

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой
Торгового дела и маркетинга
подпись, инициалы, фамилия
Ю. Ю. Сулова
« 27 » июня 20 18 г.
Торгово-экономический
институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Торгового дела и маркетинга
подпись, инициалы, фамилия
Ю. Ю. Сулова
« 27 » июня 20 18 г.
Торгово-экономический
институт, реализующий дисциплину

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ РЫНОК УСЛУГ

Дисциплина Б1.В.ДВ.12.2 Рынок услуг
индекс и наименование дисциплины (на русском и иностранном языке при реализации
на иностранном языке) в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом

Направление подготовки/специальность 38.03.06 Торговое дело
код и наименование направления подготовки/специальности

Направленность (профиль) 38.03.06.01 «Коммерция»
код и наименование направленности (профиля)

форма обучения очная

год набора 2018

1. Красноярск 2018

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

38.00.00 Экономика и управление

код и наименование укрупненной группы

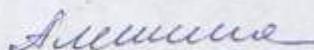
Направления подготовки /специальность (профиль/специализация)

38.03.06 Торговое дело

38.03.06.01 «Коммерция»

код и наименование направления подготовки (профиля)

Программу составили О.Г. Алешина



инициалы, фамилия, подпись

инициалы, фамилия, подпись

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель дисциплины: формирование у студентов представлений об особенностях развития и функционирования рынка услуг на макро- и микроуровнях, механизмов его институционального и саморегулирования, определяющих масштабы спроса и предложения услуг.

Курс «Рынок услуг» призван сформировать у студентов взгляд на теорию и практику функционирования рынка услуг, показать механизмы современного экономического управления фирмой на рынке услуг. Особое внимание уделяется изучению специфики услуг, способам дифференциации поведения фирмы на рынке услуг и индивидуализации работы с конечным потребителем.

Изучение данной дисциплины позволяет углубить теоретические знания и практические навыки обучающихся в области экономики и управления в сфере услуг.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Основные задачи дисциплины:

- сформировать у студентов общее представление об организации и функционировании рынка услуг;
- определить понятийный аппарат, используемый в науке и практике хозяйствования для анализа и оценки развития рынка услуг;
- использовать статистическую информацию и соответствующие методы для анализа процессов имеющих место на мировых и отечественных рынках услуг;
- сформировать навыки применения аналитических методик и использовать методы анализа и управления развитием организации (предприятия) на рынке услуг;
- формирование основных навыков работы фирмы на рынке услуг;
- развитие способностей идентификации возможных проблем предприятия, работающего на рынке услуг и их решения.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина предусматривает освоение компетенций ПК-8 и ПК-10.

ПК-8- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	
Знать:	- инновационные тенденции в организации услуг для обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания
Уметь:	- проводить исследования качества торговых услуг; - проводить экспертизу целесообразности внедрения услуг в целях повышения качества торгового обслуживания
Владеть:	-методами проведения расчетов эффективности услуги и обслуживания
ПК-10- способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	

Знать:	-сущность и особенности методики исследований рынка услуг, этапы проведения маркетинговых исследований рынка услуг
Уметь:	-проводить маркетинговые исследования рынков услуг
Владеть:	- навыками методиками исследований рынка услуг, способностью анализировать и оценивать информацию, характеризующую рынок услуг

1.4 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Рынок услуг» Б1.В.ДВ.12.2 соответствует Государственному образовательному стандарту высшего профессионального образования направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» третьего поколения.

«Рынок услуг» (Б1.В.ДВ.12.2) по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленность (профиль) 38.03.06.01 «Коммерция», 38.03.06.02 «Маркетинг в торговой деятельности» (уровень академический бакалавриат), входит в Блок 1 вариативной части дисциплин по выбору. Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении предшествующих курсов: Маркетинг, Основы предпринимательства.

Дисциплины, для которых освоение дисциплины «Рынок услуг» необходимо как предшествующее: Маркетинговые коммуникации, Поведение потребителей, Конкуренция на товарных рынках, Рекламная деятельность.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре учебного процесса. Общий объем 108 часов, в т. ч. 36 часов – аудиторных занятий, 72 часа – самостоятельная работа, зачет.

