) о достаточно высокой степени развития рынка услуг,
- Б) о неразвитости рыночных отношений,
- В) об отсутствии связи со степенью развития рынка услуг.

8. Франчайзер - это:

- А) малая фирма или индивидуальный предприниматель, покупающий лицензию на использование чужого бренда,
- Б) известная фирма – правообладатель бренда,
- В) муниципальные органы власти,
- Г) общественная организация,

9. Участие во франчайзинговом договоре приводит франчизи:

- А) к снижению коммерческого риска,
- Б) потере юридической самостоятельности,
- В) отсутствию контроля со стороны франчайзер

10. В сфере услуг более всего распространен такой вид франчайзинга, как

- А) деловой,
- Б) производственный
- В) товарный.

11. Конкуренция по – новому - это:

- А) выведение на рынок технически усовершенствованных товаров через небольшие промежутки времени,

Б) конкуренция в сфере того, чем дополнительно снабдили свою продукцию производители (услуги, реклама, консультации),

В) использование новых каналов сбыта,

Г) все ответы правильны,

Д) правильных ответов нет.

12. Господство «рынка производителя» приводит:

А) к потере свободы потребительского выбора,

Б) постоянному повышению качества услуг,

В) насыщению рынка разнообразными услугами,

Г) усилению конкуренции производителей услуг.

13. Существование ситуации «рынок потребителя» характеризуется:

А) избытком рыночного предложения,

Б) хроническим дефицитом,

В) отсутствием свободы потребительского выбора,

Г) низким качеством предлагаемых услуг.

14. Предсказанный уровень обслуживания – это:

А) тот, который потребители рассчитывают получить;

Б) определенный «порог» ожиданий потребителей,

В) нет правильных ответов.

15. Какая информация является основой расчета индекса удовлетворенности потребителей?

А) отчеты отдела продаж,

Б) опросы контактного персонала,

В) личные интервью с потребителем услуги,

Г) результаты наблюдения независимого эксперта за процессом оказания услуги,

16. Осуществление сервиса связано (укажите все возможные варианты):

А) с подкреплением товара,

Б) с высокой ценой товара,

В) со стимулированием сбыта,

Г) все ответы правильные,

Д) правильных ответов нет.

17. Использование стандарта обслуживания вызвано следующей причиной (укажите главную):

А) несовершенством процесса оказания услуги,

Б) изменчивостью качества услуги,

В) зависимостью процесса оказания услуги от персонала,

Г) стремлением оптимизировать процесс обслуживания.

18. Планирование политики сервиса должно осуществляться:

А) параллельно с разработкой товаров в реальном исполнении,

Б) после внедрения товара на рынок,

В) до разработки товара в реальном исполнении,

Г) все ответы правильны,

Д) нет правильных ответов.

Критерии оценки:

Оценка тестовых заданий производится в соответствии с утвержденными критериями:

№	Процент правильных ответов	Оценка по общепринятой шкале
1	90-100%	Отлично
2	70-89%	хорошо
3	30-69%	удовлетворительно
4	0-29%	неудовлетворительно

Максимальная сумма баллов по тестам: 10 баллов (2 теста по 5 баллов)

Кейс 1. Рискованный поворот

Москвич А. Труханский, 22-летний студент Торгово-экономического университета, решил заняться страхованием Интернет-сайтов. Такая мысль пришла ему в голову после того, как попал в автомобильную аварию на собственном автомобиле и получил страховку в размере 16 тыс. дол.

Сегодняшняя профессия Александра называется манимайкер – в переводе с английского «делатель денег». Еще два года назад он занимался изготовлением сайтов, причем довольно низкого качества, так как не знал даже азов этого вида бизнеса. Сегодня бывший спамер является владельцем примерно трехсот площадок, которые и приносят ему неплохие даже для Москвы, пять тыс. дол. чистого дохода.

