

Документ подписан Министерством науки и высшего образования Российской Федерации  
Информация о владельце:  
ФИО: Макаренко Елена Николаевна  
Должность: директор  
Дата подписания: 06.02.2023 10:55:57  
Уникальный программный ключ:  
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Института магистратуры  
 Иванова Е.А.  
«30» августа 2021 г.

**Рабочая программа дисциплины  
Экономика предприятий сферы услуг**

Направление 38.04.01 Экономика  
магистерская программа 38.04.01.14 "Экономика предприятий и инвестиционное проектирование"

Для набора 2021 года


Квалификация  
магистр

## КАФЕДРА Экономика региона, отраслей и предприятий


Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	15 2/6			
Неделя	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	76	76	76	76
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

## ОСНОВАНИЕ

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

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Миронова О.А.  30.08.2021

Зав. кафедрой: к.э.н., доцент Боев В.Ю.  30.08.2021

Методическим советом направления: д.э.н., профессор, Ниворожкина Л.И.  30.08.2021

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Формирование системы знаний, умений и навыков по разработке стратегии поведения предприятий сферы услуг и составлению прогнозов основных социально-экономических показателей их деятельности
-----	--

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**УК-4:**Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

**ПК-3:**Способен разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<b>Знать:</b>
современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации. (соотнесено с индикатором УК-4.1) основные виды оптимизационных задач, задач теории принятия решений, типовые оптимизационные модели, основные методы разработки управленческих решений (соотнесено с индикатором ПК-3.1)
<b>Уметь:</b>
применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения. (соотнесено с индикатором УК-4.2) обосновывать выбор вариантов управленческих решений на основе критериев социально-экономической эффективности (соотнесено с индикатором ПК-3.2)
<b>Владеть:</b>
методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств. (соотнесено с индикатором УК-4.3) методами принятия оптимальных управленческих решений (соотнесено с индикатором ПК-3.3)

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	<b>Раздел 1. «Место и значение сферы услуг в экономике»</b>				
1.1	Тема 1.1 Введение в дисциплину : место и роль предприятий сферы услуг в национальной экономике Цель, предмет и задачи курса; основные категории и понятия; предприятия сферы услуг в общественном разделении труда; функции предприятий сферы услуг в городском и регионально хозяйстве; особенности рынка услуг; сфера услуг и формирование постиндустриального общества; факторы развития сферы услуг; динамика показателей развития сферы услуг; трансформация роли сферы услуг в российской экономике; структура и особенности развития сферы услуг в развитых странах и в России; состав отраслей сферы услуг. /Лек/	3	2	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
1.2	Тема 1.1 Введение в дисциплину : место и роль предприятий сферы услуг в национальной экономике Цель, предмет и задачи курса; основные категории и понятия; предприятия сферы услуг в общественном разделении труда; функции предприятий сферы услуг в городском и регионально хозяйстве; особенности рынка услуг; сфера услуг и формирование постиндустриального общества; факторы развития сферы услуг; динамика показателей развития сферы услуг; трансформация роли сферы услуг в российской экономике; структура и особенности развития сферы услуг в развитых странах и в России; состав отраслей сферы услуг. /Пр/	3	2	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5

1.3	<p>Тема 1.2. Классификация предприятий отрасли. Структура отрасли. Классификация предприятий отрасли: понятие, назначение. Признаки классификации. Классификация предприятий общественного питания: по типу, специализации, форме обслуживания, размеру, контингенту потребителей, и т.п. Типы предприятий общественного питания: ресторан, кафе, бар, столовая, закусочная. Стационарные и передвижные предприятия, предприятия общественного питания на транспорте. Общедоступные предприятия и предприятия, обслуживающие определенный контингент потребителей. Предприятия, в которых осуществляется: обслуживание официантами; самообслуживание. Кейтеринг. Классификация ресторанов за рубежом. Классификация средств размещения: по типу; размеру; местоположению; уровню обслуживания; контингенту потребителей; и т.п. Основные типы коллективных средств размещения: отель, мотель, курортная гостиница, пансионат, кемпинг, турбаза, и т.п. Категории номеров средств размещения. Варианты предоставления услуг питания. Государственная система классификации гостиниц и других средств размещения в Российской Федерации. Классификация гостиниц за рубежом. Классификация туристских предприятий. Туроператоры и турагенты. /Лек/</p>	3	2	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
1.4	<p>Тема 1.2. Классификация предприятий отрасли.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие индустрии: питания, гостеприимства, туризма.</li> <li>2. Понятие отрасли: общественного питания, средств размещения, туризма.</li> <li>3. Классификация предприятий общественного питания.</li> <li>4. Классификация средств размещения</li> <li>5. Классификация туристских предприятий.</li> <li>6. Межкультурные различия и особенности деловых коммуникаций в различных секторах сферы услуг. /Пр/</li> </ol>	3	2	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
	<b>Раздел 2. «Управление предприятиями и организациями сферы услуг (микро-уровень)»</b>				
2.1	<p>Тема 2.1 Управление качеством в сфере услуг. Персонал организаций сферы услуг и построение взаимоотношений с клиентами: обоснование невозможности применения методов оценки качества продуктов к определению качества услуг; анализ подходов к понятиям "качество" услуг и "удовлетворенность"; концепция воспринятого качества К. Гронруза; выявление детерминант качества услуг; методы оценки качества услуг; GAP модель; Проблема определения и использования зоны толерантности; роль персонала организации в процессе предоставления услуги; взаимоотношения в системе «потребитель – сотрудник»; концепция «потребитель как сотрудник организации сферы услуг»; «восстановление» услуги и гарантии. /Лек/</p>	3	2	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
2.2	<p>Тема 2.1 Управление качеством в сфере услуг. Персонал организаций сферы услуг и построение взаимоотношений с клиентами: обоснование невозможности применения методов оценки качества продуктов к определению качества услуг; анализ подходов к понятиям "качество" услуг и "удовлетворенность"; концепция воспринятого качества К. Гронруза; выявление детерминант качества услуг; методы оценки качества услуг; GAP модель; Проблема определения и использования зоны толерантности; роль персонала организации в процессе предоставления услуги; взаимоотношения в системе «потребитель – сотрудник»; концепция «потребитель как сотрудник организации сферы услуг»; «восстановление» услуги и гарантии. /Пр/</p>	3	2	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5

2.3	Тема 2.2. Маркетинг в организациях сферы услуг. Методы прогнозирования спроса на услуги: определение проблемного поля менеджмента и маркетинга услуг; расширение концепции «маркетинг- микс» для организаций сферы услуг; треугольник Котлера: внутренний, двухсторонний и внешний маркетинг; маркетинг отношений для организаций сферы услуг; анализ цепочки получения дохода; общая характеристика системы факторов, определяющих спрос в сфере услуг; основные методологические подходы к прогнозированию спроса на продукцию отраслей сферы услуг – традиционный, классический, модифицированный; качественные и количественные методы прогнозирования спроса на услуги. /Лек/	3	2	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
2.4	Тема 2.2. Маркетинг в организациях сферы услуг. Методы прогнозирования спроса на услуги: определение проблемного поля менеджмента и маркетинга услуг; расширение концепции «маркетинг- микс» для организаций сферы услуг; треугольник Котлера: внутренний, двухсторонний и внешний маркетинг; маркетинг отношений для организаций сферы услуг; анализ цепочки получения дохода; общая характеристика системы факторов, определяющих спрос в сфере услуг; основные методологические подходы к прогнозированию спроса на продукцию отраслей сферы услуг – традиционный, классический, модифицированный; качественные и количественные методы прогнозирования спроса на услуги. /Пр/	3	2	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
2.5	Тема 2.3. Мощность организации сферы услуг. Дизайн организаций сферы услуг, методы доставки услуг: особенности определения мощности организаций сферы услуг; стратегии в отношении мощности организаций сферы услуг; условия непикового спроса; управление очередями; система бронирования; Chase стратегия; частичная занятость; участие потребителей; стратегия управления спросом; ценообразование, реклама; способы повышения использования мощностей организаций сферы услуг; сервисный процесс и его типы; матрица сервисного процесса. подходы к дизайну организаций сферы услуг; единичные и множественные места предоставления услуг: особенности размещения и доставки; использование матрицы Р. Шменнера для решения вопроса о способе доставки услуг. /Лек/	3	2	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
2.6	Тема 2.3. Мощность организации сферы услуг. Дизайн организаций сферы услуг, методы доставки услуг: особенности определения мощности организаций сферы услуг; стратегии в отношении мощности организаций сферы услуг; условия непикового спроса; управление очередями; система бронирования; Chase стратегия; частичная занятость; участие потребителей; стратегия управления спросом; ценообразование, реклама; способы повышения использования мощностей организаций сферы услуг; сервисный процесс и его типы; матрица сервисного процесса. подходы к дизайну организаций сферы услуг; единичные и множественные места предоставления услуг: особенности размещения и доставки; использование матрицы Р. Шменнера для решения вопроса о способе доставки услуг. /Пр/	3	2	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
2.7	Подготовка рефератов в MS Office /Ср/	3	38	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5

