

Документ подписан Министерством науки и высшего образования Российской Федерации
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.04.2024 13:27:47
Уникальный программный ключ:
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института магистратуры
Иванова Е.А.
«01» июня 2023г.

**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 2023 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 28.03.2023 протокол № 9.

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

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

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

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 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, Евстигнева, 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

ИСС «КонсультантПлюс»

ИСС «Гарант» <http://www.internet.garant.ru/>

База статистических данных Росстата <https://gks.ru/databases>

5.4. Перечень программного обеспечения

Libre 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 всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;

- персональный компьютер/ноутбук (переносной);

- проектор, экран /интерактивная доска.

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 организации услуг на потребительском рынке, 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) P3 (1 -4); 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 аналитического 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</p>	<p>владение категориальным аппаратом;умение анализировать, сравнивать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал; умение давать исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально выполнять практические задания; умение аргументировано и доказательно</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); Р (9,11,12,30); С (P1 8-12) P3(1-4); Т (P1 10,11); О (44,45,46)</p>

		обосновывать свою позицию; умение участвовать в дискуссии по проблемным вопросам изучаемой дисциплины	
--	--	---	--

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. Стиль 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

Тесты услуги

1. Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:
 - а) физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении)
 - б) потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности
 - в) потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, физиологические потребности, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении
2. Под методом или формой обслуживания следует понимать:
 - а) предоставление информации клиенту
 - б) определенный способ предоставления услуг заказчику
 - в) оказание услуги клиенту
3. Услуги по регистрации транспортных средств являются:
 - а) частными
 - б) смешанными
 - в) государственными
4. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:
 - а) бесконтактным
 - б) бесплатным
 - в) формальным
5. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:
 - а) расчет при выезде

- б) прием и размещение
 - в) бронирование номеров
6. В чем заключается неосязаемость услуги:
- а) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит
 - б) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения
 - в) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса
7. Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания – это:
- а) поиск понимания
 - б) призыв к совести
 - в) жалоба
8. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:
- а) научно-исследовательские услуги
 - б) жилищно-коммунальные услуги
 - в) услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги
9. Услуга обладает следующими качествами:
- а) способность к хранению и транспортировке
 - б) неизменностью качества
 - в) неотделимость от своего источника
10. Франчайзинг – это:
- а) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества
 - б) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли
 - в) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании
11. Контактная зона – это:
- а) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы
 - б) любое место, где производится услуга
 - в) место, где услуга может храниться
12. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
- а) потребительская (пользовательская)
 - б) материально-преобразовательная
 - в) исследовательская
13. Качество услуг тесно переплетается:
- а) со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания
 - б) со сбалансированным соотношением цены и качества продукции
 - в) с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия
14. Одно из ключевых понятий, которое используется при определении сервиса:
- а) профессионализм
 - б) специалист
 - в) деятельность
15. Одно из ключевых понятий, которое используется при определении сервиса:
- а) потребность
 - б) профессионализм
 - в) качество
16. Одно из ключевых понятий, которое используется при определении сервиса:
- а) качество
 - б) услуга
 - в) специалист
17. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:
- а) престиж
 - б) комфорт
 - в) референтные группы

18. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:
- индивидуальное обслуживание
 - самообслуживание
 - фирменное обслуживание
19. Характеристика товаров:
- производство и потребление осуществляются одновременно
 - потребитель участвует в производственном процессе
 - передача собственности
20. Интеллектуальные потребности – это потребности в:
- пище
 - образовании
 - самовыражении
21. Отличительными особенностями услуг являются:
- неосязаемость услуг
 - незабываемость услуг
 - неразрывность производства и потребления услуги
22. Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем:
- это отчужденный от производителя результат труда
 - фактически производство совмещено с потреблением
 - это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа
23. Форма концентрации производства, предполагающая объединение функционально и технологически разнородных предприятий, которые принадлежат к близким, родственным отраслям:
- горизонтальная интеграция
 - вертикальная интеграция
 - диверсификация
24. Определите, какой из видов сервиса относится к видам сервиса по удовлетворению тех или иных потребностей:
- послегарантийный сервис
 - базовый сервис
 - предпродажный сервис
25. Описание набора выгод, решений и ценности услуги, которые предполагается предоставить потребителям:
- планирование услуги
 - процесс покупки услуги
 - концепция обслуживания
26. Главной задачей обеспечения качества услуги является:
- превышение ожиданий потребителей
 - удовлетворение ожиданий потребителей
 - стандарты обслуживания
27. К основным особенностям рынка услуг не относится:
- значительная территориальная сегментация
 - локальный характер рынка
 - синхронность оказания и получения услуги
28. Разработка и внедрение рациональных форм и методов обслуживания, является главной задачей:
- процесса производства услуг
 - процесса обслуживания населения
 - создания условий качества

