

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики и предпринимательства

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ННГУ
протокол от
«31» августа 2021 г. № 11

Рабочая программа дисциплины

Управление функционированием и развитием предприятий сферы услуг

Уровень высшего образования
Подготовка кадров высшей квалификации

Направление подготовки / специальность
38.06.01 Экономика

Направленность образовательной программы
**08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами –
промышленность, сфера услуг; региональная экономика; менеджмент)**

Квалификация (степень)
Исследователь. Преподаватель-исследователь

Форма обучения
очная, заочная

Нижний Новгород
2021

1. Место и цели дисциплины «Управление функционированием и развитием предприятий сферы услуг» в структуре ОПОП.

Дисциплина «Управление функционированием и развитием предприятий сферы услуг» относится к группе дисциплин по выбору профессионального блока учебного плана образовательной программы подготовки аспирантов по специальности 38.06.01 «Экономика» и изучается на 3 году обучения, в 5 семестре.

Освоение курса опирается на знания, умения, навыки и компетенции, сформированные на предшествующих уровнях образования.

Целями изучения дисциплины является получение аспирантом теоретических знаний в сфере услуг, формирование представлений о текущих тенденциях и проблемах в сфере услуг, необходимых для проведения исследований проблематики управления предприятиями сферы услуг, с учетом связей, закономерностей, способов оптимальных решений, а также достаточных для разработки теоретических и методологических принципов и методик управления социальными и экономическими системами.

После окончания курса аспирант должен знать, уметь и применять на практике полученные теоретические знания и практические навыки в своей будущей профессиональной деятельности. Изучением дисциплины достигается формирование у аспиранта представления о неразрывном единстве эффективного функционирования предприятия сферы услуг с требованиями современного рынка.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине «Управление функционированием и развитием предприятий сферы услуг», соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников).

Обучение по дисциплине «Управление функционированием и развитием предприятий сферы услуг» обеспечивает формирование теоретических знаний и практических навыков по управлению социальными и экономическими системами в современных условиях.

Итогом освоения дисциплины является формирование у аспиранта следующих компетенций:

1. Способность проводить исследования проблем становления и развития теории и практики управления организациями как социальными и экономическими системами с целью вскрытия устойчивых связей и закономерностей, определяющих природу и содержание этих проблем, логику и механизмы их разрешения (**ПК-4**).

2. Способность разрабатывать теоретические и методологические принципы, методы и способы управления социальными и экономическими системами (**ПК-5**).

Результаты освоения дисциплины аспирантом в соответствии с заявленными компетенциями:

Формируемые компетенции (код компетенции, уровень освоения – при наличии в карте компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций
ПК-4 базовый	З1. Знать основы формирования и развития теории и практики управления предприятиями сферы услуг как социальными и экономическими системами. У1. Уметь проводить исследования проблематики предприятий сферы услуг. В1. Владеть инструментами, спецификой функционирования и решения проблем предприятий сферы услуг на рынке.

Формируемые компетенции (код компетенции, уровень освоения – при наличии в карте компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций
<p align="center">ПК-5 базовый</p>	<p>З1. Знать основные теоретические и методологические принципы, методы и способы управления предприятиями сферы услуг, как социальными и экономическими системами, в современных условиях.</p> <p>У1. Уметь осуществлять разработку теоретических, методологических принципов и способов управления предприятиями сферы услуг.</p> <p>В1. Владеть инструментами и особенностями формирования конкурентных преимуществ в сфере услуг современного рынка.</p>

3. Структура и содержание дисциплины «Управление функционированием и развитием предприятий сферы услуг».

Объем дисциплины для очной формы обучения составляет 2 зачетные единицы, всего 72 часа, из которых: 9 часов составляет контактная работа обучающихся с преподавателем (4 часа занятия лекционного типа, 4 часа занятия семинарского типа (в том числе 2 часа – мероприятия текущего контроля успеваемости), 1 час - контроль самостоятельной работы), 63 часа составляет самостоятельная работа обучающихся.

Объем дисциплины для заочной формы обучения составляет 2 зачетные единицы, всего 72 часа, из которых: 9 часов составляет контактная работа обучающихся с преподавателем (4 часа занятия лекционного типа, 4 часа занятия семинарского типа (в том числе 2 часа – мероприятия текущего контроля успеваемости), 1 час - контроль самостоятельной работы), 4 часа – мероприятия промежуточной аттестации, 59 часов составляет самостоятельная работа обучающихся.

Содержание дисциплины (модуля) «Управление функционированием и развитием предприятий сферы услуг».

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)			В том числе												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них														
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа	Всего														
Очное	Очно-заочное	Заочное	Очное	Очно-заочное	Заочное	Очное	Очно-заочное	Заочное	Очное	Очно-заочное	Заочное	Очное	Очно-заочное	Заочное	Очное	Очно-заочное	Заочное	
Раздел 1. Экономические основы функционирования и развития предприятий сферы услуг.																		
Тема 1. Современная концепция функционирования и развития предприятий сферы услуг.	18		18	1		1	1		1				2		2	16	16	
Тема 2. Рынок сферы услуг.	18		18	1		1	1		1				2		2	16	16	
Раздел 2. Методология развития предприятий сферы услуг.																		
Тема 3. Обеспечение конкурентоспособности функционирования предприятий сферы услуг.	18		18	1		1	1		1				2		2	16	16	
Тема 4. Методы и способы развития предприятий сферы услуг.	17		13	1		1	1		1				2		2	15	11	
В т.ч. текущий контроль	2		2				2		2				2		2			
Промежуточная аттестация – Зачет																		

Содержание тематики дисциплины (модуля) «Управление функционированием и развитием предприятий сферы услуг».

Раздел 1. Экономические основы функционирования и развития предприятий сферы услуг.

Тема 1. Современная концепция функционирования и развития предприятий сферы услуг.

Сущность услуги. Отличительные характеристики услуг. Услуга и ее роль в современной экономике. Сфера услуг в современном обществе. Качество услуги. Эволюция сферы услуг в Российской Федерации. Виды и типы деятельности в сфере услуг. Экономические основы сферы услуг. Основные подходы к характеристике сферы услуг. Жизненный цикл услуги. Классификация услуг. Особенности предпринимательской деятельности на российском рынке услуг.

Тема 2. Рынок сферы услуг.

Роль и значение рынка услуг в современных условиях. Регулирование рынка услуг. Специфика саморегулирования в сфере услуг. Участие потребителей в сервисных процессах сервисных компаний. Особенности поведения потребителей на рынке услуг и уровни обслуживания клиентов. Формирование доступности потребительских услуг. Создание целевой аудитории клиентов в сфере сервиса. Позиционирование услуг. Предпродажные услуги. Послепродажные услуги. Гарантийный сервис. Послегарантийный сервис. Транспортные услуги. Стратегии развития транспортных услуг. Ресторанный бизнес: общие понятия и классификация. Развитие ресторанного бизнеса. Аудит и аудиторские услуги. Порядок проведения аудиторской проверки. Консалтинговые услуги. Потребительская новизна. Инновационная деятельность как фактор новизны.

Раздел 2. Методология развития предприятий сферы услуг.

Тема 3. Обеспечение конкурентоспособности функционирования предприятий сферы услуг.

Общая характеристика конкурентоспособности услуг. Критерии конкурентоспособности услуг. Классификация критериев конкурентоспособности услуг. Роль оценки конкурентоспособности услуг в предпринимательской деятельности. Факторы конкурентоспособности услуг. Имидж предприятия сферы услуг. Факторы, влияющие на имидж услуги. Виды конкурентных преимуществ. Информативность услуг. Изменение цены и качества услуг как стратегия обеспечения конкурентоспособности. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности услуг. Сбытовые факторы в обеспечении конкурентоспособности предприятий сферы услуг. Сервисные факторы в обеспечении конкурентоспособности предприятий сферы услуг. Связь сбытовых и сервисных факторов с конкурентоспособностью предприятия сферы услуг. Принципы оценки конкурентоспособности услуг. Критерии оценки конкурентоспособности услуг. Особенности и методы оценки конкурентоспособности услуг. Сущность и особенности услуг розничной и оптовой торговли. Виды и типы торговых предприятий: розничная торговая сеть, торговый центр, торговый комплекс, гипермаркет и супермаркет, молл, дискаунтер, интернет - магазин. Особенности развития потребительского рынка. Стимулирование торговой активности и привлечение инвестиций. Особенности современного рынка и услуг общественного питания. Общая характеристика системы обеспечения конкурентоспособности. Принципы системы обеспечения конкурентоспособности.

