

Документ подписан Министерством науки и высшего образования Российской Федерации
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.04.2024 14:09:38
Уникальный программный ключ:
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

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

**Рабочая программа дисциплины
Логистика в сфере услуг**

Направление 38.04.06 Торговое дело
магистерская программа 38.04.06.03 "Стратегическая логистика в торговле"

Для набора 2023 года

Квалификация
магистр

КАФЕДРА Коммерция и логистика**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс Вид занятий	2		Итого	
	УП	РП		
Лекции	6	6	6	6
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	85	85	85	85
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 | Изучить основной понятийный аппарат дисциплины «Логистика в сфере услуг», принципы и методы управления логистикой в сфере услуг. Привить навыки принятия решений по логистике услуг. Показать механизм стимулирующего воздействия логистики на процесс предоставления услуг |
|-----|---|

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2:Способен управлять логистической инфраструктурой организации и оценивать ее эффективность

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:
логистическую инфраструктуру предприятия сферы услуг; показатели и методы оценки эффективности работы предприятий сферы услуг. Соотнесено с индикатором ПК -2.1
Уметь:
рассчитывать основные показатели эффективности работы предприятий сферы услуг. Соотнесено с индикатором ПК -2.2
Владеть:
современными технологиями и методами сбора, анализа и обработки информации в сфере услуг. Соотнесено с индикатором ПК - 2.3

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. «Сфера услуг в современном обществе»				
1.1	Тема 1.1 Понятие, экономическое содержание и роль услуг в современном обществе Понятие услуг, их двойственный характер. Две группы услуг в зависимости от характера их потребления (производственное и конечное потребление услуг). Термины и определение основных понятий (услуга, качество услуги, система качества, качество обслуживания, свойство услуги и т.д.). Показатели качества услуги. Факторы, определяющие важную роль услуг в экономике: высокая доходность (ликвидность) услуг; минимальный срок оплаты услуг; относительно невысокая материалоемкость. /Лек/	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2
1.2	Тема 1. Понятие, экономическое содержание и роль услуг в современном обществе Понятие услуг, их двойственный характер. Две группы услуг в зависимости от характера их потребления (производственное и конечное потребление услуг). Термины и определение основных понятий (услуга, качество услуги, система качества, качество обслуживания, свойство услуги и т.д.). Показатели качества услуги. Факторы, определяющие важную роль услуг в экономике: высокая доходность (ликвидность) услуг; минимальный срок оплаты услуг; относительно невысокая материалоемкость. /Ср/	2	9	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2
1.3	Тема 1. 2. Услуги в системе интегрированного рынка Услуги как экономический товар. Интегрированный рынок и место услуг в нем. Виды локальных рынков. Основные группы рынков в составе интегрированного рынка. Место рынка услуг в нем. Взаимосвязь товаров и услуг. Роль рынка услуг как связующего звена в общем рыночном пространстве. Подготовка рефератов и презентаций по основным вопросам темы с использованием пакета LibreOffice /Пр/	2	2	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2