Бизнес-модель типичного манимайкера — создать тематическую площадку посвященную, например, пылесосам, и затем раскрутить ее, покупая ссылки у других манимайкеров. Люди ищут информацию в Сети через поисковики, а для «Яндекса» или Google характерно, что чем больше ссылок приходит на сайт, тем выше его позиция в рейтинге. Перекрестные ссылки уже стали объектом торговли — желающие раскрутить свой сайт покупают друг у друга право на эту «Твердую валюту» эпохи Google. На бирже Sape.ru зарегистрировано 150 тыс. торговцев ссылками, так что число манимайкеров в Интернете исчисляется многими тысячами.

Раскручивать сайты при помощи покупных ссылок гораздо выгоднее, чем при помощи контекстной рекламы. А. Труханский сетует, что главной проблемой в этом являются поисковики, которым рынок ссылок невыгоден и которые постоянно меняют алгоритм, чтобы «утопить» манимайкеров в запросах. Для А. Труханского и других мелких сетевых предпринимателей каждая сетевая страничка — это актив, который в любой момент может быть потерян: алгоритм поиска изменен или сайт подвергся хакерской атаке. От подобных рисков и предлагает страховать сайты Труханский. Его целевая аудитория — множество мелких манимайкеров.

Сегодня застраховать интернет-компанию от присущих этому в бизнеса рисков можно и в обычной страховой фирме. Но, как отмечает президент компании Headhunter Ю. Воровец, стоит это будет безумно дорого — страховщики еще не умеют просчитывать вероятность риска и поэтому станут требовать очень высокую цену за свои услуги. В результате застраховать себя не сможет далее крупная компания.

Идея Труханского в том, чтобы разработать алгоритм, который будет автоматически определять основной источник трафика сайта и анализировать типовые страховые события и автоматически выдавать небольшие страховки. Например, страховать сайт, который ищется по слову «ноутбуки» в «Яндексе» от опускания ниже определенной строчки.

Поскольку «входной порог» на страховой рынок очень высок (минимальный капитал по закону составляет один млн дол.), Труханский собирается создать страховую компанию в офшорной зоне, а в разных странах, открыть отделения со статусом страховых брокеров. В перспективе он видит себя главой страховой империи, действующей на глобальном интернет-рынке. Западных аналогов у бизнес-модели нет, но Труханского это не смущает. Он напоминает, что первые страховые компании появились для страхования галеонов, купеческих судов. Сегодня бизнес осваивает новую «ничейную землю» — Интернет. Он считает, что появился новый актив, следовательно, должны появиться и механизмы страхования.

Вопросы к ситуации

1. Выскажите вашу точку зрения на предлагаемый бизнес-проект. Оцените его с позиций инновационности и реальности бизнес-идеи.
2. Правильно ли выбрана целевая аудитория для реализации данного бизнес-проекта?
3. Насколько правильной является, на ваш взгляд, идея создания фирмы по страхованию услуг Интернета в офшорной зоне?
4. Какие конкретные услуги по страхованию Интернет-сайтов было бы более правильно включить в перечень услуг фирмы?
5. Возможно ли, на ваш взгляд, автоматизировать оценку рисков, которые могут возникнуть в работе интернет-компаний?
6. Насколько велики неопределенность и риск в деятельности Интернет-компаний?

7. Есть ли будущее у бизнес - идеи страхования Интернет -сайтов?

Кейс 2 . Точечная навигация

На основе проведенных научных исследований аспирант МАИ Д.Алаев и трое его товарищей — выпускник МФТИ, кандидат физико-математических наук и независимый консультант в области IT безопасности — затеяли бизнес-проект, обещающий взорвать рынок LBS (Location Based Service, сервис по определению местоположения).

Главное детище компании Wi2Geo — одноименная технологическая платформа, на которой строится гибридная сеть навигации. В отличие от GPS-навигации она позволяет определять координаты с точностью 15—20 метров на любом устройстве, поддерживающем подключение к сети Wi-Fi (упор делается именно на нее), GPS, GSM и WiMAX.

