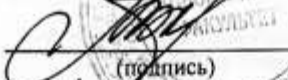


Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

Экономический факультет  
Кафедра «Торговое дело»

УТВЕРЖДАЮ:  
Декан Экономического факультета

  
Е.С. Тхор  
(подпись)

« 21 » апреля 2023 года

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### «КОММЕРЦИЯ УСЛУГ»

По направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело  
Профиль подготовки: «Коммерческая деятельность»

## Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Коммерция услуг» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело – 29 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Коммерция услуг» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (утверждённый приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 26.11.2020 г. № 963, зарегистрировано в Минюсте России 25.08.2020 г. № 59428).

### СОСТАВИТЕЛИ:

д-р экон. наук, проф. Болдырев К.А.

старший преподаватель Ретивцев И.В.



Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Торговое дело» «18» марта 2023 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой

«Торговое дело»



д-р экон. наук, проф. Болдырев К.А.

Переутверждена: «  »                    2023 г., протокол №           

Согласована (для обеспечивающей кафедры):

Переутверждена: «  »                    2023 г., протокол №           

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии Экономического факультета «21» апреле 2023 г., протокол № 4.

Председатель учебно-методической  
комиссии Экономического факультета



Шаповалова Е.Н.

© Болдырев К.А., 2023 год  
© Ретивцев И.В., 2023 год  
© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ», 2023 год

## Структура и содержание дисциплины

### 1. Цели и задачи дисциплины, её место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины заключается в формировании у обучающихся систематизированных знаний относительно классификации, функционирования и процесса эффективного управления коммерческой деятельностью в сфере услуг, на основе знаний о современных подходах к организации деятельности в данной сфере.

**Задачами** данного курса является получение обучающимися:

знаний о специфике современной сферы услуг, в т.ч. формирование сервисной системы;

знаний особенности сферы услуг на мировом рынке, а также роль и место современной сферы услуг в экономическом развитии производственного профиля макроэкономической системы;

знаний особенности структурирования сферы услуг в контексте модели цепочек добавления ценности и специфики функционирования сферы услуг в условиях открытости макроэкономической системы;

знаний особенности технологии управления спросом и предложением в сфере услуг, а также особенности управления персоналом организации сферы услуг;

умений прогнозирования спроса на услуги, осуществления реализации маркетинговой деятельности в сфере услуг и оценивания качества услуг;

навыков использования методологии оценивания эффективности функционирования сферы услуг.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Коммерция услуг» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 дисциплин подготовки.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются базовые знания макро- и микроэкономики, а также базовые умения и навыки проведения экономического анализа и оценивания эффективности функционирования коммерческих структур, в том числе в части организации общего управления и организации коммерческой деятельности.

Содержание дисциплины основывается на материалах изученных ранее дисциплин, в том числе: «Коммерческая деятельность», «Международная экономика и бизнес», «Инновационные методы и технологии в профессиональной деятельности», «Конкурентоспособность товаров и услуг», «Международная торговля», «Электронная коммерция».

Целесообразным представляется параллельное изучение с данным курсом дисциплин: «Организация, технология и проектирование коммерческих предприятий», «Франчайзинг».

Курс «Коммерция услуг» является необходимым для освоения универсальных и профессиональных компетенций по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», а также необходимым для самостоятельной исследовательской деятельности обучающегося и для написания выпускной квалификационной работы.

### 3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
<b>ПК-4.</b> Способен обеспечивать проведение маркетингового исследования с использованием	<b>ПК-4.2.</b> Использует знания об особенностях конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг	<b>знать:</b> специфику современной сферы услуг, в т.ч. формирование сервисной системы; особенности сферы услуг на мировом рынке, а также роль и место современной сферы услуг в экономическом развитии производственного профиля

инструментов комплекса маркетинга		<p>макроэкономической системы; особенности структурирования сферы услуг в контексте модели цепочек добавления ценности и специфики функционирования сферы услуг в условиях открытости макроэкономической системы; особенности технологии управления спросом и предложением в сфере услуг, а также особенности управления персоналом организации сферы услуг</p> <p><b>уметь:</b> прогнозировать спрос на услуги, осуществлять реализацию маркетинговой деятельности в сфере услуг и оценивать качества услуг</p> <p><b>владеть:</b> навыками использования методологии оценивания эффективности функционирования сферы услуг</p>
-----------------------------------	--	--