	<b>Раздел 3. «Система государственного управления развитием отраслей сферы услуг (на муниципальном и региональном уровнях)».</b>				
3.1	Тема 3.1. Основы государственного управления сферой жилищно-коммунального хозяйства: жилищный фонд и жилищно-коммунальные услуги Специфика и роль ЖКХ как отрасли городского и регионального хозяйства; цели, задачи и концепция реформирования ЖКХ; совершенствование структуры управления и механизма финансирования ЖКХ; финансово-экономическое состояние предприятий комплекса; проблемы регулирования тарифов на жилищно-коммунальные услуги; перспективы развития конкуренции в сфере предоставления жилищно-коммунальных услуг; основные проблемы и направления совершенствования управления ЖКХ в системе городского и регионального хозяйства. /Лек/	3	2	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
3.2	Тема 3.1. Основы государственного управления сферой жилищно-коммунального хозяйства: жилищный фонд и жилищно-коммунальные услуги Специфика и роль ЖКХ как отрасли городского и регионального хозяйства; цели, задачи и концепция реформирования ЖКХ; совершенствование структуры управления и механизма финансирования ЖКХ; финансово-экономическое состояние предприятий комплекса; проблемы регулирования тарифов на жилищно-коммунальные услуги; перспективы развития конкуренции в сфере предоставления жилищно-коммунальных услуг; основные проблемы и направления совершенствования управления ЖКХ в системе городского и регионального хозяйства. /Пр/	3	2	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
3.3	Тема 3.2. Экономика и управление в сферах здравоохранения и образования. Государственные услуги. Система социальной защиты населения: формирование предпринимательской среды в здравоохранении; медицинское страхование как средство реформирования отрасли; обязательное и добровольное медицинское страхование; порядок финансового взаимодействия субъектов в системе обязательного медицинского страхования; бюджетное финансирование здравоохранения; образование как отрасль городского и регионального хозяйства; структура отрасли: дошкольное воспитание, общее среднее образование, подготовка кадров: профессионально-техническое, среднее специальное и высшее образование; экономический эффект образования; финансирование образования; структура расходов на образование: на общее образование, на воспитание детей и подростков, на культурно- просветительскую работу, на подготовку кадров; система социальной защиты: минимальный размер оплаты труда; гарантированные пенсионные выплаты, официальный прожиточный минимум; экономический механизм социального обслуживания населения. /Лек/	3	2	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5

3.4	Тема 3.2. Экономика и управление в сферах здравоохранения и образования. Государственные услуги. Формирование предпринимательской среды в здравоохранении; медицинское страхование как средство реформирования отрасли; обязательное и добровольное медицинское страхование; порядок финансового взаимодействия субъектов в системе обязательного медицинского страхования; бюджетное финансирование здравоохранения; образование как отрасль городского и регионального хозяйства; структура отрасли; экономический эффект образования; финансирование образования; структура расходов на образование; система социальной защиты: минимальный размер оплаты труда; гарантированные пенсионные выплаты, официальный прожиточный минимум /Пр/	3	2	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
3.5	Тема 3.3. Управление сферой туризма и рекреации. Особенности управления предприятиями культурного комплекса: функции и структура туристско-рекреационной сферы; рынок международных туристских услуг; организационные и государственно- правовые основы и формы предпринимательской деятельности в сфере туризма и рекреации; регламентация деятельности на рынке туристско- рекреационных услуг; лицензирование и сертификация; финансирование учреждений культуры: изменения в системе финансирования в период реформ, современные инструменты привлечения инвестиций в развитие учреждений культуры, современные формы реализации культурных мероприятий в крупных городах. /Лек/	3	2	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
3.6	Тема 3.3. Управление сферой туризма и рекреации. Функции и структура туристско-рекреационной сферы; рынок международных туристских услуг; организационные и государственно-правовые основы и формы предпринимательской деятельности в сфере туризма и рекреации; регламентация деятельности на рынке туристско-рекреационных услуг; лицензирование и сертификация; финансирование учреждений культуры. /Пр/	3	2	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
3.7	Подготовка рефератов в MS Office /Ср/	3	38	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
3.8	/Экзамен/	3	36	ПК-3 УК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5

#### 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	Костюченко Т. Н., Ермакова Н. Ю., Орел Ю. В., Вайцеховская С. С., Тельнова Н. Н., Сидорова Д. В., Черемных М. Б.	Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие	Ставрополь: Секвойя, 2017	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=485037">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=485037</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Восколович, Н. А.	Экономика платных услуг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, направлению «экономика», специальности «государственное и муниципальное управление»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/83040.html">http://www.iprbookshop.ru/83040.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

##### 5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Федцов В. Г.	Культура гостинично-туристского сервиса: учеб. пособие для студентов, обучающихся по спец. "Социально-культур. сервис и туризм" и "Сервис"	Ростов н/Д: Феникс, 2008	70
Л2.2	Милл Р. К., Клебче Г. А.	Управление рестораном: учебник	Москва: Юнити, 2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117538">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117538</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Малофеев И. В.	Услуги в системе социального обслуживания: теория и практика: журнал	Москва: Социальное обслуживание, 2013	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436807">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436807</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Поляков, В. А.	Экологический мониторинг туристских продуктов и услуг: учебное пособие	Краснодар: Южный институт менеджмента, 2009	<a href="http://www.iprbookshop.ru/9761.html">http://www.iprbookshop.ru/9761.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5		Профессиональное образование в современном мире: журнал	Новосибирск: СО РАН, 2019	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=563229">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=563229</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

### 5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Консультант +

Гарант

Система профессионального анализа рынков и компаний Спарк-Интерфакс - <http://www.spark-interfax.ru/>

ЦЕНТР РАСКРЫТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ ИНФОРМАЦИИ - <http://www.e-disclosure.ru/>