На базе платформы разработано несколько дополнительных продуктов для корпоративных и частных клиентов. Это открытие API для веб-разработчиков, с помощью которого за 10 минут можно добавит опцию геопозиционирования на любой сайт, а также бесплатная мобильная социальная сеть — пилотный проект компании, созданный специально для обкатки технологии. Социальные связи в сети Wi2Geo будут обеспечиваться возможностью отслеживать местоположение друг друга. Например, можно открыть ноутбук или мобильный телефон и увидеть, где в данный момент находятся интересующие тебя люди! Основатель компании С. Курлович уверен, что через год количество пользователей соцсети Wi2Geo может вырасти до 20 млн — именно столько зарегистрировано сейчас на сайте «Одноклассники.ру».

Получать доход компания Wi2Geo рассчитывает за счет нескольких B2B-решений, которыми уже заинтересовались крупные игроки в числе которых Rambler и Mamba.ru. Есть договоренность об использовании Wi2Geo в мобильных приложениях блок - хостинга Livejournal. По словам Курловича, для бизнес-клиентов стоимость услуги навигации составит 30—50 тыс. дол. в год.

Еще одно B2B-предложение — indoor-навигация в крупных учреждениях, где задействовано большое количество сотрудников и объектов (GPS в помещениях не работает). Речь идет прежде всего о мониторинге торговых тележек в гипермаркетах. Для этого необходимо поставить небольшие чипы на тележки и тем самым предоставить информацию о сотнях тысяч покупателей. Каждую секунду можно определять их местоположение с точностью до полутора метров и даже отслеживать, у каких прилавков покупатель задержался. Это очень важная информация для мерчандайзеров всех ритейловых сетей. Переговоры о запуске пилотного проекта по использованию Wi-Fi-навигации в ритейле уже ведутся с компанией «Ситроникс». Эта услуга может быть востребована в медицинских центрах (для трекинга медтехники) и в логистических компаниях (для мониторинга грузов и погрузчиков).

Изначально проект развивался на собственные средства основателей компании, составившие примерно 10 тыс. дол. В июле этого года им удалось получить инвестиции венчурного фонда AddVenture (сумма вложений не разглашается), которые пошли на раскрутку стартапа. Сейчас компания ведет переговоры с несколькими российскими и европейскими фондами о привлечении дополнительных 1,5—2 млн дол. Они будут разделены примерно поровну между двумя основными направлениями бизнеса — indoor-навигацией и мобильными и веб - сервисами.

Возможностей для роста у этого бизнеса достаточно. До сих пор LHN услуги предоставлялись с помощью двух типов устройств — сотовых телефонов и GPS-навигаторов. В первом случае высока погрешность — от 200 метров до трех и более километров, во втором — надо платить за навигатор (от 150 дол.) и ПО, а также смириться с ограниченной зоной действия GPS. Гибридная навигация, предлагаемая Wi2Geo, в несколько раз увеличит аудиторию пользователей LBS-сервисов. Потенциальная клиентская база — все пользователи мобильных устройств и ноутбуков. Денис Алаев подсчитал, что мобильных устройств с Wi-Fi примерно в 10—15 раз больше, чем устройств с GPS. Плюс сейчас в одной только Москве 3—5 млн ноутбуков, и их количество растет.

В будущем партнеры планируют монетизировать мобильную социальную сеть, превратив ее в площадку для геотаргетированной рекламы. Чтобы эта бизнес-модель заработала, понадобится сотрудничество с сервисами, предоставляющими сведения о местоположении общественных заведений. Например, запросив адрес ближайшего ресторана, пользователь сможет получить рекламную информацию о бизнес - ланче.