1.5 Особенности реализации дисциплины

Дисциплина реализуется на русском языке без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц	семестр
		3
Общая трудоемкость дисциплины	108/3	108/3
Контактная работа с преподавателем:	36/1,0	36/1,0
занятия лекционного типа	18/0,5	18/0,5
занятия семинарского типа	18/0,5	18/0,5
в том числе: семинары		
практические занятия	18/0,5	18/0,5
практикумы		
лабораторные работы		
Самостоятельная работа обучающихся:	72/2,0	72/2,0
изучение теоретического курса (ТО)	18/0,5	18/0,5
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)	18/0,5	18/0,5
реферат, эссе (Р)	18/0,5	18/0,5
тесты (Т)	18/0,5	18/0,5
Вид промежуточной аттестации (зачет)		зачет

3. Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час),	Формируемые компетенции
			Семинары и/или практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
Модуль 1. Рынок услуг в национальной экономике России		6/0,18	6/0,18		24/0,6	ПК-10, ПК-8
1	Рынок услуг: понятие, состав. Роль и место сферы услуг в экономике страны	2/0,06	2/0,06		8/0,2	ПК-10, ПК-8
2	Основные сектора сферы услуг и их характеристика. Тенденции и закономерности развития рынка услуг в России.	2/0,06	2/0,06		8/0,2	ПК-10, ПК-8
3	Отраслевая специализация и кооперация на рынке услуг.	2/0,06	2/0,06		8/0,2	ПК-10, ПК-8
Модуль 2. Субъекты экономических отношений в сфере услуг и их характеристика		6/0,18	6/0,18		24/0,6	ПК-10, ПК-8
4	Предприятия, организации на рынке услуг: понятие, цели, задачи деятельности в рыночном хозяйстве.	2/0,06	2/0,06		8/0,2	ПК-10, ПК-8
5	Виды предпринимательских структур на рынке услуг.	2/0,06	2/0,06		8/0,2	ПК-10, ПК-8
6	Факторы, определяющие деятельность предприятий, организаций сферы услуг	2/0,06	2/0,06		8/0,2	ПК-10, ПК-8
Модуль 3. Ресурсный потенциал предприятий, организаций сферы услуг		6/0,18	6/0,18		24/0,6	ПК-10, ПК-8
7	Экономический потенциал предприятий, организаций на рынке услуг: понятие, составные элементы, виды и их характеристика.	2/0,06	2/0,06		8/0,2	ПК-10, ПК-8
8	Человеческий и информационный ресурс сферы услуг и его значение в эффективности функционирования предприятий.	2/0,06	2/0,06		8/0,2	ПК-10, ПК-8
9	Методы анализа и прогнозирования развития рынка услуг.	2/0,06	2/0,06		8/0,2	ПК-10, ПК-8
Итого		18/0,5	18/0,5		72/2,0	-

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Объём в акад. часах	
		Всего	В том числе в инт. форме
1	2	3	4
Модуль 1. Рынок услуг в национальной экономике России		6/0,18	2/0,06
1	Рынок услуг: понятие, состав. Роль и место сферы услуг в экономике страны	2/0,06	2/0,06
2	Основные сектора сферы услуг и их характеристика. Тенденции и закономерности развития рынка услуг в России.	2/0,06	-
3	Отраслевая специализация и кооперация на рынке услуг.	2/0,06	-
Модуль 2. Субъекты экономических отношений в сфере услуг и их характеристика		6/0,18	2/0,06
4	Предприятия, организации на рынке услуг: понятие, цели, задачи деятельности в рыночном хозяйстве.	2/0,06	-
5	Виды предпринимательских структур на рынке услуг.	2/0,06	2/0,06
6	Факторы, определяющие деятельность предприятий, организаций сферы услуг	2/0,06	-
Модуль 3. Ресурсный потенциал предприятий, организаций сферы услуг		6/0,18	2/0,06
7	Экономический потенциал предприятий, организаций на рынке услуг: понятие, составные элементы, виды и их характеристика.	2/0,06	-
8	Человеческий и информационный ресурс сферы услуг и его значение в эффективности функционирования предприятий.	2/0,06	-
9	Методы анализа и прогнозирования развития рынка услуг.	2/0,06	2/0,06
Итого		18/0,5	6/0,18