Тема 4. Методы и способы развития предприятий сферы услуг.

Методы моделирования сферы услуг. Сущность моделирования. Парадигмы моделирования. Основные этапы построения моделей сервисной деятельности и оказания услуг. Классификация моделей и видов моделирования. Способы моделирования: системное и процессное моделирование. Организация сервисного предприятия. Взаимодействие с муниципальными и государственными структурами. Подходы к определению качества услуг. Особенности качества услуг. Модель Кано.

Оценка качества услуг. Обеспечение качества услуг. Качество торгового обслуживания. Показатели качества услуг торговли и критерии их оценки. Стабильность уровня качества товаров и услуг. Подлинность и фальсификация услуг. Меры обеспечения подлинности услуг. Оценка и подтверждение соответствия услуг. Стандартизация услуг. Организация услуг. Понятие и значение логистического сервиса. Управленческий контроль на предприятиях сферы услуг. Цели, задачи и критерии разработки и принятия управленческих решений на предприятиях сферы услуг. Информационное обеспечение разработки и принятия управленческих решений на предприятиях сферы услуг. Основные методологические подходы к разработке управленческих решений по функционированию и развитию предприятий сферы услуг.

4. Образовательные технологии дисциплины «Управление функционированием и развитием предприятий сферы услуг»

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.06.01 «Экономика» реализация компетентного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных, интерактивных форм проведения занятий: деловых игр, разбор конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебного курса предусматриваются встречи с представителями российских компаний, мастер-классы экспертов и специалистов.

В процессе освоения дисциплины «Управление функционированием и развитием предприятий сферы услуг» используются следующие образовательные технологии:

- анализ конкретных ситуаций (case-study), кейс-задач;
- деловые игры;
- задачи (практические задания),
- тесты;
- доклады, сообщения,
- собеседования;
- интерактивные лекции и практические занятия.

Лекции призваны сформировать у аспирантов теоретические основы управления предприятиями сферы услуг и сориентировать их на разработку теоретических, методологических принципов и способов управления предприятиями сферы услуг.

Практические занятия проводятся в форме анализа конкретных ситуаций (case-study), кейс-задач, решения задач (практических заданий), выполнения тестов, реализации докладов, сообщений, предполагают активную вовлеченность аспиранта в обсуждение.

Освоение учебной дисциплины предполагает значительный объем самостоятельной внеаудиторной работы, которую аспирант должен выполнять как индивидуально, так и в малых группах. Наряду с проработкой основной литературы предусматривается самостоятельное изучение дополнительной литературы и научных публикаций, а также выполнение эссе, проведение конкретных ситуаций (case-study), кейс-задач, решения задач (практических заданий), которые обсуждаются на практических занятиях.

Практические занятия в малых группах и самостоятельная внеаудиторная работа направлены на выработку навыков и формирования компетенций управления функционированием и развитием предприятий сферы услуг.

Образовательные технологии для студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Управление функционированием и развитием предприятий сферы услуг».

Режим самостоятельной работы аспиранта обеспечивается:

1. Непосредственно в процессе аудиторных занятий - на лекциях, практических занятиях, а также при выполнении самостоятельной внеаудиторной работы.
2. В контакте с преподавателем вне рамок расписания - на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.
3. В библиотеке, дома, в общежитии, на кафедре при выполнении учебных и творческих задач.

Эти виды самостоятельной работы взаимодополняют друг друга. Основным видом самостоятельной работы является внеаудиторная деятельность. Самостоятельный режим работы аспиранта подразумевает не менее 4-6 часов работы ежедневно, кроме выходных дней.

Предусматривается, что начало самостоятельных занятий осуществляется с первых дней учебной деятельности.

В целях соблюдения самостоятельного режима работы важное значение имеет ритмичность работы, если порядок и ритм установлены правильно, аспирант может много работать, не снижая своей производительности и не перегружая себя. Правильная смена одного вида работы другим позволяет аспиранту отдыхать, не прекращая работы. Концентрация и интерес к самостоятельной работе взаимосвязаны. Экономия времени позволяет быть самостоятельной работе продуктивной и быстрой. Порядок на рабочем месте, состояние окружающей обстановки и постоянство рабочего места благоприятствуют самостоятельной работе аспиранта. Самостоятельная работа аспиранта совершенствует организацию исследований, систематизирует проводимую работу, развивает профессиональные навыки и умения.

Основными видами самостоятельной работы аспиранта являются:

1. Подготовка к выполнению и выполнение задач, заданий.
2. Повтор учебного материала, изучение основной и дополнительной литературы.
3. Изучение электронных источников, интернет – ресурсов по управлению предприятиями сферы услуг.
4. Самостоятельная подготовка к практическим занятиям дисциплины.
5. Самостоятельная подготовка к зачету.

Изучение теоретического материала определяется рабочей учебной программой дисциплины, рекомендуется при подготовке к занятиям повторить материал предшествующих тем рабочего учебного плана, а также материал предшествующих учебных дисциплин, который служит базой изучаемого раздела данной дисциплины.

При подготовке к практическому занятию аспиранту необходимо самостоятельно проработать и освоить материалы лекций, в также рекомендуемую литературу. Предполагается, что аспирант самостоятельно знакомится с рекомендованной литературой, изучает первоисточники, реализует поиск, дает оценку электронных ресурсов, Internet - ресурсов, осуществляет сбор информации. Данная самостоятельная подготовка требует анализа согласно установленному плану занятий, и, самостоятельной проверки усвоения содержания учебного материала дисциплины.

Практические занятия неразрывно связаны с самостоятельной работой аспиранта и выступают основой при формировании оценки по промежуточной и итоговой аттестации.

Для подготовки к зачету аспирант самостоятельно руководствуется списком контрольных вопросов.

Самостоятельная работа аспиранта обусловлена ведением конспектов различных форматов, написанием планов, научного цитирования, реферирования, а также планирования самостоятельной, индивидуальной работы.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Эффективное взаимодействие работников предприятия сферы услуг с клиентами.
2. Управление спросом и предложением в предприятиях, оказывающих услуги.
3. Планирование хозяйственной деятельности сервисного предприятия.
4. Предпринимательство в сфере услуг.
5. Бизнес-планирование фирм сферы услуг.
6. Инновационные виды и типы услуг, современные формы обслуживания клиентов предприятий сферы услуг.
7. Возникновение и развитие сферы услуг: причины, тенденции, следствия.
8. Внешняя и внутренняя среда предприятий сферы услуг, и ее влияние на темпы их развития.
9. Экономические законы и их воздействие на предприятия сферы услуг.
10. Классификация и характерные особенности основных услуг предприятий сферы услуг.
11. Исследования рыночных связей и отношений предприятий сферы услуг.
12. Основные направления повышения результативности рыночного инструментария в сфере услуг.