1.4	Тема 1.2. Услуги в системе интегрированного рынка Услуги как экономический товар. Интегрированный рынок и место услуг в нем. Виды локальных рынков. Основные группы рынков в составе интегрированного рынка. Место рынка услуг в нем. Взаимосвязь товаров и услуг. Роль рынка услуг как связующего звена в общем рыночном пространстве. /Ср/	2	10	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2
1.5	Тема1. 3. Инфраструктурная сущность услуг Особенности взаимосвязи инфраструктурных и обслуживаемых систем. Понятие эмерджентности услуг. Формирование услуг под влиянием производства и научно-технического прогресса. Инфраструктурные рынки услуг: производственные, социальные, институциональные. /Ср/	2	10	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2
1.6	Тема 1.4. Классификация услуг Существующие классификации услуг. Международная практика типизации услуг. Производственные услуги и их виды. /Ср/	2	10	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2
	Раздел 2. "Логистика в сфере услуг"				
2.1	Тема 2.1. Логистизация сферы услуг в современной системе экономических отношений. Общее представление о логистике в сфере услуг; особенности логистики в сфере услуг /Лек/	2	2	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2
2.2	Тема 2.1. Логистизация сферы услуг в современной системе экономических отношений. Общее представление о логистике в сфере услуг; особенности логистики в сфере услуг. /Ср/	2	10	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2
2.3	Тема 2.2 Инфраструктурное обеспечение деятельности организации сферы услуг. Понятие инфраструктуры предприятия сферы услуг. Место, роль и особенности инфраструктуры в сфере услуг. Подготовка рефератов и презентаций по основным вопросам темы с использованием пакета LibreOffice /Пр/	2	2	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2
2.4	Тема 2.2 Инфраструктурное обеспечение деятельности организации сферы услуг. Понятие инфраструктуры предприятия сферы услуг. Место, роль и особенности инфраструктуры в сфере услуг. /Ср/	2	10	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2
2.5	Тема 2.3. Место и роль информационной логистики в сфере услуг. Задачи управления информационными потоками на предприятиях сферы услуг и их специфика /Лек/	2	2	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2
2.6	Тема 2.3. Задачи управления информационными потоками на предприятиях сферы услуг и их специфика /Ср/	2	8	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2
2.7	Тема 2. 4..Информационная инфраструктура предприятия сферы услуг. Информационные технологии управления CRM-система. Подготовка рефератов и презентаций по основным вопросам темы с использованием пакета LibreOffice /Пр/	2	2	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2
2.8	Тема 2. 4..Информационная инфраструктура предприятия сферы услуг. Информационные технологии управления CRM- система. /Ср/	2	10	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2
2.9	Тема 2.5. Оценка эффективности качества в сфере услуг. Показатели качества в сфере услуг.Элементы составляющие основу качества услуг. Виды контроля Подготовка рефератов и презентаций по основным вопросам темы с использованием пакета LibreOffice /Пр/	2	2	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2

2.10	Тема 2.5. Оценка эффективности качества в сфере услуг. Показатели качества в сфере услуг. Элементы составляющие основу качества услуг. Виды контроля /Ср/	2	8	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2
2.11	/Экзамен/	2	9	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2

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	Дыбская В. В.	Логистика складирования: учеб. для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по спец. 080506 "Логистика и упр. цепями поставок"	М.: ИНФРА-М, 2016	22
Л1.2	Альбеков А. У., Вазарханов И. С., Пархоменко Т. В., Ванюшкина В. В.	Логистика в вопросах и ответах: учеб. пособие	Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2016	43
Л1.3	Альбеков А. У., Эльдарханов Х-М. Ю.	Логистика: учеб. пособие для студентов экон. спец. вузов	Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ "РИНХ", 2009	30
Л1.4	Хаирова С. М.	Логистический сервис в глобальной экономике: монография	Москва: Издательский дом "МЕЛАП", 2004	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=132970 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.5	Голякова А. М.	Формирование потребительской ценности продукта в процессе создания услуги: выпускная квалификационная работа бакалавра: студенческая научная работа	Иркутск, 2018	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=490647 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.6	Медведев, В. А.	Информационная логистика: учебник	Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2022	https://www.iprbookshop.ru/124210.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Яшин, А. А., Ряшко, М. Л., Ружанская, Л. С.	Логистика. Основы планирования и оценки эффективности логистических систем: учебное пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014	http://www.iprbookshop.ru/65940.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2		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/>

5.4. Перечень программного обеспечения

LibreOffice

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

- 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
ПК -2 Способен управлять логистической инфраструктурой организации и оценивать ее эффективность			
Знать: логистическую инфраструктуру предприятия сферы услуг; показатели и методы оценки эффективности работы предприятий сферы услуг.	Уровень знаний, полученных студентами в ходе изучения материалов лекций, учебной литературы при подготовке к практическим занятиям	полнота и содержательность ответа на изучаемые вопросы; владение категориальным аппаратом; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям;	С (6-14); Р (3,10,14,24); Т (Р1 1-12,13,14); О(1,2,3,4,5,6,10,14,15,16,19,20). С (6,7,16,17,18,19) Вопросы к экзамену (1-38);
Уметь: рассчитывать основные показатели эффективности работы предприятий сферы услуг.	поиск и сбор необходимой литературы в области логистики розничных продаж, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов в процессе подготовки к собеседованию и опросу; систематизирует информацию при написании реферата и выполнения кейсовых заданий	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	С (6-14); Р(3,9,10,11,12,14,18,20,24,26); О (1,2,7,13,17 -20) С (1-5). КЗ (1-5) Вопросы к экзамену (1-38);
Владеть современными технологиями и методами сбора, анализа и обработки информации в сфере услуг.	владение навыками поиска, сбора и использования необходимой информации по применению логистического инструментария при решении тестовых заданий; ответ на вопрос в процессе проведения опроса и собеседовании; поиск и сбор необходимой литературы при подготовке реферата ;	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 обосновывать свою позицию; умение участвовать в дискуссии по проблемным вопросам изучаемой дисциплины	С (6-14); Р (3,10,14,18, (21 -23 24,28); О (1,2,3-7, 20) С (1-5,14,15);, Вопросы к экзамену (1-38);