3.3 Занятия семинарского типа (практические)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Объём в акад. часах	
		Всего	В том числе в инт. форме
1	2	3	4
Модуль 1. Рынок услуг в национальной экономике России		6/0,18	2/0,06
1	Рынок услуг: понятие, состав. Роль и место сферы услуг в экономике страны	2/0,06	-
2	Основные сектора сферы услуг и их характеристика. Тенденции и закономерности развития рынка услуг в России.	2/0,06	2/0,06
3	Отраслевая специализация и кооперация на рынке услуг.	2/0,06	-
Модуль 2. Субъекты экономических отношений в сфере услуг и их характеристика		6/0,18	2/0,06
4	Предприятия, организации на рынке услуг: понятие, цели, задачи деятельности в рыночном хозяйстве.	2/0,06	-
5	Виды предпринимательских структур на рынке услуг.	2/0,06	-
6	Факторы, определяющие деятельность предприятий, организаций сферы услуг	2/0,06	2/0,06
Модуль 3. Ресурсный потенциал предприятий, организаций сферы услуг		6/0,18	2/0,06
7	Экономический потенциал предприятий, организаций на рынке услуг: понятие, составные элементы, виды и их характеристика.	2/0,06	2/0,06
8	Человеческий и информационный ресурс сферы услуг и его значение в эффективности функционирования предприятий.	2/0,06	-
9	Методы анализа и прогнозирования развития рынка услуг.	2/0,06	-
Итого		18/0,5	6/0,18

3.4 Лабораторные занятия

Учебным планом не предусмотрены

4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Методические указания по проведению практических занятий для студентов направления 38.03.06.02 Маркетинг в торговой деятельности
2. Методические указания для самостоятельной работы студентов направления 38.03.06.02 Маркетинг в торговой деятельности

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

5.1 Перечень видов оценочных средств

В соответствии с учебным планом, формами контроля по дисциплине «Рынок услуг» является зачет.

Целью итогового контроля является проверка усвоения студентами теоретического материала по темам курса.

Зачет по дисциплине может проводиться в зависимости от целесообразности и успеваемости студентов в течение учебного семестра в следующих формах:

- в письменном виде (письменный ответ студентов на поставленные преподавателем вопросы и задания);
- в форме устного собеседования по основным вопросам курса.

Оценочными средствами для контроля освоения дисциплины являются:

- тесты
- темы рефератов, эссе

- вопросы к зачету.

Оценочные средства и критерии их оценки представлены в Фонде оценочных средств Приложения к рабочей программе.

Рекомендованные оценочные средства для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

Категории обучающихся	Виды оценочных средств	Форма контроля и оценки результатов обучения
С нарушением слуха	Тесты, рефераты, контрольные вопросы	Преимущественно письменная проверка
С нарушением зрения	Контрольные вопросы	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушением опорно-двигательного аппарата	Решение тестов, контрольные вопросы дистанционно	Организация контроля с помощью электронной оболочки MOODLE, письменная проверка

Студентам с ограниченными возможностями здоровья увеличивается время на подготовку ответов к зачёту, разрешается готовить ответы с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Могут использоваться собственные технические средства. Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5.2 Контрольные вопросы и задания

В соответствии с учебным планом, формами контроля по дисциплине «Рынок услуг» является зачет. Зачет по дисциплине может проводиться в зависимости от целесообразности и успеваемости студентов в течение учебного семестра в следующих формах:

- в письменном виде (письменный ответ студентов на поставленные преподавателем вопросы и задания);
- в форме устного собеседования по основным вопросам курса.