### 5.4. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office

### 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**  
по дисциплине  
**«Экономика предприятий сферы услуг»**

**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
<i>УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</i>			
УК-4.1. Знать: современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации.	Описание и систематизация современных коммуникативных технологий на государственном и иностранном языках; закономерностей деловой устной и письменной коммуникации.	Соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет;	Опрос (раздел 1-2)), Реферат(темы 1-28), Тесты (1-40) Вопросы к экзамену (1-55)
УК-4.2. Уметь: применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения.	Выступление на конференциях Обсуждение проблемных тем Составление деловых бумаг	Ведет диалог/монолог, соблюдая нормы речевого этикета, используя различные стратегии;	Практические задания (задания 1-10) Типовые задачи (1-25)
УК-4.3. Владеть методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств.	Поддерживает контакты при помощи электронной почты, социальных сетей, мессенджеров на русском и /или иностранных языках	Использует для общения электронную почту (Mail, Gmail, Yandex). социальные сети (VK, Facebookи др.), мессенджеры (Whatsapp, Telegram, Viber и др.)	Практические задания (задания 1-10) Типовые задачи (1-25)
<i>ПК-3: Способен разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности</i>			
ПК-3.1. Знать основные виды оптимизационных задач, задач теории принятия решений, типовые оптимизационные модели, основные методы разработки управленческих решений	Перечислены основные виды оптимизационных задач, задач теории принятия решений Описаны типовые оптимизационные модели Систематизированы основные методы разработки управленческих решений	Приведены примеры основных виды оптимизационных задач, задач теории принятия решений Составлена классификация основных методов разработки управленческих решений	Опрос (раздел 3), Реферат(темы 1-28), Тесты (1-40) Вопросы к экзамену (1-55)
ПК-3.2. Уметь обосновывать выбор вариантов управленческих решений на основе критериев социально-экономической эффективности	Составление альтернативных вариантов решения проблемы	Правильное понимание проблемы ситуации, четкое определение цели и формулировка задач, которые необходимо решить Использование нескольких методов решения, обоснования их (не)применения	Практические задания (задания 1-10) Типовые задачи (1-25)
ПК-3.3. Владеть методами принятия оптимальных управленческих решений	Решение ситуационных задач, моделирующих стандартные или нестандартные ситуации	Принятое решение отвечает требованиям оптимальности (максимизации/ минимизации/ наилучшего приближения/ удовлетворенности и т.д.)	Практические задания (задания 1-10) Типовые задачи (1-25)

**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 для подготовки к экзамену:**

1. Основные подходы к определению содержания понятий «услуга» и «сфера услуг».
2. Место и роль сферы услуг в национальной экономике и общественном разделении труда. Функции сферы услуг.
3. Особенности рынка услуг.
4. Сфера услуг и формирование постиндустриального общества.
5. Факторы развития сферы услуг.
6. Роль деловой коммуникации в деятельности предприятий сферы услуг.
7. Трансформация роли сферы услуг в российской экономике.
8. Структура и особенности развития сферы услуг в развитых странах
9. Структура и особенности развития сферы услуг в России.
10. Состав отраслей сферы услуг.
11. Виды рынков по уровню конкуренции.
12. Внутриотраслевая и межотраслевая конкуренция
13. Гостиничные цепи.
14. Гостиничный продукт и его элементы.
15. Государственное регулирование деятельности предприятий отрасли.
16. Емкость рынка услуг.
17. Идентичные и схожие товары (услуги).
18. Индустрия гостеприимства и ее основные сегменты.
19. Классификация гостиниц в Российской Федерации.
20. Классификация потребителей услуг предприятий сферы обслуживания.
21. Классификация предприятий общественного питания.
22. Классификация предприятий сферы туризма.
23. Классификация средств размещения.
24. Конкурентоспособность услуг и предприятий сферы обслуживания.
25. Конкуренция на рынке услуг предприятий сферы обслуживания.
26. Конъюнктура рынка услуг предприятий сферы обслуживания.
27. Место и роль сферы услуг в экономике.
28. Общественное питание как сегмент индустрии гостеприимства.
29. Особенности турагентской деятельности.
30. Особенности туроператорской деятельности.
31. Предложение и его особенности на рынке услуг предприятий сферы обслуживания.
32. Препятствия для проникновения конкурентов на рынок услуг предприятий сферы обслуживания.
33. Продукт общественного питания и его элементы.
34. Размещение как сегмент индустрии гостеприимства.
35. Рекреация как сегмент индустрии гостеприимства.
36. Ресторанные цепи.
37. Ресурсы предприятий сферы обслуживания.
38. Рынок услуг предприятий сферы обслуживания.
39. Рыночные цены и особенности отраслевого ценообразования.
40. Сегменты рынка услуг.
41. Современное состояние и перспективы развития сферы обслуживания.
42. Социально-экономическое значение сферы обслуживания.
43. Специфические черты услуги как товара.

44. Спрос и его особенности на рынке услуг предприятий сферы обслуживания.
45. Предложение и его особенности на рынке услуг предприятий сферы обслуживания.
46. Транспорт как сегмент индустрии гостеприимства.
47. Туризм и его место в индустрии гостеприимства.
48. Формы общественного разделения труда в сферы обслуживания.
49. Эластичность предложения на рынке услуг предприятий сферы обслуживания.
50. Эластичность спроса на рынке услуг предприятий сферы обслуживания.
51. Эволюция сферы обслуживания.
52. Регулирующая деятельность отраслевых объединений. Особенности развития малых предприятий на рынке услуг.
53. Особенности развития и совершенствования малых предприятий в сфере сервиса и туризма. Сезонность в сфере услуг.
54. Формы государственной поддержки развития малого предпринимательства и их совершенствование.
55. Основные виды предприятий на рынке услуг и их характеристика. Социальная защита предпринимателей и охрана прав потребителей.

*Экзаменационный билет включает 2 теоретических вопроса из представленного перечня и 1 задачу из подраздела «Типовые задачи»*

### **Критерии оценивания**

- 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, задача решена верно;

- 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, задача решена верно;

- 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, задача решена с ошибками;

- 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, задача решена неверно.

### **Тесты**

1. Какие из перечисленных характеристик присущи услугам:

- а) неосязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, несохраняемость
- б) неосязаемость и несохраняемость
- в) неосязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества
- г) здесь нет верного ответа
- д) все ответы верны.

2. Неосязаемость услуг означает, что их невозможно:

- а) увидеть, попробовать
- б) транспортировать, продемонстрировать
- в) хранить, упаковывать
- г) все выше перечисленное
- д) здесь нет правильного ответа.

3. Способ доведения услуги до потребителя — это:

- а) форма обслуживания;
- б) вид услуги;
- в) один из показателей качества обслуживания;
- г) один из показателей качества выполнения услуги;
- д) все перечисленное.

4. Какие из перечисленных форм обслуживания: 1) обслуживание на дому; 2) абонементное обслуживание; 3) обслуживание в стационарных условиях; 4) срочное обслуживание;

5) обмен изделий на заранее отремонтированные — относится к прогрессивным:

а) 1, 2, 3, 4, 5;

б) 1, 2, 4, 5;

в) 2, 3, 4, 5;

г) 1, 2, 4;

д) 3, 4, 5.

6. Режим работы предприятия сферы услуг характеризует:

а) качество выполнения услуги;

б) качество обслуживания клиентов;

в) уровень организации обслуживания клиентов;

г) является одним из технико-экономических показателей деятельности предприятия;

д) все ответы верны.

7. Что из перечисленного: 1) место оказания услуг; 2) срок исполнения заказа; 3) количество оказываемых услуг; 4) способ расчета с клиентами; 5) способ приема заказов — относится к признакам классификации форм обслуживания?

а) 1, 2, 4, 5;

б) 1, 2, 3, 4, 5;

в) 3, 4;

г) 2, 3, 5;

д) 1, 3, 5.

8. Вежливое, внимательное и доброжелательное отношение работников сферы услуг к заказчикам — это:

а) этика обслуживания;

б) эстетика обслуживания;

в) один из элементов организации труда;

г) способ обслуживания клиента;

д) вопрос сформулирован некорректно.

9. Удельный вес заказов, выполненных срочно, в общем количестве заказов характеризует:

а) уровень организации обслуживания клиентов;

б) качество обслуживания клиентов;

в) степень прогрессивности форм обслуживания;

г) качество выполнения услуги;

д) является одним из технико-экономических показателей деятельности предприятия.