В дальнейших планах Wi2Geo — попытка вырваться на европейский рынок. По словам создателей компании, конкурировать им пока не с кем: в России и СНГ они первопроходцы, а американский игрок Skihook Wireless не торопится осваивать Европу. Намерение Wi2Geo — оставаться универсальной навигационной платформой. Разработка конкретных приложений — дело других компаний.

Показатели бизнес-плана данного проекта: потребность в инвестициях 1,5—2 млн дол.; предполагаемый срок возврата инвестиций 1,5 года; 15 – 20 B2B-клиентов, 10—20 лицензий для промышленной навигации, 1-2 млн пользователей собственной мобильной социальной сети.

Вопросы к ситуации

1. Как вы оцениваете инновационность бизнес-идеи, положенной в основу предлагаемого бизнес-проекта? Насколько реален этот проект?
2. Каковы главные преимущества проекта навигации через Wi-Fi по сравнению с GPS?
3. Перечислите минусы и проблемы данного бизнес-проекта.
4. Какова клиентская база сервиса по определению местоположения? Правильно ли, на ваш взгляд, ее определила компания Wi2Geo?
5. Каковы шансы компании на победу в конкурентной борьбе?
6. Каковы стратегические планы компании и насколько они, на ваш взгляд, реальны и осуществимы? Что необходимо для их успешной реализации?
7. Все ли основные проблемы проработаны в бизнес-плане создания системы навигации? Что требует, на ваш взгляд, более тщательной и глубокой проработки?
8. Каковы, кроме перечисленных, области применения систем навигации в различных сферах деятельности, в том числе в сферах услуг?

Критерии оценки:

Оценка	Критерии оценивания
- оценка 5 баллов	свободное владение профессиональной терминологией; умение высказывать и обосновать свои суждения; осознанно применяет теоретические знания для решения ситуационного задания организует связь теории с практикой.
- оценка 4 балла	студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения ситуационного задания, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности;
оценка 3 балла	студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения ситуационного задания, не может доказательно обосновать свои суждения
оценка 0 баллов	в ответе проявляется незнание основного материала программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения ситуационного задания, отсутствует аргументация изложенной точки зрения, нет собственной позиции.

Максимальная сумма баллов за выполнение кейсов: 10 баллов (2 кейса по 5 баллов)

Вопросы для собеседования

Раздел 1 «Рынок услуг в современном обществе»

1. Раскройте роль информации в развитии цивилизации.
2. Какие информационные революции определили развитие человеческой цивилизации?

3. Каковы закономерности, характеризующие взаимосвязь и взаимообусловленность материального производства и сферы услуг?
4. Раскройте причины стремительного развития сферы услуг.
5. Что понимается под качеством жизни и какова взаимосвязь качества жизни и сферы услуг?
6. Раскройте роль сферы услуг в современных условиях.
7. Каковы были причины неразвитости сферы услуг в СССР?
8. Какие отрицательные и положительные тенденции в развитии сферы услуг присущи современной России?
9. Что понимается под сферой услуг и какие основные черты присущи сфере услуг?
10. Когда и кем был введен в научный оборот термин «услуга»?
11. Что понимали под услугой Ф. Бастиа, К. Маркс?
12. Раскройте основные свойства услуги.
13. Что понимается под стандартом обслуживания?
14. Приведите известные вам определения услуги и сопоставьте их.
15. Опишите изменения, которые могут произойти в связи с получением услуги.
16. Как соотносятся понятия «услуга» и «сервис»?
17. Чем обусловлена необходимость классификации услуг?
18. По каким признакам могут быть классифицированы услуги?
19. Охарактеризуйте классификацию услуг по Зингельманну, по Ловелоку.
20. Дайте определение рынка услуг, раскройте его особенности

Раздел 2 «Рынок сферы услуг: проблемы и перспективы»