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. Понятие сервисной экономики.
2. Различие сервисной и индустриальной экономик.
3. Определение услуг.
4. Двойственный характер услуг.
5. Экономическое содержание услуг.
6. Роль услуг в экономике.
7. Факторы, определяющие значение услуг в экономике.
8. Понятие классификации услуг.
9. Признаки классификации услуг.
10. Услуги и их виды.
11. Типизация услуг.
12. Логистические услуги и их понятие.
13. Специфика услуг как экономического товара.
17. Взаимосвязь товаров и услуг.
18. Роль рынка услуг в рыночном пространстве.
19. Значение услуг в логистических системах.
20. Специфические особенности сферы услуг.
21. Качество услуг и его категории.
22. Система критериев качества услуг.
23. Порядок обслуживания клиента (кто обслуживает?).
24. Порядок обслуживания клиента (что делает сервис?).
25. Порядок обслуживания клиента (где осуществляется сервис?).
26. Порядок обслуживания клиента (когда осуществляется обслуживание?).
27. Порядок обслуживания клиента (как осуществляется обслуживание?).
28. Порядок обслуживания клиента (почему обслуживание осуществляется таким образом?).
29. Логистизация сферы услуг в современной системе экономических отношений.
30. Особенности логистики в сфере услуг.
31. Понятие инфраструктуры предприятия сферы услуг.
32. Особенности инфраструктуры сферы услуг.
33. Роль информационной логистики в сфере услуг.
34. Задачи управления информационными потоками в сфере услуг.
35. Информационная инфраструктура предприятия сферы услуг.
36. Роль CRM системы в повышении конкурентоспособности компании.
37. Понятие эффективности услуг.
38. Показатели рентабельности услуг в логистических системах.

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

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 неосвязаемость 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:

- а) индивидуальное обслуживание
- б) самообслуживание
- в) фирменное обслуживание

19. Характеристика товаров:

- а) производство и потребление осуществляются одновременно
- б) потребитель участвует в производственном процессе
- в) передача собственности

20. Интеллектуальные потребности – это потребности в:

- а) пище
- б) образовании
- в) самовыражении

21. Отличительными особенностями услуг являются:

- а) неосвязаемость услуг
- б) незабываемость услуг
- в) 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 (5 баллов)
2	70-89%	Хорошо (4 балла)
3	30-69%	Удовлетворительно (3 балла)
4	0-29%	Неудовлетворительно (0 баллов)

Максимальная сумма баллов по тестам: 5 баллов

Кейс-задачи

Кейс 1

Условия:

Среднемесячный фактический бокс-офис города N с населением 100 000 чел, при одном действующем в течение двух лет пятизальный кинотеатр в ТРЦ составляет 3,98 млн. руб. и среднемесячная посещаемость – 20 000. В новом ТРЦ открылся еще один четырёхзальный кинотеатр. Репертуарная политика кинотеатров не имеет существенных различий. Ценовая политика нового кинотеатра отличается от действующего более низкими ценами на 30%.

Задача:

Определить суммарный среднемесячный бокс-офис города N, если действующий кинотеатр скорректировал свои цены на 30% в сторону уменьшения?

Дополнительные сведения:

Параметры действующего ТРЦ: площадь 20 000 кв.м., стандартное наполнение арендаторов + зона детских игровых автоматов, удаленность от центра города -700 м, рядом спальный район. Кинотеатр располагает самым большим залом в городе.

Параметры нового ТРЦ: площадь 25 000, стандартное наполнение арендаторов + зона игровых автоматов+фитнес-центр, удаленность от центра города – 0 м.