10. Совокупность условий, в которых происходит процесс общения работников сферы услуг с потребителями, — это:

а) организация обслуживания;

б) культура обслуживания;

в) этика обслуживания;

г) эстетика обслуживания;

д) процесс оказания услуги.

11. Что из перечисленного: 1) сокращение времени на получение услуг; 2) высокое качество услуг; 3) создание наибольших удобств для потребителя; 4) высокая культура обслуживания — характеризует прогрессивность формы обслуживания:

а) 1, 2, 3, 4;

б) 1, 2, 3;

в) 1, 3;

г) 1, 3, 4;

д) 1, 4.

12. Реклама выполняет функцию:

в) воспитательную;

г) все вышеперечисленные;

д) реклама никаких функций не выполняет.

13. Благоприятная обстановка и комфорт, создаваемые заказчику при получении услуги, способствующие улучшению настроения человека и оставляющие хорошее впечатление от посещения предприятия, — это:

а) организация обслуживания;

б) культура обслуживания;

в) этика обслуживания;

г) эстетика обслуживания;

д) процесс оказания услуги

14. Информационная выразительность, рациональность формы, целостность композиции, совершенство исполнения, стабильность товарного вида — это характеристики показателей качества:

- а) эргономических;
- б) эстетических;
- в) эстетических и эргономических;
- г) показателей назначения;
- д) нет верного ответа.

15. Степень соответствия изготовленного или отремонтированного изделия действующей нормативно-технической документации и индивидуальным запросам клиентов, согласованным при приеме заказа, — это:

- а) качество бытовой услуги;
- б) качество бытового обслуживания;
- в) качество выполнения услуги;
- г) качество обслуживания клиента;
- д) качество технологии выполнения работ.

16. Качество применяемых материалов является фактором, формирующим:

- а) качество бытовой услуги;
- б) качество бытового обслуживания;
- в) качество выполнения услуги;
- г) качество обслуживания клиентов;
- д) качество технологии выполнения работ.

17. Профессионально-квалификационный уровень персонала является фактором, формирующим:

- а) качество бытовой услуги;
- б) качество бытового обслуживания;
- в) качество выполнения услуги;
- г) качество обслуживания клиента;
- д) качество технологии выполнения работ.

18. Качество труда включает характеристики:

- а) содержание и сложность труда;
- б) условия труда;
- в) интенсивность труда;
- г) качество выполнения конкретной работы;
- д) все вышеперечисленное.

19. Качество продукции формируется:

- а) на допроизводственной стадии — в процессе проектирования продукции и услуг;
- б) стадии производства продукции;
- в) стадии реализации продукции;
- г) стадии эксплуатации продукции;
- д) допроизводственной стадии, в процессе производства.

20. Качественные характеристики продукции подтверждаются:

- а) на допроизводственной стадии;
- б) стадии производства продукции;
- в) стадии реализации продукции, стадии эксплуатации продукции;
- г) стадии эксплуатации;
- д) всех перечисленных стадиях.

21. Что из перечисленного наиболее полно характеризует систему управления качеством: 1) оценка качества; 2) контроль качества; 3) планирование качества; 4) обеспечение качества; 5) анализ и регулирование качества; 6) стимулирование качества; 7) информация о качестве; 8) стандартизация и сертификация?

- а) 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8;
- б) 2, 3, 4, 6;
- в) 2, 3, 4, 5, 6;
- г) 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7;
- д) 2, 3, 5, 6, 7.

22. По месту осуществления контрольных операций можно выделить следующие формы организации контроля:

- а) систематический и периодический;
- б) пооперационный и межоперационный;
- в) стационарный и летучий;
- г) сплошной и выборочный;
- д) все перечисленные.

23. По количеству охватываемых контролем операций можно выделить следующие формы организации контроля:

- а) пооперационный и межоперационный;
- б) предварительный и финишный;
- в) сплошной и выборочный;
- г) систематический и периодический;
- д) предварительный и предупредительный.

24. По методам осуществления контрольных операций различают контроль:

- а) сплошной и выборочный;
- б) аналитический и автоматический;
- в) предварительный и финишный;
- г) визуальный и предварительный;
- д) нет верного ответа.

25. Основы организации заработной платы на предприятиях сферы сервиса

1. Из перечисленных элементов: 1) тарифная система; 2) нормирование труда; 3) формы и системы оплаты труда; 4) поощрительные системы; 5) должностные оклады — организация заработной платы включает:

- а) 1, 2, 3, 4;
- б) 1, 3, 4, 5;
- в) 2, 3, 4, 5;
- г) 1, 2, 4, 5;
- д) 3, 4, 5.

26. Из перечисленных элементов: 1) тарифная ставка; 2) расценка; 3) тарифная сетка; 4) районные коэффициенты к оплате труда; 5) квалификационные справочники служащих; 6) перечень надбавок к заработной плате; 7) ЕТКС, — тарифная система включает:

- а) 1, 2, 4, 5, 7;
- б) 1, 3, 4, 5, 7;
- в) 1, 2, 5, 6, 7;
- г) 2, 3, 4, 5, 7;
- д) 1, 2, 3, 4.

27. Тарифная ставка показывает:

- а) уровень оплаты труда за единицу продукции;
- б) уровень оплаты труда за единицу времени;
- в) размер заработной платы данного работника;
- г) минимальную заработную плату данного работника;
- д) среднюю заработную плату работников отрасли.

28. Тарифный коэффициент показывает:

- а) соотношения в уровнях оплаты труда;
- б) соотношения в уровнях квалификации;
- в) соотношения в сложности работы;
- г) значимость данного вида труда;
- д) все ответы верны.

29. Разряд рабочего показывает:

- а) уровень его квалификации;
- б) сложность выполняемых работ;
- в) уровень квалификации рабочих и сложность выполняемых работ;
- г) значимость данной профессии;
- д) все ответы неверны.

30. Из перечисленных надбавок: 1) оплата за работу во вредных и тяжелых условиях труда; 2) оплата за работу в сверхурочное время; 3) доплата за совмещение профессий; 4) выплаты за выполнение текущей работы; 5) оплата за работу в ночное время — компенсирующими являются:

- а) 1, 2, 4;
- б) 1, 3, 4;
- в) 2, 3, 5;
- г) 3, 4, 5;
- д) нет верного ответа.

31. Расценка показывает:

- а) уровень оплаты за единицу времени;
- б) уровень оплаты за единицу продукции (операцию);
- в) месячный заработок рабочего;
- г) уровень оплаты на одного работника;
- д) все ответы неверны.

32. Оплата труда в процентах от выручки является:

- а) системой повременной оплаты труда;
- б) системой сдельной оплаты;

- в) смешанной формой оплаты труда;
- г) является самостоятельной формой оплаты труда;
- д) нет такого варианта оплаты труда.

33. Формы и системы оплаты труда устанавливаются

- а) на государственном уровне;
- б) на отраслевом уровне;
- в) самим предприятием;
- г) по согласованию с местными органами власти;
- д) ни один ответ не является полным.

34. Комиссионная оплата — это:

- а) разновидность сдельной формы;
- б) разновидность повременной формы;
- в) смешанная форма оплаты;
- г) самостоятельная форма оплаты труда;
- д) все ответы неверны.

35. “Бестарифная система” оплаты — это:

- а) вариант индивидуальной сдельной оплаты труда;
- б) вариант коллективной сдельной оплаты труда;
- в) любой вариант оплаты без применения элементов тарифной системы;
- г) вариант коллективной повременной оплаты труда;
- д) все ответы неверны.

36. Коэффициент трудовой стоимости рассчитывается на основе:

- а) фонда заработной платы коллектива за последние 3–6 мес.;
- б) фонда заработной платы коллектива за год;
- в) фонда заработной платы за предыдущий месяц;
- г) все вышеперечисленные варианты расчета пригодны;
- д) все ответы неверны.