13. Нормативно-правовая база формирования и функционирования предприятий сферы услуг.
14. Инфраструктура предприятий сферы услуг и особенности ее развития.
15. Основные принципы размещения предприятий сферы услуг.
16. Систематизация факторов, оказывающих влияние на размещение предприятий сферы услуг.
17. Систематизация факторов, оказывающих влияние на эффективность деятельности предприятий сферы услуг.
18. Особенности и характерные элементы построения и оптимизации организационных структур управления в предприятиях сферы услуг.
19. Основные формы государственного воздействия на предприятия сферы услуг.
20. Основные формы государственной поддержки предприятий сферы услуг.
21. Закономерности возникновения и развития рынка услуг.
22. Формирование и развитие предприятий сферы услуг на отраслевых, региональных и национальных рынках услуг.
23. Экономические отношения на рынках услуг.
24. Спрос на услуги, его виды и формы удовлетворения.
25. Критерии и параметры предложения на рынке услуг.
26. Конкуренция на рынке услуг. Виды конкуренции на рынке услуг.
27. Стратегия и тактика поведения предприятий сферы услуг на различных рынках.
28. Конкурентоспособность предприятий сферы услуг, методы и подходы к ее оценке.
29. Способы, условия, и направления обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг.
30. Организационно-экономическое обеспечение стандартов на услуги.
31. Ресурсное обеспечение предприятий сферы услуг.
32. Современное управление ресурсами предприятия сферы услуг.
34. Основные стадии развития теории управления субъектами рыночных отношений в сфере услуг.
35. Проектное управление в сфере услуг.
36. Планирование в сфере услуг.
37. Прогнозирование в сфере услуг.
38. Показатели и методы оценки эффективности хозяйственной деятельности организаций сферы услуг.
39. Современные информационные технологии в повышении эффективности и качества услуг.
40. Маркетинг предприятий сферы услуг.
41. Управление изменениями и нововведениями на предприятиях сферы услуг.
42. Развитие систем управления в сфере услуг.
43. Механизмы повышения эффективности и качества услуг.
44. Теория управления доходами и ее использование в повышении эффективности и качества услуг.
45. Человеческие ресурсы сферы услуг и их значение в функционировании и развитии предприятий сферы услуг.
46. Инвестиционные ресурсы в развитии материально-технической базы предприятий сферы услуг.
47. Факторы повышения инвестиционной привлекательности предприятий сферы услуг.
48. Методология управления и ее применение в функционировании и развитии предприятий сферы услуг.
49. Оценка эффективности функционирования предприятий сферы услуг.

50. Научные направления в совершенствовании управления предприятиями сферы услуг.
51. Организационные структуры управления в предприятиях сферы услуг.
52. Функционирование и развитие некоммерческих организаций в сфере услуг.
53. Корпоративная культура и лидерство в системе управления предприятием сферы услуг.
54. Экономические стимулы и их применение на предприятиях сферы услуг.
55. Этическая проблематика реализации услуг: проблемы культуры общения, коммуникаций в сфере услуг, проблемы профессиональной этики сотрудников предприятия сферы услуг.
56. Использование теории массового обслуживания в функционировании и развитии предприятий сферы услуг.
57. Электронные услуги: сущность, виды, перспективы.
58. Сфера услуг в функционировании и развитии малого и среднего предпринимательства.

6. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

6.1. Перечень компетенций выпускников образовательной программы с указанием результатов обучения (знаний, умений, владений), характеризующих этапы их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

ПК-4: Способность проводить исследования проблем становления и развития теории и практики управления организациями как социальными и экономическими системами с целью вскрытия устойчивых связей и закономерностей, определяющих природу и содержание этих проблем, логику и механизмы их разрешения.

Индикаторы компетенции	Критерии оценивания (дескрипторы)	
	Не зачтено	Зачтено
Знать основы формирования и развития теории и практики управления предприятиями сферы услуг как социальными и экономическими системами.	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.
Уметь проводить исследования проблематики предприятий сферы услуг.	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.
Владеть инструментами, спецификой функционирования и решения проблем предприятий сферы услуг на рынке.	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.

ПК-5: Способность разрабатывать теоретические и методологические принципы, методы и способы управления социальными и экономическими системами

Индикаторы компетенции	Критерии оценивания (дескрипторы)	
	Не зачтено	Зачтено
Знать основные теоретические и методологические принципы, методы и способы управления предприятиями сферы услуг, как социальными и экономическими системами, в современных условиях	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.
Уметь осуществлять разработку теоретических, методологических принципов и способов управления предприятиями сферы услуг.	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.
Владеть инструментами и особенностями формирования конкурентных преимуществ в сфере услуг современного рынка	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.

6.2. Описание шкал оценивания.

Используется традиционная форма итоговой аттестации в виде зачета, применяется шкала оценивания «зачет-незачет».

Описание шкалы оценивания зачета по дисциплине.

Оценка	Уровень подготовки
Зачет	Высокий уровень подготовки, безупречное владение материалом дисциплины, аспирант демонстрирует правильное решение задач и творческий подход к решению нестандартных ситуаций. Аспирант дал полный и развернутый ответ на все вопросы, подтверждая теоретический материал практическими примерами. Оценка «Зачтено» ставится аспиранту, при аргументированном ответе по всем вопросам, при ответе аспирант приводит аргументированные примеры, демонстрирует умения и навыки, полноту усвоения объема дисциплины.
Незачет	Подготовка недостаточная и требует дополнительного изучения аспирантом материала дисциплины. Оценка «Не зачтено» ставится, если содержание вопросов раскрыто слабо, знания имеют фрагментарный характер, отличаются

	поверхностностью и малой содержательностью, имеются неточности при ответе на основные вопросы, допускаются фактические ошибки. Аспирант дает ошибочные ответы, как на теоретические вопросы и практические задания, так и дополнительные вопросы экзаменатора. Аспирант не отвечает на поставленные вопросы.
--	--

6.3. Критерии и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине «Управление функционированием и развитием предприятий сферы услуг», характеризующих этапы формирования компетенций.

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий.

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие процедуры и технологии:

- тестирование;
- доклады, презентации;
- собеседование.

Критерии оценки результатов тестирования.

Стандартная оценка	Тестовые нормативы: % правильных ответов
отлично	100
хорошо	82
удовлетворительно	
неудовлетворительно	менее 55

Критерии оценивания докладов, презентаций.

Максимальное время выступления доклада аспиранта с презентацией 10 минут. Выполнение и защита презентации может проводиться индивидуально или в малой группе в составе 2-3 человека.

Оценка	Критерии оценивания презентаций и опросов
«Отлично»	Выполнены все требования к подготовке и защите презентации, обозначена проблема и ее актуальность, сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция. Тема раскрыта полностью и сформулированы выводы. Соблюдены требования к внешнему оформлению, выдержан объем, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

«Хорошо»	Основные требования к презентации и ее защите выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан необходимый объем; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
«Удовлетворительно»	Имеются существенные отступления от требований к выполнению презентации. Тема освещена частично; допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствуют выводы.
«Неудовлетворительно»	Тема презентации не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Критерии оценки собеседования.

Оценка	Уровень подготовки
Зачтено	Ответ аспирантом сформулирован полно, приведены правильные определения основных понятий. Аспирант демонстрирует понимание материала, обосновывает свои суждения в увязке с практикой, приводит конкретные практические примеры по теме обсуждаемого вопроса в рамках проведения собеседования.
Не зачтено	Аспирант демонстрирует незнание более половины ответа обсуждаемого вопроса в рамках проведения собеседования, делает ошибки в формулировке определений, принципов, методов, которые не отражают, либо искажают их смысл, при этом неуверенно излагает материал дисциплины.

Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются следующие процедуры и технологии:

- практические задания, задачи в виде краткой формулировки действий (комплекса действий), которые следует выполнить, или описание результата, который нужно получить.

Критерии оценивания практических заданий (задач).

Шкала оценивания	Критерии
Отлично	Необходимые практические навыки расчетов сформированы, все предусмотренные рабочей программой методы расчетов освоены
Хорошо	Необходимые практические навыки расчетов сформированы, все предусмотренные рабочей программой методы расчетов освоены, некоторые виды заданий выполнены с ошибками
Удовлетворительно	Необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий содержат ошибки

Неудовлетворительно	Необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство заданий не выполнено
---------------------	--

6.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций и (или) для итогового контроля сформированности компетенций.

ПК-4: Способность проводить исследования проблем становления и развития теории и практики управления организациями как социальными и экономическими системами с целью вскрытия устойчивых связей и закономерностей, определяющих природу и содержание этих проблем, логику и механизмы их разрешения.