Кейс 2

Информационные потоки в логистике

За последние годы компания «X» стала одной из самых успешно действующих компаний в области продажи одежды по каталогам. Компания публикует очень красочный каталог, который рассылается перспективным клиентам. Клиенты рассылают заказы по почте или используют бесплатный телефонный номер. Основной категорией клиентуры являются семейные пары, где оба члена семьи работают. Как правило, детей у них пока нет. Конкурентами «X» являются другие работающие в этом бизнесе компании, такие как: «Лэндс », «Орвис» и «Л.Л». Несмотря на то, что подобный бизнес – покупки по каталогам – испытывает суровую конкуренцию, компания «X» работает успешно. Она видит перспективы в своей работе, т.к. покупать по каталогам становится престижно в некоторых кругах бизнесменов, которые тем самым хотят подчеркнуть свою занятость и отсутствие времени на хождение по магазинам. Компания считает, что для обслуживания клиентуры важны моменты: во - первых, все заказанное отправляется строго вовремя, в то время, которое указано в заказе; во-вторых, если клиент что-то возвращает, то это заменяется или возвращаются деньги, а не расценивается как недружественный жест. Компания считает, что в подобном бизнесе возврат – нормальное явление. Сама компания «X» не производит одежды, а получает ее из Китая, Тайваня, Сингапура, Гонконга и Южной Кореи. Отгрузка из указанных стран осуществляется контейнерными партиями морским транспортом. По прибытии на место контейнеры развозятся автотранспортом в складской центр компании . В дальнейшем отправка заказов осуществляется компаний «Юнион» – экспресс почтой. «X» понимает, что операции по логистике, выражающиеся в срочной и точной доставке заказанного, – ключ к успеху. Вкусы получателей часто меняются, иногда даже в середине сезона; поэтому, если задержаться с доставкой, то можно получить заказ обратно. Только мгновенная реакция на заказ может обеспечить стабильные доходы.

Задание. Каким образом компания «X» может и должна использовать цифровые технологии для совершенствования обслуживания клиентуры?

Кейс 3

«ТРАНСЛОГИСТ» – это команда профессиональных логистов, имеющих более 15 лет опыта, управленческий состав прошёл всю карьерную лестницу от грузчика или черно-рабочего до топ-управленца, что ещё раз подчеркивает практический опыт и действительно профессиональный подход сотрудников к своему делу.

Задачи по проекту Транслогист

Увеличить продажи логистических услуг и повысить узнаваемость транспортной компании среди потребителей услуг в сфере грузоперевозок.

Продвижение логистических услуг

Домен: <https://www.tk-tl.ru/>

Тематика сайта: грузоперевозки

Регион работы: Россия

КЕЙС 4

Вице-президент транспортной компанией «С» [ознакомился с докладом начальника отдела логистики](#), в котором говорилось, что с целью снижения логистических издержек необходимо отказаться от собственного парка автотранспорта и использовать автомобили транспортных компаний для поставок продукции. Анализ цен показал, что да, это может снизить издержки о логистике. Но вице-президент подумал о другом - до какой степени снижение логистических издержек может перевесить вопрос возможного ухудшения качества и сроков доставки товаров в случае перехода на исполнение заказов автомобилями транспортных фирм.

Компания «С» оказывает транспортные услуги. Собственный автопарк компании начал формироваться с 1965 года и в настоящий момент состоит из 25 тягачей и 75 трейлеров (прицепов). Основная задача автопарка - это транспортировка готовой [продукции на склады компании и оптовым покупателям](#), а также доставка сырья и полуфабрикатов на заводы фирмы. «С» весь свой автопарк содержит по договору лизинга с компанией «Рент ЮС Трак Лизинг Ко.». В прошлом месяце указанная лизинговая компания предложила «С» осуществлять доставку ее продукции на основе транспортировки автомобилями фирмы «Рент ЮС», а не на основе лизинга автотранспорта. При этом «Рент ЮС» выкупает обратно у компании «Сквайр» свой автопарк, переданный ранее в лизинг, по остаточной себестоимости автотранспортных средств, то есть почти бесплатно, так как остаток арендной платы по автотранспорту, находящемуся в лизинге у «С», минимален. В то же время «Рент ЮС» обязуется в течении 3 лет обеспечивать приоритетное внимание грузам «С» и осуществлять доставку 45% ее продукции по ценам перевозки ниже рыночной - 1,19 ус.ед/км, в то время как по информации сотрудников отдела логистики, средняя цена рынка автоперевозок с настоящим момент составляет 1,26ус.ед/км.