Контрольные вопросы для усвоения дисциплины (для зачета):

1. Рынок услуг: понятие, состав
2. Роль и место сферы услуг в экономике страны.
3. Услуги: понятие, сущность, отличительные характеристики, виды.
4. Отраслевая специализация и кооперация на рынке услуг в современных условиях.
5. Рынок услуг и качество жизни населения, их взаимосвязи и взаимовлияние.
6. Поведение потребителей на рынке товаров и услуг: отличительные признаки
7. Отраслевой и корпоративный подходы к формированию организации рынка услуг
8. Виды предпринимательских структур на рынке услуг и их классификация.
9. Факторы, определяющие деятельность предприятия рынка услуг в современных условиях и их характеристика.
10. Территориальные аспекты развития рынка услуг.
11. Экономические основы функционирования некоммерческих организаций на рынке услуг.
12. Экономический потенциал предприятий, организаций рынка услуг и его характеристика.
13. Ресурсный потенциал предприятий рынка услуг: понятие, состав,
14. Взаимодействие отдельных видов ресурсов и их роль в деятельности предприятия на рынке услуг
15. Материально-вещественные ресурсы рынка услуг: понятие, экономическое содержание, состав, воспроизводство.
16. Основные фонды предприятий рынка услуг: понятие, состав, виды, методика исчисления эффективности использования.
- 17.оборотные средства предприятий рынка услуг: сущность, виды, методика исчисления эффективности использования.
18. Кадры предприятий рынка услуг: понятие, виды, методика определения эффективности использования.
19. Интеллектуальный потенциал человеческого ресурса и его характеристика.
20. Образовательные услуги и их роль в воспроизводственных процессах ресурсного потенциала предприятий, организаций рынка услуг.
21. Информационный ресурс и подходы к эффективности его использования на рынке услуг.

22. Система управления предприятием рынка услуг: организация, элементы

23. Методы и виды управления, эволюция систем управления предприятием на рынке услуг

24. Программно-целевое управление на рынке услуг и его роль в решении значимых проблем развития экономики.

25. Методы анализа и прогнозирования развития рынка услуг.

«Зачтено» содержание ответа раскрывает сущность экзаменационных вопросов, излагается без особых затруднений; правильное решение задачи, практического задания с достаточным обоснованием полученных результатов; достаточные ответы на дополнительные вопросы по программному материалу.

«Не зачтено» - ответ студента свидетельствует о фрагментарности его знаний, неумении выстроить логическую схему изложения знаний по вопросам зачета, задача решена неверно; ответы на дополнительные вопросы по программному материалу поверхностны.

5.3 Темы письменных работ

Темы эссе:

1. Природа и сущность услуг, их место в экономике.
2. Маркетинговые исследования на рынке услуг.
3. Стратегии ценообразования в сфере услуг.
4. Программа продвижения услуг на рынок.
5. Проведение рекламной компании на рынке услуг (на примере)
6. Содержание и специфика банковского маркетинга.
7. Общие характеристики рынка банковских услуг.
8. Сегментирование рынка банковских услуг.
9. Конкурентные преимущества и позиции банка на рынке.
10. Позиционирование банковских услуг на рынке.
11. Ценовая политика банка.
12. Коммерциализация образования и формирования рынка образовательных услуг в России.
13. Сущность и особенности маркетинга в сфере образования.
14. Стратегии маркетинга образовательных услуг.
15. Ценообразование на рынке образовательных услуг.
16. Комплекс маркетинга и продвижение образовательных услуг на рынке.
17. Формирование имиджа учебного заведения, и реклама на рынке образовательных услуг.
18. Ценообразование на медицинские услуги.
19. Влияние способа оплаты и мотивацию клиентов и поставщиков медицинских услуг.
20. Методы продвижения медицинских услуг на рынке.
21. Особенности спроса на медицинские услуги и спроса на медицинское страхование.
22. Сущность маркетинга в организациях социальной сферы и его особенности.

23. Способы продвижения социальных услуг: реклама, PR, представительская реклама.
24. Маркетинг в страховом бизнесе.
25. Общие характеристики и маркетинг страховых услуг на рынке.

Темы рефератов:

1. Ассортиментная политика в сфере услуг.
2. Возможность использования скидок в сфере услуг.
3. Возрастание роли услуг в современной экономике.
4. Выбор метода ценообразования в маркетинге услуг.
5. Главные причины отличия рынка услуг от других рынков.
6. Государственное регулирование в сфере услуг, его формы.
7. Жизненный цикл услуги.
8. Изменчивость как характеристика услуги.
9. Инновационная политика в системе маркетинга услуг (4 этапа).
10. Классификация услуг.
11. Коммуникации на рынке услуг.
12. Комплекс маркетинга в сфере услуг и особенности его реализации.
13. Конкурентные стратегии на рынке услуг.
14. Конкуренция на рынке услуг.
15. Концепция маркетинга в сфере услуг.
16. Критерии для выделения непроизводственной сферы, ее характеристика.
17. Маркетинговая среда предприятия услуг.
18. Матрица сегментации услуг (потребителей).
19. Методы оценки конкурентоспособности услуг.
20. Неосвязаемость услуги как характеристики услуги.
21. Неразрывность производства и потребления услуги.
22. Общая коммуникативная модель в сфере услуг.
23. Общие черты услуг, объединяющие их в сферу услуг.
24. Основа классификации услуг.
25. Особенности рынка услуг.
26. Планирование маркетинга в сфере услуг (принципы).
27. Понятие и особенности жизненного цикла услуг.
28. Понятие имиджа услугами и ее продуцента.
29. Понятие услуги, развитие сферы услуг.
30. Постановка задач ценообразования в сфере услуг.
31. Процесс разработки новой услуги, задачи маркетолога.
32. Процесс установления цены на услугу (этапы).
33. Регулирование мирового рынка услуг.
34. Реклама услуг.
35. Рынок услуг и его особенности.
36. Специфика маркетинга услуг.
37. Спрос на услуги, виды спроса.
38. Структура рынка услуг России.
39. Территориальные аспекты развития рынка услуг.

40. Типы услуг и соответствующие им сферы услуг (пять групп).
41. Услуги в современной экономике.
42. Факторы, учитываемые при разработке содержания рекламного обращения.
43. Формирование маркетинга услуг в мировой и российской практике.
44. Формирование мирового рынка услуг.
45. Формирование рынка услуг.
46. Формирование цены на услугу.
47. Характеристики услуг.
48. Ценовые системы рынка услуг.
49. Ценовые системы, применяемые в сфере услуг.
50. Этапы разработки новой услуги.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Экономика предприятия: Учебник. Практикум / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 448 с.
2. Маркетинг услуг: Учебник / О. Н. Романенкова, И. М. Синяева, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 252 с.
3. Мокий, М.С. Экономика фирмы: учебник и практикум для бакалавров / М.С. Мокий, О.В. Азоева, В.С. Ивановский; под ред. М.С. Мокия. - 2-е изд. перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2014. - 334 с
4. Олейник А. Н. Институциональная экономика: учеб. пособие для вузов по экон. и управленч. специальностям / А. Н. Олейник. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 415 с.
5. Фридман, А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества :учебник / А.М. Фридман .— 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ИТК "Дашков и К", 2015
6. Экономическая теория. Политическая экономия : учебник для вузов / ред. И. К. Ларионов, Н. Н. Пилипенко, В. Н. Щербаков. - 3-е изд. - М. : Дашков и К, 2010. - 730 с.
7. Основы коммерции [Текст] : учебное пособие: [для вузов по специальностям 080301 "Коммерция (торговое дело)" и 080111 "Маркетинг"] / Г. А. Яковлев. - Москва : ИНФРА-М, 2016. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=484736>

Дополнительная литература

1. Грибов В.Д. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие/В.Д.Грибов,В.П.Грузинов,В.А.Кузьменко.-М.:КНОРУС,2012.-408 с.
2. Горелик, О.М. Управленческий учет и анализ [Текст]: учебное пособие / О.М. Горелик, Л.А. Парамонова, Э.Ш. Низамова. - М.: КНОРУС, 2015. - 254 с.
3. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия:

учебник / Г. В. Савицкая. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 536 с.

4. Самарина, В.П. Основы предпринимательства [Текст]: учебное пособие / В.П. Самарина. - 2-е изд., перераб. - М.: КНОРУС, 2015. - 222 с.

5. Самойлович В.Г. Экономика предприятия /В.Г.Самойлович, Е.К.Телушкина.-М.: Академия,2012.-224 с.

6. Симкина, Л.Г. Макроэкономика [Текст]: учебное пособие / Л.Г. Симкина. – М.: КНОРУС, 2014. - 336 с.

7. Управление человеческими ресурсами: учебник для бакалавров / под ред. И.А. Максимцева, Н.А. Горелова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Изд-во Юрайт, 2014. - 526 с

8. Шеремет А.Д. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия /А.Д. Шеремет.-М.: Экономика, 2010.-210 с.