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие процедуры и технологии:

1) Вопросы для собеседования:

1. Какова структура и роль сферы услуг в современном обществе?
2. Каковы факторы развития сферы услуг?
3. Что представляет собой взаимодействие развития материального производства и сферы услуг?
4. Почему сервисная экономика является атрибутом постиндустриального общества?
5. Что представляет собой клиентоориентированный характер новой экономики?
6. Каковы отличительные черты новой экономики?
7. Что понимается под информационной экономикой?
8. Почему экономику постиндустриальных стран можно назвать сервисной?
9. Каковы отличительные черты сервисной экономики? Раскройте различия индустриальной и сервисной экономики.
10. Что понимается под стандартом обслуживания?
11. Как соотносятся понятия «услуга» и «сервис»?
12. Чем обусловлена необходимость классификации услуг?
13. По каким признакам могут быть классифицированы услуги?
14. Что означает качественная неопределенность услуги? Какие сложности и последствия может вызвать указанное свойство у предприятий сферы услуг?
15. Что характеризует степень взаимозаменяемости услуг?
16. Что представляют собой сетевые услуги и почему в экономике они рассматриваются как сетевое благо?
17. Каковы проблемы и тенденции развития современного сервиса?
18. Что представляет собой индустрия услуг?
19. Каковы современные подходы к классификации услуг?
20. Что представляют собой услуги в рамках муниципальных образований? Какова их роль и тенденции развития?
21. В чем заключается влияние научно-технического прогресса на развитие сферы услуг?
22. Какова доля услуг в современной структуре потребления домашних хозяйств в России?
23. Какова роль и значение бизнес-услуг (деловых услуг) в современном обществе?

24. Что представляет собой современный производственный (промышленный) сервис?
25. Каковы особенности современного рынка услуг?
26. Какова роль государства в развитии рынка услуг?
27. Какие виды услуг и экономических благ оказывают государственные структуры?
28. Какова роль некоммерческих организаций на рынке услуг?

2) Темы докладов, презентаций:

1. Совершенствование организации, управления в сфере услуг в условиях рынка.
2. Особенности формирования и развития общественного (государственного) сектора сферы услуг.
3. Ресурсный потенциал отраслей сферы услуг и эффективность его использования.
4. Государственная поддержка некоммерческих организаций сферы услуг.
5. Экономические проблемы благотворительности, меценатства и спонсорства в сфере услуг.
6. Экономические основы социальной защиты и поддержки населения.
7. Организационно-экономическое обеспечение стандартов на услуги населению.
8. Социально-экономическая эффективность и качество обслуживания населения в отраслях сферы услуг.
9. Экономические основы функционирования некоммерческих организаций в сфере услуг.
10. Экономические основы государственного регулирования интеллектуальной собственности в сфере услуг.
11. Механизм антикризисного управления в сфере услуг.
12. Государственно-частное партнерство в сфере услуг.

3) Тест №1.

1. В сервисной экономике основные технологии связаны:

- а) с преобразованием сырья в готовую продукцию;
- б) материально-сервисными системами;
- в) жестким стилем менеджмента;
- г) производством массовой стандартизированной продукции.

2. Какая из указанных характеристик относится к чертам современной экономики развитых стран:

- а) аграрная;
- б) сервисная;
- в) сырьевая;
- г) командная;
- д) замкнутая.

3. Для какой модели экономики свойственно установление диалоговых и постоянно отслеживаемых отношений с потребителями:

- а) сервисной;
- б) командной;
- в) аграрной;
- г) индустриальной.

4. В какой модели экономики полезность отождествляется с материальной продукцией:

- а) сервисной;
- б) индустриальной;
- в) информационной;
- г) все ответы правильные.

5. Сервисная экономика характеризуется:

- а) использованием материально-сервисных систем;
- б) максимизацией выпуска материальной продукции;
- в) жестким стилем управления;
- г) чрезмерной упорядоченностью организации.

6. Новой экономике присуща черта:

- а) упрощение отношений собственности;
- б) глобальный характер экономики;
- в) снижение роли сферы услуг;
- г) приоритет производителя;
- д) снижение роли «правил игры», т.е. институциональной системы.

7. Границы сферы услуг:

- а) сужаются;
- б) четко не установлены;
- в) официально зафиксированы;
- г) неизменны.

8. Первичный сектор экономики включает:

- а) сферу услуг;

- б) отрасли обрабатывающей промышленности;
- в) добывающую промышленность и сельское хозяйство;
- г) информационно-научное производство;
- д) социально-культурную сферу.

9. Сфера услуг имеет границы:

- а) четко определенные;
- б) подвижные;
- в) установленные государством;
- г) рекомендованные ООН.

10. Ко вторичному сектору экономики относится:

- а) сельское хозяйство;
- б) добывающая промышленность;
- в) сфера услуг;
- г) обрабатывающая промышленность.

11. К какому сектору экономики относится сфера услуг?

- а) к первичному;
- б) ко вторичному;
- в) к третичному;
- г) к государственному;
- д) к частному.
- д) лесное хозяйство.

12. Наиболее близки понятия:

- а) работа и услуга;
- б) услуга и материальный товар;
- в) услуга и вещь;
- г) услуга и материальное благо.

13. Услугам свойственна:

- а) неосвязаемость;

- б) складированность;
- в) сохранность;
- г) определенность качества;
- д) возможность перепродажи.

14. К социальным услугам относятся:

- а) банковские;
- б) инжиниринговые;
- в) образовательные;
- г) ресторанные;
- д) страховые.

15. Услуги - это:

- а) деятельность, процесс;
- б) вещь, предмет;
- в) материальное благо;
- г) нематериальное благо.

16. Термин «услуга» ввел в научный оборот:

- а) Д. Белл;
- б) Ж.Б. Сэй;
- в) Ф. Бастиа;
- г) К. Кларк.

17. Какое из перечисленных свойств не присуще услугам?

- а) качественная определенность;
- б) недолговечность;
- в) невозможность перепродажи;
- г) невозможность транспортировки традиционным способом;
- д) неосязаемость.

18. Классификация услуг не предусматривает такую цель, как:

- а) изучение демографического состава населения;

- б) изучение спроса на услуги;
- в) учет предоставления услуг предприятиями и организациями различных организационно-правовых форм собственности;
- г) гармонизацию национальных и международных классификаций услуг.

19. В экономике понятие «Service» в широком смысле - это:

- а) услуга и обслуживание;
- б) обслуживание и одолжение;
- в) услуга и материальный товар;
- г) услуга и работа.

20. К классу потребительских услуг относятся:

- а) бытовые;
- б) инжиниринг;
- в) консалтинг;
- г) благотворительные;
- д) фрахт.

21. Для рынка услуг характерна:

- а) высокая скорость оборота капитала;
- б) низкая динамичность рыночных процессов;
- в) низкая степень дифференциации услуг;
- г) наличие четких границ.

22. В рыночный оборот не поступают:

- а) чисто общественные блага;
- б) чисто частные блага;
- в) услуги некоммерческих организаций;
- г) услуги иностранных производителей услуг.

23. Чисто частные блага:

- а) конкурентны;
- б) бесплатны;

- в) не поступают в рыночный оборот;
- г) неделимы.

24. Роль рынка услуг не состоит в том, чтобы:

- а) согласовывать государственную политику и идеологию;
- б) обеспечивать сбалансированность воспроизводственного процесса;
- в) увязывать спрос на услуги с их предложением;
- г) стимулировать производство социальных услуг.

25. Одной из особенностей рынка услуг является:

- а) важная роль неценовых барьеров входа на указанный рынок;
- б) низкая скорость оборота капитала;
- в) низкий уровень адаптивности;
- г) слабая сегментированность.

26. Рынок услуг характеризуется:

- а) важной ролью и «массовостью» малого и среднего бизнеса - производителя услуг;
- б) четкой обособленностью от рынка физических товаров;
- в) слабовыраженной дифференциацией услуг как рыночного продукта;
- г) все ответы правильные.

Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются следующие процедуры и технологии.

Практические задания (задачи).

Задача 1.

Предприятие составляет план продаж в стоимостном выражении на следующий год. Для этого необходимо вычислить среднегодовую цену товара за прошедший год. В начале года цена была 50 руб. за единицу, с 01.03 она повысилась на 15%, а с 01.06 – еще на 17%. Оборот по реализации за год составил 100 000 единиц, в том числе за 1 квартал – 20 000 шт., из них в марте – 8000; за 2 квартал – 35 000 шт., из них в июне – 16 000. Планируемый уровень инфляции на следующий год составляет 17%. Какую цену необходимо включить в план продаж?