37. Разряды работ и рабочих можно определить:

- а) по данным их работ и профессий рабочих;
- б) по данным схемы разделения труда;
- в) по уровню образования и стажу работы;
- г) в зависимости от вида выполняемых работ;
- д) в зависимости от вида производимой продукции.

38. Из перечисленных вариантов: 1) заработная плата рабочему выплачивается по сдельным расценкам плюс премия; 2) заработная плата рабочему выплачивается в процентах от выручки плюс премия; 3) заработная плата рабочему установлена в виде оклада плюс % от объема продаж; 4) заработная плата установлена в виде оклада плюс надбавка за профессиональное мастерство — смешанной формой оплаты труда является:

- а) 1;
- б) 2;
- в) 3;
- г) 4;
- д) 3, 4.

39. Премия — это:

- а) стимулирующая надбавка к заработной плате;
- б) компенсирующая надбавка к заработной плате;
- в) переменная часть заработной платы, поощряющая более высокие результаты труда;
- г) постоянная часть заработной платы, поощряющая более высокие результаты труда;
- д) нет верного ответа.

40. Мотивация – это:

- а) состояние личности, обуславливаемое набором внутренних и внешних факторов и определяющее степень активности и направленности действий человека в конкретной ситуации;
- б) связанное с удовлетворением определенных потребностей побуждение к деятельности
- в) испытываемая человеком нужда в определенных условиях жизни и развития

**Критерии оценки: максимум 20 баллов**

18-20 баллов– если правильных ответов больше 84%

14-17 баллов– если правильных ответов 67-83%

10-13 баллов если правильных ответов 50-66%

0-9 баллов если правильных ответов меньше 50%

## **Раздел 1. Теоретические основы управления предприятиями сферы услуг.**

1. Для чего нужна классификация предприятий отрасли.
2. Приведите статистические данные, характеризующие структуру современной российской экономики.
3. Какие показатели могут использоваться для количественной характеристики экономической эффективности межотраслевого разделения труда.
4. Какое значение играет сфера услуг в современном обществе.
5. Перечислите отрасли, составляющие индустрию гостеприимства, и расскажите о взаимозависимости этих отраслей.
6. Приведите статистические данные, характеризующие структуру отраслей – общественного питания, гостиничного бизнеса, туризма.
7. Назовите наиболее известные отечественные и международные цепи, действующие в ресторано-гостиничном бизнесе.
8. Назовите виды туризма, относящиеся к области международной торговли услугами.
9. В чем состоит экономический и социальный эффект от деятельности предприятий сферы услуг.
10. Назовите общее и отличное в классификации предприятий общественного питания в России и за рубежом.
11. Опишите действующий порядок классификации гостиницы в Российской Федерации.
12. Чем отличаются туроператорская и турагентская деятельность.
13. Назовите приоритетные направления внедрения достижений научно-технического прогресса, которые могут обеспечить качественный рост отрасли.
14. Как будет изменяться доля иностранных компаний в отрасли и как это может повлиять на деятельность отечественных предприятий.
15. Назовите основные этапы разработки прогнозов развития отрасли.
16. Какие программные средства можно использовать для разработки отраслевых прогнозов.
17. Межкультурные различия в деловой коммуникации в сфере услуг
18. Национальный этикет делового общения в различных секторах сферы услуг.

## **Раздел 2. Управление предприятиями и организациями сферы услуг (микро-уровень).**

1. Каким образом теория спроса и предложения может быть использована предприятиями отрасли.
2. С какими проблемами сталкивается рыночная экономика и какие средства используются для решения этих проблем на уровне государства.
3. Как соотносятся объем реализации (товарооборот) отрасли и емкость отраслевого рынка.
4. Назовите организации, на регулярной основе осуществляющие исследования отраслевой конъюнктуры.
5. Какие показатели используются для количественной характеристики сезонности спроса в отрасли.
6. Для чего может использоваться в отрасли коэффициент перекрестной эластичности.
7. С обслуживанием каких категорий клиентов связаны ближайшие перспективы развития отрасли.
8. Назовите особенности потребительского поведения среднего класса.
9. Чем отличаются эластичность предложения по цене от эластичности спроса по цене.
10. Объясните суть понятий «экономические издержки» и «экономическая прибыль».
11. Каким образом следует учитывать особенности отраслевого предложения в деятельности по управлению предприятием.
12. Назовите основные этапы и методы планирования объема деятельности (товарооборота) предприятия отрасли
13. Назовите суть и перечислите возможности применения в отрасли ценовой дискриминации.
14. Укажите средние значения: наценки общественного питания; цены гостиничного номера; комиссии туристского предприятия.
15. Для чего нужна и как осуществляется процедура дефляции.
16. Перечислите основные методы установления цен на услуги предприятий отрасли.
17. Раскройте суть понятий «взаимозаменяемые товары» и «взаимодополняющие товары».
18. К какому типу рынка относится отраслевой рынок.



19. Что определяет конкурентоспособность предприятия.
20. Чем может обернуться для предприятия использование методов недобросовестной конкуренции.
21. Что входит в понятие «туристские ресурсы».
22. Каким образом следует набирать сотрудников для предприятия отрасли.
23. Как повысить эффективность использования информационных ресурсов.
24. Назовите общее и отличное в понятиях: «материальные ресурсы»; «основные фонды»; «производственные мощности».

### Раздел 3. Система государственного управления развитием отраслей сферы услуг (на муниципальном и региональном уровнях).

1. Перечислите основные нормативные акты, регламентирующие деятельность предприятий отрасли.
2. Назовите отечественные и международные отраслевые объединения (организации).
3. Приведите примеры государственных (региональных) программ развития отрасли.
4. Укажите цели разработки этического кодекса профессиональной деятельности.

#### Критерии оценки:

**Максимум 20 баллов за 10 ответов.**

**18-20 баллов** – если студент свободно владеет терминологией, демонстрирует прекрасное знание предмета, соединяя при ответе знания из разных разделов дисциплины, добавляя комментарии, пояснения, может быстро и безошибочно проиллюстрировать ответ собственными примерами. Владеет аргументацией, грамотной, доступной и понятной речью.

**14-17 баллов** – если студент владеет терминологией, делая ошибки, при неверном употреблении сам может их исправить, хорошо владеет содержанием изучаемой темы, видит взаимосвязи, может провести анализ, но не всегда делает это самостоятельно без помощи преподавателя, может подобрать соответствующие примеры, чаще из имеющихся в учебных материалах. Хорошая аргументация, четкость, лаконичность ответов.

**10-13 баллов** – если студент редко использует при ответе термины, подменяет одни понятия другими, не всегда понимая разницы, отвечает на конкретный вопрос, соединяя знания только при наводящих вопросах преподавателя, с трудом может соотнести теорию и практические примеры из учебных материалов; примеры не всегда правильные. Слабая аргументация, нарушена логика при ответе, однообразные формы изложения мыслей.