В [соответствии с докладом начальника отдела логистики](#), предложение «Рент ЮС» отказаться от арендованных грузовиков и перейти на перевозки автотранспортом этой фирмы позволит компании «С» экономить на логистических операциях 105 тыс. ус.ед. ежегодно.

Казалось бы, предложение стоящее, но вице-президента смущало другое. Компания «С» арендовала грузовые автотранспортные средства без водительского состава. Водители были собственно рабочими «С», членами профсоюза рабочих фирмы. За 30 лет ни разу не было срывов. Отношения между водителями и менеджерами по логистике были хорошие. Водители помогали разгружать и загружать грузовики, что также ценилось заказчиками.

Руководитель автопарка компании «С» в своем отчете отмечал, что эксплуатация арендованного автопарка дает много преимуществ, которые не поддаются просто количественному анализу. Это полный контроль за перевозками, гибкость управления процессом транспортировки, помощь водителей в погрузочно-разгрузочных работах персоналу складов, возможность на 100% соблюдать сроки доставки, определяемые клиентурой.

Задание: какое решение должен принять вице-президент по логистике и почему?

Итак, распишем достоинства и недостатки перехода на перевозки автомобилями другой фирмы.

Кейс 5

Схема быстрой доставки спортивного и лечебного питания

Как выстраивать схемы доставки, когда заводы поставщиков разбросаны по Европе на далекие расстояния? При этом готовность к отгрузке часто подтверждается за день-два до того, как должна быть поставлена машина. Товар надо забирать из 4 мест загрузки в Казахстане и доставлять в Россию за 7 дней.

Задача: Организовать бесперебойную доставку пищевых компонентов из Казахстана в Российскую Федерацию, с загрузкой в нескольких удаленных регионах Казахстана, в кратчайшие сроки, с обеспечением максимальной вместимости в одно транспортное средство без превышения допустимых нагрузок на ось.

Условия:

— Забирать товар нужно из 4 удаленных друг от друга мест загрузки (заводы поставщика разбросаны по территории).

— В силу особенностей работы поставщиков, подтверждение о готовности товара к отгрузке приходит за 2-3 дня.

— Срок перевозки должен уложиться в 7 дней.

— Упаковка и габариты паллет поставщика оптимизированы по объему под перевозку автопоездом (автофургон с прицепом).

— Упаковка поставщика не позволяет доставлять груз без нарушения целостности, при этом некоторые виды грузов не допускают разгерметизации упаковки.

Найти перевозчиков, готовых в таких условиях забирать груз из 4 мест из Казахстана и доставлять в Россию за 7 дней, практически нереально.

Используемые заказчиком паллеты позволяют удобно загружать 22 тонны груза в автопоезд, но при этом создается превышение допустимых нагрузок на ось на территории РФ. В стандартном полуприцепе 22 тонны нормально распределяются на оси без превышения нагрузки, но длины грузового пространства недостаточно, чтобы вместить весь груз в упаковке отправителя.

Ключи правильных ответов:

Кейс 1

Примерный вариант решения:

Для начала разберёмся с возможным изменением посещаемости кинотеатров в целом. Определим факторы, которые могут повлиять на изменение посещаемости:

- а) Уменьшение стоимости билетов
- б) Интерес к новому кинотеатру
- в) Рекламная кампания открытия нового кинотеатра
- г) Ответная рекламная активность действующего кинотеатра
- д) Улучшение доступности услуги (расстояние, общее количество сеансов)

Сделаем оценку возможного изменения посещаемости по влиянию каждого фактора в отдельности.

а) **Уменьшение стоимости билетов** – может повлиять, как на частоту посещений кинотеатров, так и на привлечение дополнительной аудитории, для которой цена являлась основополагающим фактором принятия решения. Так как снижение стоимости являлось существенным можно предположить, что данный фактор увеличит посещаемость кинотеатров от 10 до 15% с поэтапным достижением этого результата

б) **Интерес к новому кинотеатру** – скорее всего, обеспечит локальный всплеск посещаемости нового кинотеатра в течение первых одного-двух месяцев, в основном за счет посещений ранее действующего кинотеатра, этот фактор может обеспечить повышение посещаемости до 20-25% в первый месяц, с последующим понижением до 0%