Задача 2.

Предприятие составляет план продаж в стоимостном выражении на следующий год. Для этого необходимо вычислить среднегодовую цену товара за прошедший год. В начале года цена была 60 руб. за единицу, с 01.03 она повысилась на 20%, а с 01.06 – еще на 15%. Оборот по реализации за год составил 200 000 единиц, в том числе за 1 квартал – 40 000 шт., из них в марте – 10000; за 2 квартал – 50 000 шт., из них в июне – 20 000. Планируемый уровень инфляции на следующий год составляет 5%. Какую цену необходимо включить в план продаж?

Задача 3.

Магазин реализует три марки товаров А, В и С по ценам, рассчитанным на основе затрат: 11,50; 8,35 и 10,60 руб. за штуку соответственно. Товары А и С не были приняты рынком, а товар В реализуется хорошо. Предложите новые цены для А и С, если запланирован сбыт этих товаров 120 000, 540 000 и 230 000 штук соответственно. Рассчитайте новую цену для товара В, позволяющую сохранить первоначальный объем прибыли и покрывающую потери от удешевления А и С.

Задача 4.

Какое решение принять по выбору канала распределения по критерию эффективности?

Выбор из трех альтернатив:

- канал нулевого уровня: расходы, связанные с содержанием собственной розничной торговой сети, составляют 150 млн руб., издержки обращения – 100 млн руб., прибыль от реализации товара – 500 млн руб.;
- одноуровневый канал (использование посредника – розничной торговли): издержки обращения – 60 млн руб., прибыль – 30 млн руб.;
- двухуровневый канал (производитель продает товар оптовому посреднику): издержки обращения – 40 млн руб., прибыль – 120 млн руб.

Задача 5.

Какое решение принять по выбору канала распределения по критерию эффективности?

Выбор из трех альтернатив:

- канал нулевого уровня: расходы, связанные с содержанием собственной розничной торговой сети, составляют 200 млн. руб., издержки обращения – 150 млн. руб., прибыль от реализации товара – 600 млн. руб.;

- одноуровневый канал (использование посредника – розничной торговли): издержки обращения – 70 млн. руб., прибыль – 40 млн. руб.;

- двухуровневый канал (производитель продает товар оптовому посреднику): издержки обращения – 50 млн. руб., прибыль – 130 млн. руб.

Задача 6.

Фирма продает продукт через посредников предприятиям розничной торговли. Маржа оптовика составляет 10% от реализации. Фирма считает целесообразным нанять 20 торговых представителей, чтобы поставлять продукцию предприятиям розничной торговли напрямую. Прогнозируется, что затраты на 20 представителей составят 640 000 руб. плюс 2% от объема реализации продукта. При каком объеме продаж наличие своих представителей окажется для фирмы предпочтительнее, чем работа с посредниками?

Задача 7.

Фирма продает продукт через посредников предприятиям розничной торговли. Маржа оптовика составляет 15% от реализации. Фирма считает целесообразным нанять 30 торговых представителей, чтобы поставлять продукцию предприятиям розничной торговли напрямую. Прогнозируется, что затраты на 30 представителей составят 720 000 руб. плюс 3% от объема реализации продукта.

При каком объеме продаж наличие своих представителей окажется для фирмы предпочтительнее, чем работа с посредниками?

Задача 8.

Предприятие сферы услуг с февраля по май 2016 г. проводило серию рекламных акций. Всего на эту рекламную кампанию было потрачено 37 020 руб. За аналогичный период 2015 г. прибыль компании составила 945 000 руб. Определить эффект от проведенной рекламной кампании, если каждая отдельная рекламная акция принесла следующие дополнительные средства:

- акция 1 – 11 800 руб.;
- акция 2 – 29 200 руб.;
- акция 3 – 5500 руб.;
- акция 4 – 15 700 руб.;

- акция 5 – 6300 руб.;
- акция 6 – 11 8 700 руб.

Задача 9.

Предприятие сферы услуг с февраля по май 2016 г. проводило серию рекламных акций. Всего на эту рекламную кампанию было потрачено 40 000 руб. За аналогичный период 2015 г. прибыль компании составила 960 000 руб. Определить эффект от проведенной рекламной кампании, если каждая отдельная рекламная акция принесла следующие дополнительные средства:

- акция 1 –12 000 руб. ;
- акция 2 –30 000 руб. ;
- акция 3 –6000 руб. ;
- акция 4 –15 000 руб. ;
- акция 5 –8000 руб.;
- акция 6 –120 000 руб.

Задача 10.

Организация оказывает услуги по размещению рекламных материалов в местной прессе. Стоимость рекламы в газете «А» – 46 тыс. руб., в газете «Б» – 22 тыс. руб., в газете «В» – 18 тыс. руб. Средний тираж изданий – 58 тыс., 26 тыс. и 21 тыс. соответственно. Согласно социологическим исследованиям, 9% потребителей региона совершают покупки, получив информацию из газет. Средняя прибыль организации от обслуживания одного потребителя составляет 250 руб.

Найдите оптимальный путь информирования, определив число потенциальных потребителей, исходя из тиражей данных изданий: E_A – 4140 человек, E_B – 1980 человек, E_V – 1620 человек.

Задача 11.

Предприятие сферы услуг имело среднегодовую валовую прибыль 16,4 млн руб. Ситуация финансового кризиса подтолкнула предприятие к стратегическим изменениям. За первый же год внедрения новой стратегии прибыль выросла на 10%. Затраты на стратегические изменения, по оценкам высших менеджеров, составили 682 000 руб. Нужно рассчитать годовой экономический эффект от новой стратегии компании и рентабельность затрат на корректировочные мероприятия.

Задача 12.

Предприятие сферы услуг имело среднегодовую валовую прибыль 20 млн. руб. Ситуация финансового кризиса подтолкнула предприятие к стратегическим изменениям. За первый же год внедрения новой стратегии прибыль выросла на 15%. Затраты на стратегические изменения, по оценкам высших менеджеров, составили 650 000 руб. Нужно рассчитать годовой экономический эффект от новой стратегии компании и рентабельность затрат на корректировочные мероприятия.

Задача 13.

Сколько единиц продукции должно продать предприятие, чтобы а) обеспечить безубыточность производства, б) заработать прибыль в размере 300 тыс. руб. Все постоянные затраты составляют 600 тыс. руб.; переменные затраты на единицу продукции в руб.: сырье и материалы - 120, электроэнергия - 65, зарплата основных рабочих - 55; цена единицы продукции - 300 руб.

Задача 14.

Количество рабочих мест продавцов-консультантов магазина «Электрика» равно 15. Магазин работает без перерыва с 9 до 19 часов (в субботу с 10 до 18 часов), выходной – воскресенье. Время на подготовку рабочего места – 20 минут в день. Продолжительность рабочей недели продавца – 40 часов. Полное число рабочих дней на одного работника в год – 256. Эффективный фонд рабочего времени продавца-консультанта в год – 228 дней. Определите явочную и среднесписочную численность продавцов.

Задача 15.

Количество рабочих мест продавцов-консультантов магазина «Электротехника» равно 30. Магазин работает без перерыва с 9 до 19 часов (в субботу с 10 до 18 часов), выходной – воскресенье. Время на подготовку рабочего места – 20 минут в день. Продолжительность рабочей недели продавца – 40 часов. Полное число рабочих дней на одного работника в год – 256. Эффективный фонд рабочего времени продавца-консультанта в год – 228 дней. Определите явочную и среднесписочную численность продавцов.

ПК-5: Способность разрабатывать теоретические и методологические принципы, методы и способы управления социальными и экономическими системами.

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие процедуры и технологии.