**0-9 баллов** – если при ответе студент не владеет профессиональной терминологией. Неуверенное и логически непоследовательно излагает материал. обнаруживает пробелы в знаниях основного учебного материала, не может привести примеры из учебной литературы, затрудняется с ответом на поставленные преподавателем вопросы

#### Темы рефератов

1. Место и роль сферы услуг в экономике и общественном разделении труда.
2. Специфика, функции и место предприятий сферы услуг в системе городского (регионального) хозяйства.
3. Сфера услуг и формирование постиндустриального общества.
4. Трансформация роли предприятий сферы услуг в российской экономике.
5. Структура и особенности развития предприятий сферы услуг в развитых странах (на примере конкретной отрасли).
6. Структура и особенности развития сферы услуг в России.
7. Состав отраслей сферы услуг.
8. Типы международной конкуренции в сфере услуг.
9. Национальные (региональные) конкурентные преимущества в сфере услуг.
10. Основные методологические подходы к прогнозированию спроса на продукцию отраслей сферы услуг (на примере предприятий конкретной отрасли сферы услуг).
11. Совершенствование государственного управления сферой жилищно-коммунального хозяйства в системе городского (регионального) хозяйства.
12. Проблемы регулирования тарифов на жилищно-коммунальные услуги.
13. Перспективы развития конкуренции в сфере предоставления жилищно-коммунальных услуг.
14. Формирование предпринимательской среды в здравоохранении.
15. Медицинское страхование как средство реформирования отрасли.
16. Экономический эффект образования.
17. Совершенствование экономической поддержки социальной защиты населения.
18. Экономический механизм социального обслуживания населения.
19. Функции и структура туристско-рекреационной сферы.
20. Регламентация деятельности на рынке туристско-рекреационных услуг. Лицензирование и сертификация.
21. Совершенствование системы финансирования учреждений культуры.

22. Понятие и структура международного рынка услуг. Специфические особенности международной торговли услугами.
23. Особенности регулирования международного рынка услуг.
24. Взаимосвязь интернет с развитием сферы услуг.
25. Международный рынок технологий.
26. Международный туризм.
27. Особенности развития малых предприятий на рынке услуг.
28. Основные виды предприятий на рынке услуг и их характеристика. Социальная защита предпринимателей и охрана прав потребителей.

#### **Критерии оценки:**

Максимум 20 баллов. Студент должен подготовить один реферат.

**18-20 баллов** - если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

**14-17 баллов** – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

**10-13 баллов**– имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

**0-9 баллов** – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, а также в том случае, если реферат студентом не представлен.

### **Практические задания по разделу 1 «Теоретические основы управления предприятиями сферы услуг»**

1. Распределите ниженазванные сектора/отрасли сферы услуг по типам услуг в соответствие с матрицей «Природа предоставления услуги»:

- здравоохранение;
- образование;
- служба такси;
- грузоперевозки;
- розничная торговля продуктами питания;
- ЖКХ;
- театры, кино.

В чем состоит специфика оказания услуг данными секторами в связи с принадлежностью к указанному типу услуг?

2. Определите, к какому типу услуг - «чистым», «смешанным» или «квази-производственным» относятся следующие отрасли услуг:

- здравоохранение;
- образование;
- служба такси;
- грузоперевозки;
- розничная торговля продуктами питания;
- ЖКХ;
- театры, кино.

В чем состоит специфика оказания услуг данными секторами в связи с принадлежностью к указанному типу услуг?

3. Рассмотрите организацию коммуникативного пространства как основу эффективности и жизнеспособности организации сферы услуг на примере гостиницы, поликлиники, кафе, турфирмы.

4. В литературе встречаются понятия социально-культурная сфера, социальная сфера, сфера обслуживания, нематериальное производство, духовное производство. Выявите их отличие (или идентичность, с понятием «сфера услуг»). Аргументируйте свое мнение.

5. Выполните рисунок (на 1 листе формата А4), на котором в наглядной схематической форме будут отображены: отраслевой состав индустрии питания, гостеприимства и туризма, а также взаимосвязи и пересечения отраслей.

## **Практические задания по разделу 2 «Управление предприятиями и организациями сферы услуг (микро-уровень)»**

6. Разработайте план проведения исследования отраслевого рынка. Цель исследования – определение привлекательных сегментов клиентского рынка на ближайшие годы. Проанализируйте наличие доступных источников информации. Какие разделы и вопросы может содержать анкета социологического опроса клиентов предприятия отрасли. Обоснуйте выбор методов исследования.

7. Разработайте предложения по сегментированию предприятий отрасли. Выделите сегменты, на которых имеются конкуренты предприятий отрасли. Определите показатели, которые могут быть использованы для SWOT-анализа.

8. В сети Internet изучить сайты компаний, сделать анализ сайтов, выработать предложения по созданию сайта. Необходимо выбрать одно из нижеуказанных направлений, найти 3 сайта по этому направлению и сделать анализ этих сайтов:

- Турагентство
- Ресторан
- Интернет-ресторан
- Предприятие сервисного и гарантийного обслуживания
- Интернет-магазин
- Санаторий
- Гостиница
- База отдыха
- Интернет-портал для бронирования мест в гостиницах.

Последовательность представления анализа сайта:

1. Internet-адрес сайта
2. Название компании
3. Копия экрана главной страницы (выполняется клавишей PrintScreen)
4. Описать структуру сайта, перечислить его разделы.
5. Перечислить предлагаемые услуги и сервис.
6. Проанализировать характеристики удобства работы пользователей («юзабилити»). Организация поиска требуемой информации, получение дополнительных данных, удобство выбора товаров и услуг, полнота представления информации по каждому объекту, дизайн сайта.
7. Описать средства обратной связи.
8. Найти в Интернете упоминания сайта и компании (баннеры, рекламные объявления и т.д.), описать средства рекламы, если есть – привести копии баннеров и т.д.
9. Завершить анализ всех 5-ти сайтов написанием выводов и рекомендаций.
10. Сдать работу в электронном и распечатанном виде.

## **Практические задания по разделу 3 «Система государственного управления развитием отраслей сферы услуг (на муниципальном и региональном уровнях)»**

9. Используя справочные правовые системы («Консультант Плюс» и т.п.), сформируйте перечень официальных документов, в которых содержатся нормы, регламентирующие деятельность предприятий отрасли.

10. Используя статистические данные <https://rostov.gks.ru/folder/30195> или по данным муниципальных образований ЮФО или СКФО <https://gks.ru/dbscripts/munst/munst.htm>, оформите аналитическую таблицу (на 1 листе формата А4) с основными показателями уровня и динамики развития отрасли сферы услуг на выбор. Сравните отраслевые показатели с показателями развития национальной экономики <https://rosstat.gov.ru/compendium>. Проиллюстрируйте результаты расчетов графиками. Сформулируйте краткие выводы по результатам анализа. Период охвата значений показателей и уровень детализации информации и, представляемой в таблицах и диаграммах, определяется студентом самостоятельно. Таблицы и диаграммы должны быть прокомментированы с выделением основных негативных и позитивных тенденций, иметь ссылки на первоисточники.

Для анализа можно взять следующие отрасли:

- а. Жилищное хозяйство
- б. Коммунальная сфера
- в. здравоохранение
- г. Социальное обслуживание населения
- д. Образование
- е. Спорт
- ж. Организация отдыха, развлечений и культуры
- з. Розничная торговля и общественное питание
- и. Почтовая и телефонная связь
- к. Бытовое обслуживание населения
- л. Коллективные средства размещения
- м. Муниципальные услуги

**Критерии оценки:**

**Максимум 20 баллов за одно задание. Студенту необходимо выполнить одно практическое задание.**

**18-20 баллов** - если выполнены все требования к написанию и защите практического задания: составлены все необходимые таблицы и диаграммы, статистические данные систематизированы и полно представлены за требуемый период, прокомментированы и даны все ответы на поставленные в заданиях вопросы; соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

**14-17 балла** – основные требования к практическому заданию и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём работы; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

**10-13 баллов** – имеются существенные отступления от требований к написанию практического задания. В частности: показатели отражены лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании работы или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствуют выводы и рекомендации по решению выявленных проблем развития региона.

**0-9 баллов** – содержание практического задания не полное, отсутствуют одно или несколько заданий; обнаруживается существенное непонимание проблемы; а также в том случае, если практическое задание студентом не представлено.

**Типовые задачи**

Задача 1. Распределите пропорционально постоянные затраты за плановый период деятельности туроператора при условии, что:

Тур	Переменные затраты, руб.	Объем продаж, путевок
№1	20 000	100
№2	70 000	40
№3	50 000	20
№4	30 000	50

Плановый годовой объем постоянных затрат составляет 1 000 000 руб.