9. Пустынникова Е. Экономика Предприятий Общественного Питания: Учебное Пособие Для Вузов По Направлению "Торговое Дело. Москва КноРус 2015;

10. Экономика предприятия: учебник/ под ред. В.М. Семенова. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2010. – 416 с.

11. Экономика торгового предприятия: учебник для вузов / под ред. А. И. Гребнева. –М.: Экономика, 2009. – 238 с.

12. Экономика фирмы : учебник / под ред. В.Я. Горфинкеля.- М.: Юрайт, 2011.- 688 с.

13. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: Электронный ресурс: электронный учебник / под ред. В.В. Трофимова. - М.: КНОРУС, 2013

14. Береза, Н. В. Рынок информационных услуг: современные тенденции и перспективы развития [Электронный ресурс] : [монография] / Н. В. Береза.- Москва : Директ-Медиа, 2014. - 179 с. Режим доступа:

http://lib3.sfu-kras.ru/ft/lib2/elib_dc/direct_01.06.2020/i-008613960.pdf

15. Совершенствование оценки состояния и развития потребительского рынка [Текст] : автореферат дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 : защищена 11.06.2015 / Т. И. Гурьянов ; науч. рук. С. Д. Капелюк ; Сиб. ун-т потреб. кооперации. - Красноярск, 2015.

16. Развитие сервисной деятельности малого и среднего бизнеса в сфере консультационных услуг [Текст] : автореферат дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 : защищена 20.03.2015 / Ю. П. Грабоздин ; науч. рук. А. П. Жабин ; Самар. гос. эконом. ун-т. - Самара, 2015.

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

- <http://www.4p.ru> - Электронный журнал по маркетингу, включает статьи по вопросам теории и практики маркетинга, готовые маркетинговые исследования рынков товаров и услуг и др.

- <http://www.e-xecutive.ru> - Портал профессионального сообщества менеджеров, включает результаты маркетинговых исследований рынков, публикации по маркетингу
- <http://www.marketing.spb.ru> - Энциклопедия маркетинга, представлены маркетинговые исследования товарных рынков, рынков промышленных товаров, услуг, книги и статьи по маркетингу и др.
- <http://marketing.rbc.ru> - Портал компании РосБизнесКонсалтинг, включает результаты маркетинговых исследований товарных рынков и рынков услуг, регионов
- <http://www.sostav.ru> - Информационно-аналитический портал «Маркетинг, реклама, PR», включает информацию об участниках рынка маркетинговых услуг, аналитическую информацию по рынкам товаров и услуг, информацию о выставках, конференциях и др.
- <http://www.advertology.ru> - Сайт посвящен рекламе, маркетингу и PR, статьи, информацию о конференциях
- <http://www.elitarium.ru> - Центр дистанционного бизнес-образования предлагает статьи ведущих специалистов в различных областях знания, в том числе и маркетинга
- <http://www.marketology.ru> - Сайт Гильдии маркетологов включает аналитическую информацию о рынках товаров и услуг, информацию о конференциях и семинарах статьи, интервью, результаты исследований
- <http://www.creatiff.ru> - Портал содержит обзоры рекламных кампаний, авторская аналитика, истории о создании рекламы, ошибки в рекламе, юмор, статьи и пр.
- <http://www.reklamaster.com> - первый портал о маркетинге и рекламе
- <http://www.advi.ru> - Ведущий российский журнал о брендинге и креативе «Рекламные идеи»

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Формы организации учебного процесса по дисциплине «Рынок услуг»:

Лекции.

Главная задача лекционных занятий по дисциплине «Рынок услуг» - обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности к осуществлению аналитической деятельности, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

2. Практические занятия.

Практические занятия предназначены для углубленного изучения дисциплины «Рынок услуг». На практических занятиях идет осмысление теоретического материала, формируется умение убедительно формулировать собственную точку зрения, приобретаются навыки профессиональной деятельности.

Для успешного овладения приемами решения конкретных задач студенту предоставляется возможность предварительного ознакомления с методикой

решения задач. Далее студенту предлагаются типовые задачи, решение которых позволяет отработать стереотипные приемы, используемые при решении задач, осознать связь между полученными теоретическими знаниями и конкретными проблемами, на решение которых они направлены.