1) Вопросы для собеседования:

1. Какие виды конкурентных стратегий предприятий сферы услуг вы знаете?
2. Какие причины способствуют развитию аутсорсинга в сфере услуг?
3. В чем сущность политики ценовой дискриминации и какие условия делают возможным ее применение, в том числе в сфере услуг?
4. Чем характеризуется рынок услуг Нижегородского региона?
5. Какие факторы влияют на развитие рынка услуг, а какие сдерживают развитие рынка услуг в России?
6. Какие виды рынка вы знаете и по каким критериям они классифицируются?
7. Какова роль малого и крупного бизнеса в функционировании рынка услуг?
8. Каковы причины, обуславливающие необходимость государственного вмешательства в сферу услуг?
9. Что понимается под государственным регулированием экономики?
10. Какие методы может использовать государство для регулирования экономики? В чем различие этих методов?
11. Какие методы функционирования и развития предприятий сферы услуг вам известны? Охарактеризуйте эти методы.
12. Какие наиболее острые проблемы в области государственного регулирования сферы услуг характерны для современной России?
13. В чем состоит роль субсидирования как инструмента регулирования величины спроса и предложения услуг?
14. Какие мероприятия способно регулировать государство в целях наращивания экспортного потенциала услуг?
15. Что представляет собой поддержка муниципальными органами малого бизнеса в сфере услуг?
16. Каковы инструменты и методы государственного воздействия на сферу услуг?
17. Какие социально значимые услуги вам известны?
18. Чем обусловлено быстрое развитие торговли услугами? Обоснуйте ответ.
19. Какие способы торговли услугами вам известны?
20. Какие наукоемкие услуги являются объектом торговли?

2) Темы докладов, презентаций:

1. Механизм повышения эффективности и качества услуг.
2. Современные тенденции развития организационно-экономических форм хозяйствования в сфере услуг.
3. Формирование и развитие отраслевых, региональных и общенациональных рынков услуг.
4. Особенности малых и средних форм предпринимательской деятельности в отраслях сферы услуг.
5. Организационно-экономические механизмы обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг.
6. Соотношение рыночных и государственных регуляторов в развитии отраслей и комплексов сферы услуг.
7. Обеспечение конкурентоспособности предприятий сферы услуг.
8. Формы государственной поддержки отечественных производителей в сфере услуг.
9. Повышение эффективности использования рыночных инструментов в сфере услуг.
10. Социальная инфраструктура предприятий в условиях рынка.
11. Факторы, влияющие на размещение и эффективность деятельности предприятий сферы услуг.

12. Экономические методы и критерии обоснования эффективности специализации и кооперирования в сфере услуг.

3) Тест №2.

1. Наиболее широко на рынке услуг применяется конкурентная стратегия:

- а) виолентная (силовая);
- б) эксплерентная (пионерская);
- в) коммутантная (соединительная);
- г) пациентная (нишевая).

2. Аутсорсинг предполагает решение дилеммы:

- а) производить самому или покупать;
- б) покупать или продавать;
- в) развивать свое производство или сокращать его;
- г) быть акционерным обществом или обществом с ограниченной ответственностью.

3. Целью применения аутсорсинга не является:

- а) повышение качества услуг;
- б) снижение издержек;
- в) усложнение собственных бизнес-процессов за счет непрофильных видов деятельности;
- г) нет правильных ответов.

4. К числу методов государственного регулирования, непосредственно влияющих на ограничение свободы выбора хозяйствующих субъектов, относятся:

- а) административные;
- б) экономические;
- в) косвенные;
- г) все ответы правильные.

5. Рыночные принципы производства услуг наиболее эффективны:

- а) в ресторанном деле;
- б) в области услуг скорой помощи;
- в) в области охраны общественного порядка;

г) в области муниципальных образовательных учреждений.

6. Укажите услуги, производство которых эффективно на основе применения рыночного механизма:

- а) рекламные;
- б) судебные;
- в) образовательные (школьное образование);
- г) в области охраны общественного порядка.

7. Что из перечисленного не относится к методам государственного воздействия?

- а) лицензирование, налоговые льготы;
- б) маркетинговые исследования;
- в) антимонопольные запреты;
- г) все ответы правильные.

8. Среди важнейших целей государственного регулирования социально-экономических процессов в сфере услуг можно выделить:

а) обеспечение прогрессивных сдвигов в отраслевой структуре и темпах их развития;

- б) запрет на конкуренцию;
- в) сокращение малого предпринимательства;
- г) все ответы правильные.

9. Производством каких услуг должно заниматься само государство:

- а) охраной национальной безопасности;
- б) бытовыми;
- в) туристскими;
- г) рекламными;
- д) ресторанными.

10. Какая из перечисленных проблем в области государственного регулирования сферы услуг является в современной России наиболее актуальной?

- а) стимулирование развития малого бизнеса;

- б) классификация услуг;
- в) статистический учет услуг;
- г) нет правильного ответа.

11. Какие из указанных услуг, как правило, не могут быть объектом внешней торговли:

- а) коммунальные;
- б) туристские;
- в) финансовые;
- г) страховые;
- д) медицинские.

12. В современных условиях создается механизм торговли услугами:

- а) универсальный;
- б) двусторонний;
- в) четырехсторонний;
- г) нет правильного ответа.

13. Какой вид услуг характеризуется низкой степенью участия клиентов и высокой степенью контакта с ним:

- а) услуги телерадиовещательных компаний;
- б) самообслуживание;
- в) услуги химчисток;
- г) ремонт бытовой техники.

14. На какой стадии жизненного цикла услуги осуществляются активные рекламные мероприятия и пропаганда:

- а) стадии разработки услуги;
- б) стадии внедрения услуги;
- в) стадии роста потребления;
- г) стадии зрелости.

15. Стадия насыщения рынка услугой характеризуется:

- а) обострением процесса конкуренции;

- б) прекращением производства услуги и заменой ее на новую услугу;
- в) непостоянством качества услуг;
- г) активными маркетинговыми мероприятиями.

16. Наиболее простым способом сбора информации, дающим возможность изучить поведение клиента как в прошлом, так и в настоящее время, с наименьшими затратами и высокой степенью точности считается:

- а) наблюдение;
- б) эксперимент;
- в) исследование;
- г) моделирование.

17. Каков оптимальный метод удовлетворения человеческих потребностей в сфере услуг:

- а) бесконтактное обслуживание;
- б) гарантийное обслуживание;
- в) неформальное обслуживание;
- г) нет правильного ответа.

18. Метод или форма обслуживания является:

- а) определенным способом предоставления услуг заказчику;
- б) предоставлением информации клиенту;
- в) оказанием услуги клиенту;
- г) нет правильного ответа.

19. Совокупность предприятий сферы сервиса и их сервисная деятельность – это:

- а) индустрия сферы услуг;
- б) инфраструктура сферы услуг;
- в) индустрия сервиса;
- г) все ответы правильные.

20. Важнейшей задачей предприятия сферы услуг во всех случаях является:

- а) социальное обеспечение;

б) получение дохода от реализации потребителям выполненных работ, оказанных услуг;

в) общественное питание;

г) нет правильного ответа.

21. Дает покупателям возможность получить за свои деньги большую ценность, а фирме - преимущества за счет сочетания низких издержек и широкой дифференциации товаров, стратегия конкуренции:

а) прямых затрат;

б) косвенных издержек;

в) оптимальных издержек;

г) все ответы правильные.

22. К каким факторам относится оптимальный уровень доходности размещения розничных торговых предприятий:

а) социологическим факторам;

б) экономическим факторам;

в) политическим факторам;

г) демографическим факторам.

23. Какая функция оптовой торговли обеспечивает построение и гармонического функционирования экономических систем с помощью импульсов, стимулирующих структурные изменения:

а) социологическая функция;

б) регулирующая функция;

в) стимулирующая функция;

г) надзорная функция.

24. Стадия хозяйственной деятельности, характеризующая движение материальных благ и услуг от одного субъекта к другому, называется:

а) сервисом;

б) обменом;

в) услугой;

г) производством.

Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются следующие процедуры и технологии.

Практические задания (задачи).

Задача 16.

На предприятии сферы услуг за счет совершенствования технологии, планируется повысить производительность труда на 10 %, а заработную плату – на 5 %. Удельный вес заработной платы в себестоимости услуг составляет 30 %. Рассчитайте, как указанные изменения отразятся на себестоимости услуг.