1. Какие факторы влияют на развитие рынка услуг, а какие сдерживают развитие рынка услуг в России?
2. Какие виды рынка вы знаете и по каким критериям они выделяются?
3. Каковы субъекты рыночных отношений в сфере услуг?
4. Какова роль государства в развитии рынка услуг?
5. Раскройте понятия «чисто частные блага», «чисто общественные блага» и «смешанные блага».
6. Какие виды услуг (экономические блага) оказывают государственные структуры?
7. Какова роль некоммерческих организаций на рынке услуг? Приведите примеры услуг некоммерческих организаций.
8. Раскройте сущность аутсорсинга. Какие причины способствуют его развитию?
9. Раскройте сущность и причины развития аутсорсинга в сфере услуг.
10. Какие виды конкурентных стратегий производителей услуг вы знаете? Приведите примеры фирм, использующих различные стратегии.
11. В чем сущность политики ценовой дискриминации и какие условия делают возможным ее применение, в том числе в сфере услуг?
12. Каковы возможности формирования рентных отношений в услуговых видах деятельности?
13. Какие условия определяют предпринимательство как особый вид деятельности?
14. Охарактеризуйте основные черты современного предпринимательства.
15. С помощью каких функций выявляется сущность предпринимательства?
16. Какова роль сферы услуг в становлении массового предпринимательства?
17. Каковы отличительные особенности предпринимательских функций в сфере услуг?
18. Почему потребители являются особым ресурсным потенциалом сервисных организаций?
19. Какова роль человеческого капитала в работе предприятий сферы сервиса?
20. Какова главная установка в процессе обслуживания клиентов предприятиями сферы малого бизнеса?
21. Что понимается под франчайзингом?

22. Как называются две стороны франчайзингового договора?
23. Каковы преимущества и недостатки франчайзинга с точки зрения франчайзи, франчайзера?
24. Что понимается под франчайзингом бизнес-формата?
25. Какие виды франчайзинга выделяют в настоящее время?
26. В каких видах usługовой деятельности используется система франчайзинга?
27. Раскройте тенденции развития франчайзинга в настоящее время.
28. Охарактеризуйте сущность каждого вида франчайзинга.
29. Какие факторы способствуют развитию франчайзинга в России и тормозят его?
30. Может ли применяться франчайзинг в образовании?
31. Роль и место инноваций в современном обществе.
32. Основные характеристики инноваций в сфере услуг.
33. Особенности внедрения инноваций в сфере услуг.
34. Инновации в организации бизнес-процессов предприятия сферы услуг и формах обслуживания потребителей

Критерии оценки:

Оценка **«отлично» (5 баллов)** выставляется, если студент:

- обстоятельно, с достаточной полнотой излагает сущность вопросов экзаменационного билета;
- дает правильные формулировки, точные определения понятий, законов и терминов;
- обнаруживает полное понимание материала и может обосновать свой ответ. Может привести примеры, не только данные в учебнике, лекциях, но и подмеченные студентом на экскурсиях и во время прохождения практики, а также демонстрирует знания, полученные из других источников информации (специальные журналы, научные доклады, рефераты, монографии, выставки по профилю специальности, научно-практические конференции и т.д.);
- свободно владеет материалом, показывая связность и последовательность в изложении, привлекает при изложении сущности вопросов знания промежуточных учебных дисциплин;
- кратко, четко и по существу отвечает на вопросы, задаваемые членами комиссии

Оценка **«хорошо» (4 балла)** ставится, если студент:

- дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает при этом единичные ошибки и неточности, которые сам же уточняет или исправляет после замечаний преподавателя или членов комиссии;

Оценка **«3» (50-66 баллов)** ставится, если студент:

- допускает неточности в формулировке правил, терминов, формулировок, законов;
- излагает материал недостаточно связно и последовательно.

Оценка **«0» (0-49 баллов)** ставится, если студент:

- обнаруживает незнание большей части материала соответствующих вопросов экзаменационного билета, допускает в формулировках определений, понятий и правил неточности и ошибки, искажающие их смысл;
- беспорядочно и неуверенно излагает содержание материала, сопровождая изложение материала частыми заминками и прерыванием;
- обнаруживает полное незнание или непонимание материала.