Ключи правильных ответов

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
в	б	в	а	в	б	в	а	в	б	а	б	а	в	а	б	в	б	в	б	а

22	23	24	25	26	27	28
б	в	б	в	б	а	б

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: 5 баллов

Расчетные задания

Расчетное задание 1 «Рентабельность салона красоты»

Салон красоты выручил в мае 155 000 Р, а в июне 200 000 Р. Маржа при этом была одинаковой — 105 000 Р, потому что в мае переменные расходы: материалы, инструменты, средства по уходу и сдельную зарплату мастеров салона составили 50 000 Р, а в июне 95 000 Р.

Определить рентабельность салона в мае и июне.

Решение

	Май	Июнь
Выручка	155 000 Р	200 000 Р
Расходы	Переменные 50 000 Р	Переменные 95 000 Р
Маржа	105 000 Р (155 000 — 50 000)	105 000 Р (200 000 — 95 000)
Рентабельность	67 % = $(105\,000 / 155\,000) \times 100$	52 % = $(105\,000 / 200\,000) \times 100$

Сравнив майскую рентабельность в 67 % с июньской в 52 % владелец салона может понять, что в мае его бизнес работал более эффективно.

Расчетное задание 2. «Определение рентабельности на основе PNL-отчета»

PNL (profit and loss statement) — это анализ всех расходов и всех доходов компании за определенный период. Для PNL-отчета нужно учесть еще и постоянные расходы в пересчете на месяц. Аренда и коммунальные платежи 11 000 Р, зарплата директору 50 000 Р, итого 61 000 Р.

Задание: Определение рентабельности на основе PNL-отчета

Решение:

	Май	Июнь
Выручка	155 000 Р	200 000 Р
Расходы	Переменные 50 000 Р Постоянные 61 000 Р	Переменные 95 000 Р Постоянные 61 000 Р
Маржа	44 000 Р (155 000 — 111 000)	44 000 Р (200 000 — 156 000)
Рентабельность	28 % = (44 000 / 155 000) x 100	22 % = (44 000 / 200 000) x 100

Расчетное задание 3 «Определение прибыли с каждой услуги»

Выше мы анализировали бизнес, опираясь на общие показатели. Ту же аналитику можно провести в отношении каждой услуги, чтобы оценить, насколько она рентабельна. Такой анализ поможет найти менее выгодные услуги и решить, что с ними делать: перестать оказывать, поднять цену для клиента или снизить себестоимость услуги.

Чтобы вычислить прибыльность конкретной услуги, нужно посчитать ее себестоимость.

Дано: ИП-косметолог посчитал ее себестоимость услуги массажа 500 Р и решил оказывать услугу за 1 000 Р, потому что это средняя цена по рынку.

Определить рентабельность услуги.

Массаж лица	Май	Июнь	Июль
Кол-во оказанных услуг	3	2	5
Выручка	3 000 Р (1 000 x 3)	2 000 Р (1 000 x 2)	5 000 Р (1 000 x 5)
Себестоимость	1 500 Р (500 x 3)	1 000 Р (500 x 2)	2 500 Р (500 x 5)
Прибыль	1 500 Р	1 000 Р	2 500 Р
Рентабельность	50 %	50 %	50 %

Расчетное задание 4 «Определить прибыль с привлеченного клиента»

Дано: Владелец сети автосервисов заплатил за рекламу в Яндексe 10 000 Р, а в Google 20 000 Р. Клиенты с Яндексa получили один промокод, а клиенты Google — другой, по промокоду бизнесмен планировал отследить, какой канал привлек больше клиентов в автосалоны. В результате предприниматель получил 15 клиентов из первого канала и 5 из другого.

Задание: Определить прибыль с привлеченного клиента.

Решение:

Для данного необходимо:

- вести базу клиентов;
- вычислить стоимость привлечения каждого клиента в зависимости от канала;
- отследить, какой рекламный канал привел клиента к вам;
- знать прибыльность каждой оказанной услуги.

По этим данным уже можно оценить эффективность привлечения. Внесем в таблицу затраты на рекламу и поделим на число привлеченных клиентов.