Задача 17.

На предприятии сферы услуг за счет совершенствования технологии, планируется повысить производительности труда на 15%, а заработную плату – на 7%. Удельный вес заработной платы в себестоимости услуг составляет 35 %. Рассчитайте, как указанные изменения отразятся на себестоимости услуг.

Задача 18.

В I квартале предприятие реализовало 5 000 шт. по цене 80 тыс. руб. за одну штуку, что покрывало расходы предприятия, но не дало прибыли. Общие постоянные расходы составляют 70 000 тыс. руб., удельные переменные - 60 тыс. руб. Во II квартале было реализовано 6 000 штук. В III квартале планируется увеличить прибыль на 10% по сравнению со II кварталом. На сколько должно быть дополнительно реализовано продукции, чтобы увеличить прибыль на 10%?

Задача 19.

Определить размер посреднической надбавки в % к оптовой цене, если продукция реализуется в розничный магазин по цене 18,7 руб. за ед. в количестве 120 шт. Издержки обращения оптового посредника на всю продукцию - 328,8 руб. при рентабельности 30%. Ставку НДС принять равной 18%.

Задача 20.

Определить размер посреднической надбавки в % к оптовой цене, если продукция реализуется в розничный магазин по цене 20 руб. за ед. в количестве 200 шт. Издержки обращения оптового посредника на всю продукцию - 250 руб. при рентабельности 25%. Ставку НДС принять равной 18%.

Задача 21.

Определить размер посреднической надбавки в % к оптовой цене, если продукция реализуется в розничный магазин по цене 10 руб. за ед. в количестве 100 шт. Издержки

обращения оптового посредника на всю продукцию - 200 руб. при рентабельности 30%. Ставку НДС принять равной 18%.

Задача 22.

В I квартале организация реализовала продукции 5 000 ед. по цене 80 руб. Общие постоянные расходы составляют 70 000 руб., удельные переменные расходы - 60 руб. Во II квартале реализовано на 100 ед. больше, а постоянные расходы удалось сократить на 20%. Определить величину прибыли (убытка) от реализации продукции в I и II кварталах, а также ее прирост в абсолютном и относительном выражении.

Задача 23.

Сравнить рентабельность продукции за три квартала и указать наиболее рентабельный квартал деятельности на основе следующих данных:

Показатель	Кварталы года		
	I	II	III
1. Количество реализованной продукции, шт.	1 500	2 000	1800
2. Цена 1 изделия, руб.	60	60	60
3. Себестоимость 1 изделия, руб.	50	52	48

Задача 24.

Определить прибыль от реализации продукции, если предприятие реализовало 1 000 изделий А и 2 500 изделий Б. Остатки нерезализованной продукции на начало года: А - 200 изделий, Б - 150 изделий, на конец года: Б - 50 изделий. Рыночная цена изделий А- 80 руб., Б - 65 руб. Полная себестоимость ед. продукции А - 70 руб., Б - 50 руб.

Задача 25.

Определите объем товарной и реализованной продукции, исходя из следующих данных:

Показатели	Кол-во, шт.	Цена за ед.,	Сумма, тыс. руб.
		тыс. руб.	
1. Товарная продукция:			
А	4 500	100	
Б	3 200	80	
В	7 300	55	

Г	2 500	72	
2. Услуги другим организациям и медицинскому учреждению, находящемуся на балансе организации			25 800
3. Остатки нереализованной продукции:			
на начало года			38 200
на конец года			45 600

Задача 26.

Определите объем товарной и реализованной продукции, исходя из следующих данных:

Показатели	Кол-во, шт.	Цена за ед., тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.
1. Товарная продукция:			
А	5000	200	
Б	3000	100	
В	7000	60	
Г	4000	80	
2. Услуги другим организациям и медицинскому учреждению, находящемуся на балансе организации			27 650
3. Остатки нереализованной продукции:			
на начало года			35 500
на конец года			50 100

Задача 27.

Разработать систему скидок за объем закупок товара, если стандартный размер оптовой партии, продаваемой без скидки, - 2000 шт. Скидки: 5%, 10%, 15%. Цена за единицу товара - 5000 руб., маржинальный доход на единицу продукции - 2500 руб.

Задача 28.

Предприятие рассматривает возможность предложить скидку в размере 2 % и считает, что ею воспользуются 25 % клиентов. Период погашения дебиторской задолженности в этом случае уменьшится с 2 мес. до 1,5 мес. Объем продаж в кредит - 8 млрд руб. в год, минимальная норма прибыли - 15 %. Определить результаты предоставления скидки.

Задача 29.

Показатели работы предприятия за месяц: объем продаж - 6000 шт.; от-пускная цена за единицу продукции - 12 000 руб.; переменные издержки на единицу продукции - 6000 руб.; постоянные издержки периода - 20 млн руб. Для увеличения объемов продаж рассматривается снижение цены на 10 %. Предполагается, что увеличение объема продаж может быть обеспечено без повышения постоянных издержек. Определить, как это отразится на прибыли. Как должен возрасти объем продаж, чтобы компенсировались потери прибыли из-за снижения цены? Известно, что объем продаж может увеличиться на 20 % при снижении цены на 10 %.

Процедуры и технологии для оценивания результатов обучения в виде знаний, умений и владений приведены в фонде оценочных средств (приложении к рабочей программе дисциплины).

Вопросы к зачету:

1. Сущность услуги. Отличительные характеристики услуг.
2. Услуга и ее роль в современной экономике. Сфера услуг в современном обществе.
3. Качество услуги. Эволюция сферы услуг в Российской Федерации.
4. Виды и типы деятельности в сфере услуг. Экономические основы сферы услуг.
5. Основные подходы к характеристике сферы услуг.
6. Жизненный цикл услуги. Классификация услуг.
7. Особенности предпринимательской деятельности на российском рынке услуг.
8. Роль и значение рынка услуг в современных условиях.
9. Регулирование рынка услуг. Специфика саморегулирования в сфере услуг.
10. Участие потребителей в сервисных процессах сервисных компаний.
11. Особенности поведения потребителей на рынке услуг и уровни обслуживания клиентов.
12. Формирование доступности потребительских услуг.
13. Создание целевой аудитории клиентов в сфере сервиса. Позиционирование услуг.
14. Предпродажные услуги. Послепродажные услуги. Гарантийный сервис. Послегарантийный сервис.
15. Транспортные услуги. Стратегии развития транспортных услуг.
16. Ресторанный бизнес: общие понятия и классификация. Развитие ресторанного бизнеса.
17. Аудит и аудиторские услуги. Порядок проведения аудиторской проверки.
18. Консалтинговые услуги.
19. Потребительская новизна. Инновационная деятельность как фактор новизны.
20. Критерии конкурентоспособности услуг. Классификация критериев конкурентоспособности услуг. Общая характеристика конкурентоспособности услуг.
21. Роль оценки конкурентоспособности услуг в предпринимательской деятельности.
22. Факторы конкурентоспособности услуг.
23. Имидж предприятия сферы услуг.
24. Факторы, влияющие на имидж услуги.
25. Виды конкурентных преимуществ.