Максимальная сумма баллов по собеседованию: 20 баллов (4 тем по 5 баллов)

Темы рефератов

1. Сфера услуг: структура и роль в современном обществе
2. Сфера услуг и факторы ее развития в современных условиях
3. Качество, уровень жизни и развитие сферы услуг
4. Тенденции развития первого и второго секторов экономики в современной России
5. Факторы развития сферы услуг в России
6. Особенности развития сферы услуг постсоветских странах

7. Сфера услуг в условиях командной экономики
8. Взаимодействие и взаимообусловленность развития материального производства и сферы услуг в современных условиях
9. Объективность возникновения, тенденции и закономерности развития сферы услуг.
10. Система классификации услуг. Специализация и кооперация в сфере услуг: сущность, критерии обоснования эффективности.
11. Сущность основных экономических законов и их проявление в сфере услуг.
12. Развитие сферы услуг в контексте инновационных технологий.
13. Общая характеристика хозяйствующих субъектов сферы услуг и их организационно – правовые формы.
14. Особенности разгосударствления и приватизации имущественных комплексов сферы услуг.
15. Современные организационные формы хозяйствования в сфере услуг: понятие, виды. Критерии оценки эффективности интеграционных форм хозяйствования.
16. Некоммерческие организации в сфере услуг и экономические основы их функционирования (источники формирования имущества).
17. Элементы системы государственного регулирования сферы услуг и их характеристика. Формы государственной поддержки предприятий сферы услуг.
18. Сети как особая форма организации совместной деятельности в сфере услуг: причины формирования, виды, тенденции развития.
19. Тенденции развития отраслевых, региональных и национальных рынков услуг (торговля, общественное питание, бытовые услуги – на примере Ростовской области).
20. Спрос и предложение на услуги: формирование и направления исследования.
21. Система ценообразования и факторы формирования цен на услуги.
22. Конкуренция на рынке услуг: виды, стратегия и тактика поведения предприятий на различных рынках.
23. Конкурентоспособность предприятий сферы услуг: понятие, методы и подходы к оценке. Направления обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг.
24. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью и формирование конкурентных преимуществ предприятий сферы услуг.
25. Качество услуг: сущность, характеристики, методы оценки.
26. Система стандартизации и сертификации услуг: определения, задачи, нормативные документы.
27. Ресурсы и ресурсный потенциал сферы услуг: классификация, структура, качественная и количественная характеристика (макроуровень).
28. Экономические ресурсы предприятий сферы услуг: классификация, показатели количественной и качественной характеристики, эффективности использования.
29. Социально-экономическая результативность и эффективность сферы услуг: сущность, подходы к оценке, факторы формирования.
30. Экономические стимулы и их использование в сфере услуг.
31. Организационно-правовые формы организаций сферы услуг и их характеристика.
32. Интеграционные формы хозяйствования в сфере услуг и критерии оценки их эффективности.

Критерии оценки:

Обучающийся получает за доклад 10 баллов при соблюдении следующих требований:

- поставлена проблема исследования, обоснована ее актуальность (2 балла);
- сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему (2 балла);
- сделаны выводы по исследуемой проблеме (2 балла);
- обозначена авторская позиция (2 балла);
- использовано не менее пяти литературных источников, соблюдены требования к оформлению работы (2 балла).

За несоблюдение указанных требований оценка снижается на 2 балла по каждому пункту.

Максимальная сумма баллов за доклады: 40 баллов (4 доклада по 10 баллов)

Устный опрос по темам дисциплины

Содержит 46 вопросов.

Форма опроса – фронтальный/индивидуальный/комбинированный.