Задача 2. Определите суммы оплаты труда администратора гостиницы к начислению и к получению за март 2015 г. при условии, что им отработано 10 смен, продолжительность каждой смены 12 часов. Условия оплаты: повременно-премиальная оплата, оклад согласно штатному расписанию составляет 20 000 руб., доплата за стаж работы 15%, при оплате учитываются дальневосточный коэффициент и надбавка. Общий премиальный фонд гостиницы за месяц составляет 400 000 руб., из которого на долю администратора (личный вклад в результаты гостиницы) приходится 10%. Рассчитайте общие затраты на оплату труда администратора с учетом оплаты страховых взносов.

Задача 3. Предложите политику ценообразования для туристской фирмы, если:

- темпы развития отраслевого рынка снижаются;
- существуют определенные барьеры входа на рынок;
- тип конкуренции – несовершенная конкуренция;
- высокая эластичность спроса на туруслуги;
- доля рынка услуг фирмы 10%;
- продажи на рынке подвержены сезонным колебаниям;
- себестоимость услуг на 60% зависит от уровня цен поставщиков услуг.

Задача 4 Сформируйте план товарных запасов в ресторане, если стоимость используемого сырья в день 20 тыс. руб, частота поставки 5 дней, время нахождения товара в пути 1 день, выставочный запас в баре 40 тыс. руб. Определите объем пополнения товарных запасов, средний совокупный товарный запас. Как изменится товарный запас, если срок использования 20% сырья составит 2 дня?

Задача 5 Туристская фирма специализируется на реализации услуг въездного туризма. Предприятие находится на общей системе налогообложения. Как изменится рентабельность продаж услуг туристской

фирмы, если средняя цена за одну путевку возрастет на 10%, число проданных путевок снизится до 200 единиц, себестоимость останется неизменной. Исходные данные: количество реализованных путевок в предшествующем периоде 230 ед., средняя цена одной путевки 12 500 руб., полная себестоимость тура 8800 руб.

Задача 6 Руководство кафе решило провести рекламную кампанию по продвижению дополнительных услуг кейтеринга. По расчетам эта услуга позволит увеличить дополнительно продажи на 20%, но приведет к росту средних издержек на 12%. Существующий объем продаж в кафе – 3000 блюд в день. Средняя цена одного блюда – 200 руб. Средние издержки – 150 руб. Определите предполагаемые изменения выручки, издержек, валовой прибыли. Имеет ли смысл нести дополнительные расходы по рекламной кампании?

Задача 7 Объем реализации продукции и услуг закусочной в отчетном году составил 9546 тыс. руб. и снизился по сравнению с предыдущим годом на 848 тыс. руб. Рассчитайте показатели эффективности использования основных фондов, если их среднегодовая стоимость в отчетном году составила 4829 тыс. руб. и увеличилась на 155,7 тыс. руб. по сравнению с предыдущим годом, а среднесписочная численность работников составила 57 и 63 человека соответственно. Какова производительность труда на предприятии? Определите взаимосвязь фондовооруженности и производительности труда.

Задача 8 Рассчитайте показатели оборачиваемости оборотных средств гостиницы, если объем реализации продукции и услуг в отчетном году составил 77 480 тыс. руб. и увеличился по сравнению с предыдущим годом на 6230 тыс. руб., а среднегодовая стоимость оборотных средств составила 25 440 тыс. руб. и снизилась на 9000 тыс. руб. по сравнению с предыдущим годом.

Задача 9 Рассчитайте порог рентабельности и запас финансовой устойчивости туристского предприятия, если выручка от реализации туров составила 14 202 тыс. руб., полная себестоимость реализованных услуг 13 453 тыс. руб., сумма переменных затрат 41 13 тыс. руб., сумма постоянных затрат 9340 тыс. руб.

Задача 10 Рассчитайте средний размер скидки номеров категории «Люкс» за март при условии, что 10 номеров/дней было продано по акции «Семейные ценности» – скидка 20%, 9 номеров/дней было продано по туристским бонусам «Voyage+» – скидка 10% и 4 номера/дня было продано по преysкурантной стоимости 6000 руб.

Задача 11 Составьте план реализации продукции предприятия питания на текущий год с разбивкой по кварталам. Исходные данные:

- 1) на текущий год намечен прирост объема реализации в стоимостном выражении на 15%;
- 2) ресторанный бизнес имеет сезонный характер. Данные по предыдущим годам представлены в таблице (тыс. руб.).

Периоды	Реализация продукции общественного питания		
	1 год	2 год	3 год
Год	18 900	19 600	13 900
I квартал	2600	3200	2200
II квартал	5000	4900	3000
III квартал	4800	5600	4300
IV квартал	6500	5900	4400

Задача 12 Выручка от реализации продукции и услуг гостиничного предприятия за отчетный период снизилась с 37 399 тыс. руб. до 34 505 тыс. руб. при уменьшении количества проданных номеров/дней с 25 047 до 19 674. Среднесписочная численность персонала в гостинице за этот же период увеличилась с 69 до 72 человек. Рассчитайте комплексный показатель динамики эффективности труда на предприятии.

Задача 13 Данные спроса на услуги ресторана характеризуются следующими показателями:

Цена посещения, руб.	Количество посещений в день, ед.
800	130
700	160
600	180
500	200

Начертите кривые спроса и кривую объема продаж. Определите оптимальную цену посещения ресторана. При какой величине коэффициент ценовой эластичности спроса больше 1? Что это значит?

Задача 14 В гостинице используется метод потребительской оценки. Цены зависят от сезонности гостиничного бизнеса. В зависимости от спроса на гостиничные услуги выделяют три сезона:

- низкий (05 января – 15 апреля),
- средний (15 апреля – 15 июня; 1 ноября – 15 декабря),
- высокий (15 июня – 1 ноября; 15 декабря – 5 января).

Определите цену за номер в каждом сезоне, если цена за номер в сезон низкого спроса составляет 3000 руб. с учетом завтрака. Цена за номер при переходе от сезона к сезону увеличивается на 12%, стоимость завтрака составляет 10% от цены за номер. Стоимость завтрака в течение года не изменялась.

Задача 15 Гостиница имеет площадь 8000 кв. м, номерной фонд – 110 номеров, средняя площадь номера – 18 кв.м. Потенциальный среднегодовой доход от номера составляет 720 000 руб. Определите размер упущенной выгоды от продажи номерного фонда за год функционирования, если в международной практике проектная площадь номерного фонда такой гостиницы составляет до 80% от общей площади.

Задача 16 Текущее положение турфирмы характеризуется следующими данными: доля рынка – 12%; объем продаж (количество туристов) – 5000; объем реализации услуг (тыс. руб.) – 21 000; издержки на единицу (руб.) – 3950. Для увеличения доли фирмы на рынке до 15% необходимы дополнительные маркетинговые затраты в размере 1100 тыс. руб. Определите, имеет ли смысл осваивать маркетинговые затраты для достижения новой доли рынка.

Задача 17 Общий объем продаж в транзитной гостинице составляет 20 000 номеров в год, цена размещения – 1200 руб., средние затраты на ед. услуги размещения – 900 руб. Маркетинговый отдел гостиницы предложил в качестве дополнительной услуги организовать услуги няни. По расчетам эта услуга позволит увеличить количество размещенных лиц на 10%, но приведет к росту издержек на каждый заказ на 240 руб., цена одного часа – 300 руб., оплата услуг няни – 200 руб. Определить предполагаемые изменения выручки, затрат, прибыли. Имеет ли смысл нести дополнительные расходы по организации услуг няни?