26. Информативность услуг.
27. Изменение цены и качества услуг как стратегия обеспечения конкурентоспособности.
28. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности услуг.
29. Сбытовые факторы в обеспечении конкурентоспособности предприятий сферы услуг.
30. Сервисные факторы в обеспечении конкурентоспособности предприятий сферы услуг.
31. Связь сбытовых и сервисных факторов с конкурентоспособностью предприятия сферы услуг.
32. Принципы оценки конкурентоспособности услуг.
33. Критерии оценки конкурентоспособности услуг.
34. Особенности и методы оценки конкурентоспособности услуг.
35. Сущность и особенности услуг розничной и оптовой торговли.
36. Виды и типы торговых предприятий: розничная торговая сеть, торговый центр, торговый комплекс, гипермаркет и супермаркет, молл, дискаунтер, интернет - магазин.
37. Особенности развития потребительского рынка. Стимулирование торговой активности и привлечение инвестиций.
38. Особенности современного рынка и услуг общественного питания.
39. Общая характеристика системы обеспечения конкурентоспособности. Принципы системы обеспечения конкурентоспособности.
40. Методы моделирования сферы услуг. Сущность моделирования. Парадигмы моделирования.
41. Основные этапы построения моделей сервисной деятельности и оказания услуг. Классификация моделей и видов моделирования.
42. Способы моделирования: системное и процессное моделирование.
43. Организация сервисного предприятия. Взаимодействие с муниципальными и государственными структурами.
44. Подходы к определению качества услуг. Особенности качества услуг.
45. Модель Кано. Оценка качества услуг.
46. Обеспечение качества услуг. Качество торгового обслуживания.
47. Показатели качества услуг торговли и критерии их оценки.
48. Стабильность уровня качества товаров и услуг.
49. Подлинность и фальсификация услуг. Меры обеспечения подлинности услуг.
50. Оценка и подтверждение соответствия услуг.
52. Стандартизация услуг.
53. Организация услуг.
54. Понятие и значение логистического сервиса.
55. Управленческий контроль на предприятиях сферы услуг.
56. Цели, задачи и критерии разработки и принятия управленческих решений на предприятиях сферы услуг.
57. Информационное обеспечение разработки и принятия управленческих решений на предприятиях сферы услуг.
58. Основные методологические подходы к разработке управленческих решений по функционированию и развитию предприятий сферы услуг.
59. Клиентоориентированность в области предоставления услуг.

6.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

- Положение «О проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в ННГУ», утверждённое приказом ректора ННГУ от 13.02.2014 г. №55-ОД,

- Положение о фонде оценочных средств, утвержденное приказом ректора ННГУ от 10.06.2015 №247-ОД.
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре ННГУ, утвержденное приказом ректора ННГУ от 29.12.2017 №625-ОД.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Управление функционированием и развитием предприятий сферы услуг».

а) основная литература:

1. Липсиц И. В. Экономика [Электронный ресурс]: Учебник для студентов вузов / Липсиц И.В., - 8-е изд., стер. - М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 607 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=550145> - Загл. с экрана.
2. Рыкалина О. В. Логистические ресурсы потенциалы материального производства и сферы услуг [Электронный ресурс]: / Рыкалина О.В. - М.:Дашков и К, 2018. - 270 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=558332> - Загл. с экрана.
3. Гукова О. Н. Организация предприятий сервиса [Электронный ресурс]: практикум / О.Н. Гукова, А.М. Петрова. - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. - 384 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=536889> - Загл. с экрана.
4. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Электронный ресурс] : Учебное пособие / М. В. Виноградова, З. И. Панина. - 8-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 448 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=511993> - Загл. с экрана.

б) дополнительная литература:

1. Милл Р. К. Лалаян Е. Управление рестораном [Электронный ресурс]: Учебник для студентов вузов / Милл Р.К., Лалаян Е. - 3-е изд. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 535 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=883747> - Загл. с экрана.
2. Хмырова С. В. Ресторанный маркетинг [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / Хмырова С.В. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 255 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=882505> - Загл. с экрана.
3. Христофоров А. В. Христофорова И. В. Суглобов А. Е. Маркетинговые коммуникации в сфере услуг :специфика применения и инновационные подходы [Электронный ресурс]: Моногр./Христофоров А.В.,Христофорова И.В; под ред. Суглобова-М.: ИЦ РИОР,НИЦ ИНФРА-М,2015.-159 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=528057> - Загл. с экрана.
4. Елисеев А. С. Экономика [Электронный ресурс]: / Елисеев А.С. - М.:Дашков и К, 2017. - 528 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430577> - Загл. с экрана.
5. Бардовский В. П. Экономика [Электронный ресурс] : Учебник / В.П. Бардовский, О.В. Рудакова, Е.М. Самородова. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 672 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=494222> - Загл. с экрана.

6. Расков Н. В. Экономика России: проблемы роста и развития [Электронный ресурс] : Монография / Н.В. Расков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 186 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=447342> - Загл. с экрана.
7. Басовский Л. Е. Экономика [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 375 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=373048> - Загл. с экрана.
8. Кудина М. В. Экономика [Электронный ресурс] : Учебник / М.В. Кудина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 368 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=407697> - Загл. с экрана.
9. Чкалова О. В. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий [Электронный ресурс] : Учебник / О.В. Чкалова. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 384 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=424923> - Загл. с экрана.
10. Оканова Т. Н. Налогообложение коммерческой деятельности [Электронный ресурс] : Учебно-практическое пособие / Оканова Т.Н. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 287 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=884332> - Загл. с экрана.
11. Дегтярева О. И. Международное торговое дело [Электронный ресурс] : Учебник / Дегтярева О.И., Васильева Т.Н., Гаврилова Л.Д.; Под ред. Дегтяревой О.И. - М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 608 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=661773> - Загл. с экрана.
12. Лупей Н. А. Финансы торговых организаций [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / Лупей Н.А., - 2-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 143 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=883796> - Загл. с экрана.
13. Никулина Н. Н. Организация коммерческой деятельности предприятий [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / Никулина Н.Н., Эриашвили Н.Д. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 319 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=884227> - Загл. с экрана.
14. Иванов Г. Г. Организация коммерческой деятельности малых и средних предприятий [Электронный ресурс] : Учебное пособие/Г.Г.Иванов, Ю.К.Баженов - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=502697> - Загл. с экрана.
15. Давыдкина И. Б. Проектирование и организация торгового пространства предприятий розничной торговли и общественного питания [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Давыдкина И.Б. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 266 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=899751> - Загл. с экрана.
16. Жулидов С. И. Организация торговли [Электронный ресурс] : учебник / С.И. Жулидов. - М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2017. - 352 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=905831> - Загл. с экрана.
17. Башаримова С. И. Организация торговли [Электронный ресурс] : Практикум / Башаримова С.И., Грицкова Я.В., Дасько М.В. - Мн.:РИПО, 2014. - 295 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=947740> - Загл. с экрана.

18. Мрыхина Е. Б. Мрыхина Е.Б. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания [Электронный ресурс] : учебник / Е.Б. Мрыхина. - М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2017. - 416 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=752579> - Загл. с экрана.

19. Васюкова А. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания / Васюкова А., Любецкая Т.Р. - М.: Дашков и К, 2017. - 416 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=512131> - Загл. с экрана.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

При освоении дисциплины применяется следующее программное обеспечение: «Microsoft Office Word 2003», «Microsoft Office Word 2007», «Microsoft Office Excel 2003», «Microsoft Office Excel 2007», «Microsoft Office Power Point 2003», «Microsoft Office Power Point 2007».

2. Системное программное обеспечение «Microsoft Windows XP Professional Service Pack 3».

Интернет-ресурсы:

Н
HYPERLINK

"

h

Н
У

Н

5. <https://new-retail.ru/> - Портал «New Retail».

Н

Н

Н

Н

Н
У

Н
У

Н
У
Р
Е

Н
У

Н
У
Р
Е
R
L
I

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины «Управление функционированием и развитием предприятий сферы услуг»

Реализация данной учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательских работ аспирантов, предусмотренных программой учебной дисциплины и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам, в частности:

1. Аудитории, оборудованные мультимедийными проекторами.
2. Компьютерные классы.
3. Оборудованные кабинеты и аудитории.

В самостоятельной и аудиторной работе с аспирантами активно используется единая информационная база. Для самостоятельной работы студентов организован индивидуальный доступ к персональным компьютерам с выходом в Internet.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.06.01 «Экономика» (подготовка кадров высшей квалификации).

Доцент кафедры торгового дела ННГУ им. Н.И.
Лобачевского, к.э.н., доцент

Кирюшин С.А.

Рецензент, зав. кафедрой сервиса и туризма
ННГУ им. Н.И. Лобачевского, д.э.н., профессор

Ефремова М.В.

Зав. кафедрой торгового дела ННГУ им. Н.И.
Лобачевского, д.э.н., профессор

Чкалова О.В.

Программа одобрена на заседании методической комиссии Института экономики и пред-
принимательства, протокол № 3 от 15 марта 2021 года.