Задания к устному опросу:

4. Раскройте причины, обуславливающие необходимость государственного вмешательства в сферу услуг.
5. Почему государство проявляет особый интерес к сфере услуг?
6. Каковы важнейшие цели государственного регулирования социально-экономических процессов в сфере услуг?
7. Какие наиболее острые проблемы в области государственного регулирования сферы услуг характерны для современной России? Кратко проанализируйте их.
8. Раскройте роль субсидирования как инструмента регулирования величины спроса и предложения услуг.
9. Какие мероприятия должно регулировать государство в целях наращивания экспортного потенциала услуг?
10. Какие способы международной торговли услугами выделяют в настоящее время и где это зафиксировано?
11. Как изменяется структура современного мирового рынка услуг? Какова роль наиболее развитых стран на мировом рынке услуг?
12. Охарактеризуйте положение России на мировом рынке услуг.
13. Качество, уровень, стиль и образ жизни. Их взаимосвязь с развитием сферы услуг.
14. Причины бурного развития сферы услуг в современных условиях.
15. Роль сферы услуг в современном обществе.
16. Закономерности взаимосвязи материального производства и сферы услуг в современных условиях.
17. Материальные товары и услуги и их отличительные свойства. Природа услуги.
18. Конкурентные стратегии и возможности их применения предприятиями сферы услуг
19. Факторы, определяющие развитие рынка услуг.
20. Государство на рынке услуг.
21. Сфера услуг и государство: причины государственного вмешательства и регулирования.
22. Мировой рынок услуг. Факторы развития, особенности.
23. Способы торговли услугами на мировом рынке.
24. Проблемы регулирования мирового рынка услуг. Роль ГАТС.
25. Сфера услуг в России: состояние и тенденции развития.
26. Сервис: сущность (широкое и узкое понимание) и роль в современной экономике.
27. Классификация услуг по Дж.Зингельманну.
28. Частные предпринимательские структуры на рынке услуг.
29. Некоммерческие организации как субъект рынка услуг.
30. Классификация услуг по К.Лавлоку.
31. Аутсорсинг в сфере услуг: сущность, преимущества и недостатки.
32. Сфера услуг: подходы к пониманию, структура и особенности (черты).
33. Свойства услуги: их развернутая характеристика. Определение услуги.
34. Распределительные услуги и их роль в современном обществе.
35. Социальные и потребительские услуги.
36. Услугоуказывающая роль материального производства. Современное материальное производство как фактор развития сферы услуг.
37. Определение услуги Т.Хилла. Основные изменения, обусловленные потреблением услуг.
38. Россия на мировом рынке услуг: проблемы и возможности.
39. Основные проблемы развития услуг в РФ.
40. Взаимосвязь и взаимообусловленность материального производства и сферы услуг.
41. Основные показатели анализа бизнес среды коммерческого предприятия сферы услуг.
42. Метод определения критериев оценки бизнес среды коммерческого предприятия сферы услуг.
43. Что представляет собой план маркетинга ?
44. SWOT анализ бизнес среды предприятия сферы услуг.
45. PEST анализ бизнес среды предприятия сферы услуг.
46. Матрица Ансоффа

Критерии оценки:

- оценка 5 баллов выставляется обучающемуся, если	изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой
- оценка 4 балла выставляется обучающемуся наличии	при твердых и достаточно полных знаниях в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, студент четко излагает материал, однако студентом допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, студент усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;
оценка 3 балла выставляется обучающемуся наличии в	при твердых знаниях в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;
оценка 0 баллов выставляется обучающемуся, если	если его ответы не связаны с вопросами, студент допускает наличие грубых ошибок в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы

Максимальная сумма баллов по устному опросу: 20 баллов (4 тем по 5 баллов)

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена. Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 2. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- практические занятия.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по вопросам организации внешнеторговой деятельности, ее содержания, а также государственного регулирования, развиваются навыки и знания различных методов сбора, анализа и мониторинга необходимой информации.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

– изучить рекомендованную учебную литературу;

– подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;

– письменно решить домашнее задание, рекомендованные преподавателем при изучении каждой темы.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат, доклад или сообщение по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса или посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

Методические указания по подготовке рефератов по дисциплине «Организация и регулирование внешнеторговой деятельности».