	Яндекс	Google
Затраты на рекламу	10 000 Р	20 000 Р
Пришло клиентов	15	5
Стоимость привлечения	666 Р (10 000 / 15)	4 000 Р (20 000 / 5)
Средняя стоимость клиента	2 333 Р (4 000 + 666) / 2	

Выходит, что большинство клиентов обошлось автосервису в 666 Р и еще часть — в 4 000 Р, в среднем получается 2 333 Р.

Такие расчеты помогают сравнить, какой канал сработал лучше, но не только это. Теперь владелец салона понимает, что привлеченным с рекламы клиентам нужно предлагать услуги дороже 2 333 Р, чтобы как минимум окупить расходы на рекламу.

Критерии оценки:

Оценка	Критерии оценивания
- оценка 5 баллов	свободное владение профессиональной терминологией; умение высказывать и обосновать свои суждения; осознанно применяет теоретические знания для решения 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 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 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 задания, отсутствует аргументация изложенной точки зрения, нет собственной позиции.

Максимальная сумма баллов за выполнение кейсов: 20 баллов (4 задачи по 5 баллов)

Вопросы для собеседования

Модуль 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

Модуль 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 служебных 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 служебной 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 связанность 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: 10 баллов (2 модуля 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 43 вопросов.

Форма опроса – фронтальный/индивидуальный/комбинированный.

Задания к устному опросу:

1. Раскройте причины, обуславливающие необходимость государственного вмешательства в сферу услуг.
2. Почему государство проявляет особый интерес к сфере услуг?
3. Каковы важнейшие цели государственного регулирования социально-экономических процессов в сфере услуг?
4. Какие наиболее острые проблемы в области государственного регулирования сферы услуг характерны для современной России? Кратко проанализируйте их.
5. Раскройте роль субсидирования как инструмента регулирования величины спроса и предложения

услуг.

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

обучающемуся при наличии	при	материал, однако студентом допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, студент усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;
оценка 3 балла выставляется обучающемуся при наличии в	при	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;
оценка 0 баллов выставляется обучающемуся, если	баллов	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: 25 баллов (5 тем по 5 баллов)

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

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия;

В ходе лекционных занятий рассматриваются теоретические аспекты организации услуг на потребительском рынке, 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 по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки и знания различных методов сбора, анализа и мониторинга необходимой информации

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- 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 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 реферата , требования к оформлению

Реферат – письменный доклад по определенной теме, в котором собрана информация из одного или нескольких источников.

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

Рефераты пишутся обычно стандартным языком, с использованием типологизированных речевых оборотов вроде: «важное значение имеет», «уделяется особое внимание», «поднимается вопрос», «делаем следующие выводы», «исследуемая

проблема», «освещаемый вопрос» и т.п. К языковым и стилистическим особенностям рефератов относятся слова и обороты речи, носящие обобщающий характер, словесные клише. У рефератов особая логичность подачи материала и изъяснения мысли, определенная объективность изложения материала.

Реферат не копирует дословно содержание первоисточника, а представляет собой новый вторичный текст, создаваемый в результате систематизации и обобщения материала первоисточника, его аналитико-синтетической переработки. Будучи вторичным текстом, реферат составляется в соответствии со всеми требованиями, предъявляемыми к связанному высказыванию: так ему присущи следующие категории: оптимальное соотношение и завершенность (смысловая и жанрово-композиционная). Для реферата отбирается информация, объективно-ценная для всех читающих, а не только для одного автора. Автор реферата не может пользоваться только ему понятными значками, пометами, сокращениями. Работа, проводимая автором для подготовки реферата должна обязательно включать самостоятельное мини-исследование, осуществляемое студентом на материале или художественных текстов по литературе, или архивных первоисточников по истории и т.п. Организация и описание исследования представляет собой очень сложный вид интеллектуальной деятельности, требующий культуры научного мышления, знания методики проведения исследования, навыков оформления научного труда и т.д. Мини-исследование раскрывается в реферате после глубокого, полного обзора научной литературы по проблеме исследования. В зависимости от количества реферируемых источников выделяют следующие виды рефератов:

- монографические – рефераты, написанные на основе одного источника;

- обзорные – рефераты, созданные на основе нескольких исходных текстов, объединенных общей темой и сходными проблемами исследования

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
6. Подготовка иллюстративного и демонстрационного материала (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 - 5-10 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 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.