в) **Рекламная кампания открытия нового кинотеатра** – фактор обеспечивающий увеличение посещаемости, но уже учтенный в интересе к новому кинотеатру

г) **Ответная рекламная активность действующего кинотеатра** – не окажет сколь-нибудь существенного влияния на посещаемость и будет влиять, скорее всего, на общий ажиотаж вокруг кинопроката в городе, тем не менее, можно рассчитывать на прибавку от 3 до 5% в основном за счет синергетического эффекта с понижением цен

д) **Улучшение доступности услуги (расстояние, общее количество сеансов)** – на начальном этапе не даст сколь-нибудь значимых результатов, но в последующем периоде может принести до 10% увеличения посещаемости.

Вывод: общее число посещений кинотеатров в целом может увеличиться от 27% до 55% в первый месяц работы нового кинотеатра и с последующей стабилизацией до уровня 23-30%. С учетом понижения цены билета на 30% можно предположить, что бокс-офис города на первом-втором месяце работы нового кинотеатра увеличится на 10%, с последующей стабилизацией на предыдущем уровне или даже с понижением на 3-4%.

Кейс 2

Решение

Одним из основных инструментов для этого служат CRM-системы. CRM-система учитывает индивидуальные характеристики отдельных клиентов, что позволяет на достойном уровне взаимодействовать как с постоянными, так и новыми партнерами. Информационные технологии, достигшие в последнее десятилетие нового качественного уровня, в значительной мере расширяют возможности эффективного управления,

Для выполнения этой цели необходимо выполнить следующие задачи:

- рассмотреть аспекты применения CRM-систем;
- составить полную модель организации; – провести анализ практики взаимоотношений с клиентами;
- изучить существующую CRM-систему;
- сформировать требования к выбору CRM-систем;

- предложить проект внедрения модуля в системе для решения задачи развития CRM в компании;
- оценить экономическую эффективность.

Кейс 3

Решение

Разработали УТП для логистики

Уникальное торговое предложение в логистике – это то, что выделяет продукцию/услугу компании на рынке, помогает отстроиться от конкурентов за счет позиционирования ценности. В воздействии на целевую аудиторию УТП напоминает оффер – коммерческое предложение, от которого трудно отказаться. Сократим время доставки в три раза, за счёт улучшения логистики

Настроили систему сквозной аналитики так, чтобы она работала в связке с сайтом, рекламными каналами и CRM-системой. Интеграция с CRM необходима, чтобы перенести в сервис информацию о заявках из телефонии, почты, чатов, сервисов обратного звонка и связать ее с визитами на сайте. Это помогает отследить путь клиента. Интеграция рекламных каналов позволяет автоматически подтягивать в сервис данные по расходам и конверсиям, что в свою очередь позволяет отслеживать эффективность рекламы и следить за расходами.

Кейс 4

Решение:

Достоинства:

1. снижение логистических издержек - на 105 усл.ед.. – ежегодно

Недостатки:

- 1) возможность ухудшения качества и увеличения сроков доставки товаров
- 2) передача автопарка лизингодателю практически бесплатно
- 3) останутся без работы сотрудники предприятия - водители, которые за 30 лет доказали преданность компании, работая без нареканий и выполняя дополнительные обязанности - помогали загружать и разгружать товары.

Итак, достоинство у данного перехода одно - снижение издержек, однако, в условии не указано насколько оно покрывает передачу бесплатно транспортных средств лизингодателю.

Недостатки - потеря полного контроля перевозок, потеря гибкости управления процессом транспортировки, потеря помощи водителей в погрузо-разгрузочных работах персоналу складов, невозможность на 100% соблюдать сроки доставки, определяемые клиентами.

Эти недостатки могут в дальнейшем привести к потере клиентов, и как следствие, к уменьшению прибыли предприятия, так что переход окажется не то что выгодным с точки зрения затрат, а убыточным. Это достоинство не перекрывает всех перечисленных недостатков, и вице-президенту компании следует отказаться от такой сомнительной выгоды, а поискать другие резервы уменьшения затрат предприятия.

Так как основная задача автопарка – транспортировка готовой продукции на склады компании и оптовым покупателям, а также доставка сырья и полуфабрикатов на заводы фирмы, то и решение может быть одно – отказаться от лизинга и организовать собственный парк автомашин.

Кейс 5

Решение

Проработка и реализация схемы доставки

Этап 1. Доставка грузов из разных точек к месту консолидации несколькими перевозчиками.