Задача 18 Определите оптимальный объект налогообложения для малого предприятия в сфере гостиничного бизнеса. Отель находится на упрощенной системе налогообложения. Исходные данные: выручка от реализации услуг 17 000 тыс. руб., производственная себестоимость реализованных услуг 11 200 тыс. руб., коммерческие расходы 500 тыс. руб., управленческие расходы 1300 тыс. руб.

Задача 19 Определите коэффициент загрузки гостиницы за март месяц. Исходные данные:

Категория номера	Количество номеров	Кол-во номеров выведенных из продажи (номер/ дни)	Кол-во проданных номеров (номер/ дни)
Одноместный	10	4	140
Двухместный	10	0	110
Люкс	5	2	40

Задача 20 Предприятие планирует строительство гостиницы общей площадью 1200 м<sup>2</sup>. Определите проектную стоимость строительства, если известно, что на один номер приходится 30 м<sup>2</sup> общей площади при общем количестве 30 номеров. Затраты определяются из расчета 1200 тыс. руб. на единицу номерного фонда. Площадь, необходимая под организацию конференц-зала, составляет 20% от жилого фонда, затраты на строительство 7000 руб. на 1 м<sup>2</sup>. Затраты на освоение остальной площади составляют 5000 руб. на 1 м<sup>2</sup>.

Задача 21 Рассчитайте начисленную заработную плату горничной за март текущего года в зависимости от производительности труда. Определите форму и систему оплаты труда. Нормативная производительность труда (выработка) – уборка 12 номеров в день. Тариф за уборку одного номера 40 руб. Дальневосточная и районная надбавки составляют 50%. Премия за перевыполнение установленных нормативов – 20% за один номер. Фактически отработано 25 рабочих дней. Фактическая производительность труда ежедневно соответствовала нормативной.

Задача 22 Рассчитайте чистую прибыль малого отеля. Исходные данные: выручка от реализации услуг (без НДС) 64 000 тыс. руб., производственная себестоимость продукции 45 000 тыс. руб., коммерческие расходы 800 тыс. руб., управленческие расходы 3000 тыс. руб. Для справки: в уставном капитале гостиничного предприятия доля иностранного участника составляет 35%.

Задача 23 Рассчитайте критический объем реализации (точку безубыточности) гостиницы. Исходные данные:

Показатели	Единица измерения	Характеристика
Переменные затраты	руб.	4 560 000
Постоянные затраты	руб.	1 800 000
Цена за номер	руб.	2500
Объем реализации	номеров/дней	3000

Задача 24 Рассчитайте доходность с одного номера (Revenue per available room per day) категории «Люкс» за февраль при условии, что 5 номеров/дней было продано по акции «Подарок молодоженам» – 50% скидка, 7 номеров/дней было продано по карточкам постоянного гостя (размер скидки 20%) и 4 номера/дня было продано по прејскурантной стоимости 7000 руб. Всего в гостинице 3 номера данной категории.

Задача 25 Используя нелинейный способ амортизации (метод суммы чисел срока полезного использования), рассчитайте начисление амортизации на оборудование прачечной при гостинице за первый год использования оборудования. Стоимость оборудования составляет 1 600 000 рублей. Срок использования оборудования – 8 лет.

**Критерии оценки: максимум 20 баллов за все решенные задачи.**

18-20 баллов - Оценка «отлично» выставляется, если студент решил все рекомендованные задачи, правильно изложил все варианты их решения, аргументировал их.

14-17 балла - Оценка «хорошо» выставляется, если студент решил не менее 84% рекомендованных задач, правильно изложил все варианты решения, аргументировал их.

10-13 баллов - Оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент решил не менее 50% рекомендованных задач, правильно изложил все варианты их решения, аргументировал их.

1-9 баллов - Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент выполнил менее 50% рекомендованных задач, и/или неверно указал варианты решения.

0 баллов – если решение отсутствует

### **3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.**

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 билете – 3, два теоретических и одна задача, выбираемая случайным образом из списка в п.2 данного приложения. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в электронную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Экономика предприятий сферы услуг»

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются общие вопросы экономики предприятий сферы услуг, которые влияют на принятие управленческих решений и правильное их использование в конкретных ситуациях разработки и реализации стратегий развития сферы услуг, основные источники информации по данной тематике, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки принятия обоснованных организационно-управленческих решений в области экономики предприятий сферы услуг.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и 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 рекомендации по написанию рефератов, требования к оформлению**

Реферат является самостоятельным кратким изложением первичного материала, который подвергается автором реферата глубокому изучению, систематизации и осмыслению. Реферат должен отражать основные идеи реферируемых работ и отношение к ним автора реферата.

Каждым студентом выполняется один реферат по выбранной им теме из списка, размещенного выше. Для успешного выполнения этого задания необходимо изучить имеющуюся учебно-методическую литературу по курсу, статьи в периодических изданиях. Использование первоисточников работ ученых, работавших в области тематики реферата, авторов идей (монографии статьи) является обязательным.

#### *Общие требования к оформлению реферата.*

Реферат оформляется в соответствии с действующим ГОСТом 7.32-2001 (раздел 6 «Правила оформления отчета») или на основании требований ОСТА 29.115-88 «Оригиналы авторские и текстовые издательские. Общие технические требования», с которыми можно ознакомиться в правовых системах КонсультантПлюс или Гарант, а также в сети Интернет.

Объем реферата 10-20 стр.

Содержание работы должно включать:

- 1) введение, в котором ставится цель и задачи написания реферата;
- 2) основную часть, в которой раскрывается цель, и решаются задачи работы (она должна иметь четкую структуру, быть логически последовательной, содержать ссылки на первоисточники



информации и раскрывать основные содержательные элементы реферируемых материалов) (как правило, две-три главы);

3) заключение, где подводятся основные итоги написания реферата (особое внимание здесь следует уделить собственной оценке реферируемого материала с отражением его актуальности, современного значения и возможностей применения его идей в современной экономике и своей практической деятельности);

4) список использованных источников (от одного до 3-4 первоисточников);

5) содержание с расстановкой страниц. Пункт 4 и 5 содержания реферата можно объединить на одной странице. Общий объем реферата должен составлять не менее 8 и не более 10 страниц (включая титульный лист и лист с использованными источниками и содержанием).

Текст печатается на одной стороне стандартного листа бумаги формата А4.

Междустрочный интервал – 1,5.

Шрифт 14 Times New Roman. Таблицы оформляются 12 шрифтом.

Поля реферата: верхнее, нижнее – 20 мм; левое – 25 мм; правое – 10 мм.

Абзацный отступ по всему тексту устанавливается равным 1,25 см или 1,27 см.

Страницы реферата следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц отчета. Номер страницы на титульном листе не проставляют. Номер страницы проставляют в правой верхней части листа без точки.

Иллюстрации (графики, схемы, диаграммы) следует располагать в реферате непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Иллюстрации следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. На все иллюстрации должны быть даны ссылки.

В тексте реферата обязательно должны присутствовать ссылки на источники. Любая идея, положение или вывод реферируемого материала, иллюстрируемые или описываемые в реферате должны содержать соответствующую ссылку на первоисточник. При перенесении текста из первоисточника без авторской переработки (цитирование), необходимо по мимо ссылки использовать кавычки.

Ссылки на использованные источники следует приводить:

- либо в квадратных скобках, указывая порядковый номер источника, указанный в «Списке использованной литературы» с указанием страницы источника;

- либо подстрочно с указанием автора работы, ее названия, места и года издания, номера страницы, на которую делается ссылка.

Все сноски и подстрочные примечания печатаются только на той странице, к которой они относятся.

Заключение должно быть полностью самостоятельной частью работы, прямое перенесение текста других авторов здесь запрещено. Заключение должно содержать:

а) основные положения и выводы из обзора прочитанных материалов;

б) взгляды автора реферата на актуальность и значение реферируемого материала для современных экономических отношений.