Цель работы над рефератом - углубленное изучение отдельных вопросов из сферы профессиональной деятельности.

После ознакомления с материалами всех рефератов, заслушивании докладов на практических занятиях у студентов должно быть сформировано общее представление о современном состоянии, актуальных проблемах в области профессиональной деятельности.

Подготовка реферата состоит из нескольких этапов:

1. Выбор темы из списка тем, предложенных преподавателем.
2. Сбор материала по печатным источникам (книгам и журналам компьютерной тематики), а также по материалам в сети Интернет.
3. Составление плана изложения собранного материала.
4. Оформление текста реферата в текстовом редакторе *Libreoffice*
5. Подготовка 10 тестовых вопросов по теме реферата.
6. Подготовка иллюстративного и демонстрационного материала в *MS Power Point* (презентация для доклада).
7. Доклад реферата на занятии (реферат должен быть доложен на одном из занятий по графику, составленному преподавателем.).
8. Компоновка материалов реферата для сдачи преподавателю (распечатанный текст, диск с текстовым файлом и файлом презентации).

Требования к оформлению текста

1. Объем реферата - 10-15 стр. текста.
2. Шрифт
 - основного текста - Times New Roman Cyr 14 размер.
 - заголовков 1 уровня - Times New Roman Cyr 14 размер (жирный).
 - заголовков 2 уровня - Times New Roman Cyr 12 размер (жирный курсив).
3. Параметры абзаца (основной текст) - отступ слева и справа - 0, первая строка отступ - 1,27 см; межстрочный интервал - одинарный, выравнивание по ширине.
4. Параметры страницы: верхнее и нижнее поля 2,5 см; поле слева - 3,5 см.; поле справа - 2 см. Нумерация страниц - правый нижний угол.
5. Переносы автоматические (сервис, язык, расстановка переносов).
6. Таблицы следует делать в режиме таблиц (добавить таблицу), а не рисовать от руки, не разрывать; если таблица большая, ее необходимо поместить на отдельной странице. Заголовочная часть не должна содержать пустот. Таблицы - заполняются шрифтом основного текста, заголовки строк и столбцов - выделяются жирным шрифтом. Каждая таблица должна иметь название. Нумерация таблиц - сквозная по всему тексту.
7. Рисунки - черно-белые или цветные, формат BMP, GIF, JPG. Нумерация рисунков - сквозная по всему тексту.
8. Формулы - должны быть записаны в редакторе формул. Размер основного шрифта - 12. Формулы должны иметь сквозную нумерацию во всем тексте. Номер формулы размещается в крайней правой позиции в круглых скобках.
9. В конце реферата должен быть дан список литературы (не менее 10 источников, в том числе это могут быть и адреса сети Интернет). Библиографическое описание (список литературы) регламентировано ГОСТом 7.1-2003 «Библиографическая запись». После окончания работы по подготовке текста реферата необходимо расставить страницы (внизу справа), а затем в автоматическом режиме сформировать оглавление. Оглавление должно быть размещено сразу же после титульной страницы.

Требования к оформлению мультимедийной презентации.

На титульной странице должно быть помещено название реферата - крупным шрифтом. А также группа и фамилия студента, подготовившего реферат, дата.

Вторая страница – интерактивное оглавление (в виде гипертекстовых ссылок). По гипертекстовой ссылке оглавления должен осуществляться переход к соответствующему разделу реферата.

В презентации должен быть помещен в основном иллюстративный материал для сопровождения доклада и основные положения доклада.

В конце презентации реферата должен быть приведен список использованных источников.

Объем презентации – не менее 20 слайдов, время на доклад с использованием презентации – 12-15 мин.