Поскольку прямая схема доставки из Казахстана в РФ с загрузкой в 4 удаленных местах практически нереализуема из-за отсутствия готовых на такие условия перевозчиков, была разработана схема доставки с консолидацией груза на территории Казахстана. Груз свозится двумя перевозчиками из 4 мест на склад.

Этап 2. Разработка схемы погрузки в стандартный полуприцеп. Переупаковка груза.

Для решения этой задачи были разработаны варианты переупаковки товара на другие паллеты и новая схема загрузки в стандартный полуприцеп. За счет этой перетарки и "перепаллетизации" удалось вместить 22 тонны в стандартную фуру

Этап 3. Подготовка новой товаросопроводительной документации.

При переупаковке товара меняется количество паллет, их вес и количество единиц товара на паллете. Первоначальная товаросопроводительная документация становится не актуальной. Одновременно с переупаковкой и перегрузкой груза проводится оформление новой товаросопроводительной документации, приведение ее в полное соответствие с фактическим состоянием груза, что необходимо при пересечении границы и таможенной очистке груза.

Этап 4. Загрузка машины и доставка в регион назначения.

Груз представляет собой груженые на паллеты мешки весом около 25 кг. Часть грузов не допускает нарушения герметичности упаковки. При плотной загрузке в транспортное средство во время перевозки на дальние расстояния мешки местами выступают за паллету и трутся друг о друга, иногда до разрыва упаковки.

Особенности товара были учтены при разработке новой схемы погрузки и крепления: использованы дополнительные крепежные конструкции, позволяющий безопасно грузить паллеты в два яруса, и пластиковые листы между паллетами для минимизации трения.

Результат разработки и использования логистической схемы

- организована быстрая и надежная доставка грузов из Казахстана в РФ за 6 дней в условиях 4 мест загрузки и подтверждения загрузки за 2-3 дня;
- нивелированы проблемы с дефицитом прямого транспорта на направлении Казахстана–РФ;
- доставляется максимальное количество груза без превышения нагрузки на оси транспортного средства;
- повышена сохранность грузов в процессе доставки

Критерии оценки:

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

Максимальная сумма баллов за выполнение кейсов: 25 баллов (5 кейсов по 5 баллов)

Вопросы для собеседования

Раздел 1 « Сфера услуг в современном обществе»

1. Раскройте роль информации в развитии цивилизации.
2. Какие информационные революции определили развитие человеческой цивилизации?
3. Каковы закономерности, характеризующие взаимосвязь и взаимообусловленность материального производства и сферы услуг?
4. Раскройте причины стремительного развития сферы услуг.
5. Что понимается под качеством жизни и какова взаимосвязь качества жизни и сферы услуг?
6. Раскройте роль сферы услуг в современных условиях.
7. Каковы были причины неразвитости сферы услуг в СССР?

8. Какие отрицательные и положительные тенденции в развитии сферы услуг присущи современной России?
9. Что понимается под сферой услуг и какие основные черты присущи сфере услуг?
10. Когда и кем был введен в научный оборот термин «услуга»?
11. Что понимали под услугой Ф. Бастиа, К. Маркс?
12. Раскройте основные свойства услуги.
13. Что понимается под стандартом обслуживания?
14. Приведите известные вам определения услуги и сопоставьте их.
15. Опишите изменения, которые могут произойти в связи с получением услуги.
16. Как соотносятся понятия «услуга» и «сервис»?
17. Чем обусловлена необходимость классификации услуг?
18. По каким признакам могут быть классифицированы услуги?
19. Охарактеризуйте классификацию услуг по Зингельманну, по Ловелоку.
20. Дайте определение рынка услуг, раскройте его особенности

Раздел 2 «Логистика в сфере услуг»

21. Логистизация сферы услуг в современной системе экономических отношений.
22. Особенности логистики в сфере услуг.
23. Понятие инфраструктуры предприятия сферы услуг.
24. Особенности инфраструктуры сферы услуг.
25. Роль информационной логистики в сфере услуг.
26. Задачи управления информационными потоками в сфере услуг.
27. Информационная инфраструктура предприятия сферы услуг.
28. Роль CRM системы в повышении конкурентоспособности компании.
29. Понятие эффективности услуг.
30. Показатели рентабельности услуг в логистических системах.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» (84-100 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» (67-83 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 «удовлетворительно» (50-66 баллов) ставится, если студент:

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

Оценка «неудовлетворительно» (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: 35 баллов (7 тем по 5 баллов)

Темы рефератов

1. Логистическая система обеспечения сервисного обслуживания продукции.
2. Перспективы развития информационной логистики в сфере услуг.
3. Организация инновационной логистической деятельности в сфере услуг.
4. Взаимосвязь логистики и маркетинга на предприятиях (компаниях, фирмах).
5. Логистические системы управления запасами на предприятии .
6. Использование принципов логистики в деятельности предприятия сферы услуг.
7. Формирование логистических издержек организаций сферы услуг.
8. Транспортное обеспечение логистики.
9. Эффективность логистического сервиса в повышении конкурентоспособности предприятия.
10. Логистическая поддержка инновационной деятельности предприятия.
11. Логистические методы организации и планирования информационных потоков на предприятиях сферы услуг.
12. Выбор и оценка логистических посредников в цепи поставок.
13. Складирование и его роль в цепях поставок.
14. Основные принципы и этапы создания инновационной информационной системы логистики на предприятиях сферы услуг.
15. Информационные технологии в логистике.
16. Управление логистической инфраструктурой предприятия.
17. Организация логистического обслуживания на предприятии.
18. Аутсорсинг и его роль в цепи поставок.
19. Логистические услуги и их роль в цепях поставок.
20. Управление логистическим обслуживанием в розничной торговле.
21. Логистика в сервисной экономике.
22. Логистизация товародвижения на оптово-розничном рынке.
23. Логистическое обеспечение посреднической деятельности на товарном рынке.
24. Развитие лизинга на рынке услуг.
25. Оптимизация и управление операционной логистической деятельностью (складирование, транспортировка, управление заказами, упаковка и др.)
26. Методы управления складской логистикой.
27. Управление услугами предприятий оптовой торговли.
28. Развитие аутсорсинга услуг транспортных перевозок (железнодорожные, авто-, авиа-).
29. Логистика производственных услуг оптово-посреднических предприятий.

Критерии оценки:

Обучающийся получает за доклад 5 баллов при соблюдении следующих требований:

- поставлена проблема исследования, обоснована ее актуальность (1 балла);
- сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему (1 балла);
- сделаны выводы по исследуемой проблеме (1 балла);
- обозначена авторская позиция (1 балла);
- использовано не менее пяти литературных источников, соблюдены требования к оформлению работы (1 балл).

За несоблюдение указанных требований оценка снижается на 1 балл по каждому пункту.

Максимальная сумма баллов за доклады: 25 баллов (5 доклада по 5 баллов)

Устный опрос по темам дисциплины

Содержит 20 вопрос.

Форма опроса – фронтальный/индивидуальный/комбинированный.

Задания к устному опросу:

1. Понятие инновационной логистики.

2. Показатели эффективности инновационных технологий логистики сферы услуг.
3. Роль услуг в экономике.
4. Экономическое содержание услуг.
5. Факторы, определяющие значение услуг в экономике.
6. Логистические услуги и их понятие.
7. Показатели эффективности логистической деятельности в сфере услуг.
8. Специфика услуг как экономического товара.
9. Роль рынка услуг в рыночном пространстве.
10. Значение услуг в логистических системах.
11. Специфические особенности сферы услуг.
12. Понятие коммерции услуг.
13. Особенности логистики услуг.
14. Объекты коммерции услуг.
15. Жизненный цикл услуг как товара.
16. Характерные черты услуг как товара.
17. Необходимость сертификации услуг.
18. Особенности стандартизации услуг.
19. Качество услуг и его категории.
20. Система критериев качества услуг в логистике.

Критерии оценки:

- оценка 5 баллов выставляется обучающемуся, если	изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой
- оценка 4 балла выставляется обучающемуся при наличии	твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, студент четко излагает материал, однако студентом допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, студент усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;
оценка 3 балла выставляется обучающемуся при наличии в	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	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: 10 баллов (2 модуля по 5 баллов)

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

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

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

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена. Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации. Количество вопросов в экзаменационном задании – 2. Проверка ответов и

объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия;

В ходе лекционных занятий рассматриваются теоретические аспекты логистической деятельности в сфере услуг, 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.