3. Семинарские занятия.

Семинарские занятия по дисциплине «Рынок услуг» формируют исследовательский подход к изучению учебного материала. Главной целью семинаров является обсуждение наиболее сложных теоретических вопросов курса.

4. Контроль качества знаний.

Представляет собой проверку результатов учебно-познавательной деятельности студентов в процессе изучения дисциплины «Рынок услуг».

Итоговый контроль знаний студентов включает экзамен (итоговая аттестация по дисциплине).

5. Самостоятельная работа студентов.

СРС по дисциплине «Рынок услуг» включает самостоятельную работу с лекционным (теоретическим) материалом, подготовку к семинарским или практическим работам, самостоятельную работу с литературой, информационными базами данных, и является необходимым этапом для освоения теоретических знаний.

Изучение дисциплины предусматривает выполнение бакалаврами самостоятельной работы, позволяющей получить дополнительные знания, а также развивающей навыки и умения исследовательской и проектной работы. Самостоятельная работа является одним из важнейших направлений работы студентов при изучении дисциплины «Рынок услуг».

Самостоятельная работа студентов регламентируется графиком учебного процесса. Учебным планом предусмотрено 108 часов / 3,0 зачетных единиц

в т. ч. самостоятельная работа: 72 часа / 2,0 зачетных единиц

из них 18 часов – на изучение теоретического материала;

18 часов – на подготовку реферата и эссе;

18 часов – на решение задач;

18 часов – на решение тестов.

Основными направлениями самостоятельной работы студентов являются:

- изучение теоретического материала по теме, решение задач, упражнений;
- подготовка к семинарским занятиям;
- изучение и конспектирование литературных источников по теме семинара;
- выполнение контрольных домашних заданий по некоторым темам курса;
- подготовка вопросов или тем курса, вынесенных на самостоятельную работу;
- составление библиографии, анализ, обобщение литературы по теме реферата;
- подготовка реферата и эссе;
- подготовка к экзамену.

Для самостоятельной работы по перечисленным темам необходимо изучить приведенные в разделе 4 учебно-методические материалы по дисциплине.

Осуществляется как промежуточный контроль самостоятельной работы студента (на практических занятиях по соответствующим темам), так и итоговый тест, результаты которого будут учитываться при проведении зачета.

Взаимосвязь аудиторной и самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Рынок услуг» заключается в необходимости подготовки студентов к семинарским и практическим занятиям, включая дополнение текстов лекций по дисциплине, написание рефератов по проблемным вопросам маркетинга.

Индивидуальная работа со студентами заключается в персональном общении преподавателя со студентом внеаудиторных часов по следующим проблемам:

1. Обобщение и разъяснение наиболее сложных сегментов пройденного материала.
2. Консультации студентов по решению задач.
3. Консультации для подготовки докладов на семинарские занятия.
4. Представление дополнительных знаний по проблемам, не входящим в основной материал курса.
5. Помощь в углубленном изучении материала курса студентам, занимающимся научными исследованиями и по индивидуальным планам обучения.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации в зависимости от нозологии:

Для лиц с нарушением зрения:

- в форме электронного документа

Для лиц с нарушением слуха:

- в печатной форме
- в форме электронного документа

Для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата

- в печатной форме
- в форме электронного документа

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

1	Операционные системы Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицензиат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный
2	Офисный пакет Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицензиат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный
3	Антивирус ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лицензиат EAV-0189835462 от 10.04.2017;
4	Kaspersky Endpoint Security Лицензиат 2462-170522-081649-547-546 от 22.05.2017

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

Студентам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:

ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам: <http://window.edu.ru/>

Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <http://elibrary.ru>

Университетская библиотека онлайн: www.biblioclub.ru

ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <http://grebennikon.ru>

Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: <http://dvs.rsl.ru> (доступ к полному тексту), <http://diss.rsl.ru> (доступ к каталогу)

Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <http://www.znaniium.com>

Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook.com>

Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»: <http://rucont.ru>

Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <http://elcat.kgtei.ru:82/>

10. Материально-техническая база, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).