#### 4. Структура и содержание дисциплины

##### 4.1. Объём учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объём часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
<b>Общая учебная нагрузка (всего)</b>	<b>108 ч. (3 зач. ед.)</b>	<b>108 ч. (3 зач. ед.)</b>	<b>108 ч. (3 зач. ед.)</b>
<b>Обязательная контактная работа (всего), в том числе:</b>	<b>48</b>	<b>32</b>	<b>12</b>
Лекции	24	16	6
Семинарские занятия	-	-	-
Практические занятия	24	16	6
Лабораторные работы	-	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса ( <i>расчётно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i> )	-	-	-
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	<b>60</b>	<b>76</b>	<b>96</b>
Форма аттестации	зачёт	зачёт	зачёт

##### 4.2. Содержание разделов дисциплины

**Тема 1. Тенденции развития сферы услуг, понятия «сфера услуг», «услуга».** Сфера услуг в мировой экономике. Подходы к определению сферы услуг. Понятие «услуга».

**Тема 2. Классификации услуг.** Классификации услуг по К. Лавлоку. Другие классификации услуг.

**Тема 3. Формирование сервисной системы.** Понятие «сервисная система». Подходы к формированию сервисной системы. Сервисный план. Гиперреальный опыт потребления услуг. Размещение организаций сферы услуг.

**Тема 4. Управление спросом и предложением.** Согласование спроса и предложения в организациях сферы услуг. Подходы к управлению спросом и предложением в организациях сферы услуг. Использование моделей массового обслуживания при управлении мощностью организаций сферы услуг.

**Тема 5. Прогнозирование спроса на услуги.** Процесс прогнозирования спроса на услуги. Методы прогнозирования.

**Тема 6. Маркетинг организаций сферы услуг.** Маркетинговый комплекс в сфере услуг. Сервисный треугольник. Маркетинг взаимоотношений и транзакционный маркетинг. Восстановление услуги и система гарантий.

**Тема 7. Управление персоналом организаций сферы услуг.** Специфика персонала организаций сферы услуг. Наделение полномочиями. Цикл провала и цикл успеха. Модель сервисной цепочки прибыли.

**Тема 8. Качество услуг.** Специфика определения качества услуг. Гар-модель. Методика SERVQUAL и зона толерантности. Комбинации использования Гар-модели, методики SERVQUAL и зоны толерантности.

**Тема 9. Услуги на мировом рынке.** Понятие «международная торговля услугами». Торговля услугами: общемировые тенденции. Детерминанты конкурентного преимущества стран.

**Тема 10. Роль и место современной сферы услуг в экономическом развитии производственного профиля макроэкономической системы.** Формирование сферы услуг под меняющуюся внешнюю среду, базовые цели рынка. Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности (ОКПД 2) ОК 034-2014 (КПЕС 2008). Методические подходы, применяемые для анализа сферы услуг. Сервисная логистика. Законодательная база РФ в части классификации видов экономической деятельности.

**Тема 11. Структурирование сферы услуг в контексте модели цепочек добавления ценности.** Модель цепочки добавления ценности М.Ю. Портера. Классификации и структуризации бизнес-процессов на основе модели «Международный язык бизнеса» – The International Business Language. Виды анализа, оцениваемые через структуризацию бизнес-процессов формирования ценности продукта: – визуализация компании или её конкурента; – выявление сильных и слабых сторон; – сопоставление конкурирующих компаний; – определение потенциальной совместимости при слиянии / поглощении; – сеть создания ценности; – управление взаимоотношениями с потребителями; – обслуживание потребителей; – управление спросом; – управление выполнением заказов; – управление производством / операциями; – управление снабжением; – разработка продукта и доведение его до коммерческого использования; – управление возвратными материальными потоками. Ключевые бизнес-процессы в сфере логистики предприятия.

**Тема 12. Специфика функционирования сферы услуг в условиях открытости макроэкономической системы.** Преимущества модели открытой экономики, экономические понятия, связанные с открытой экономикой «взаимность» и «уязвимость». Особенности открытой экономики, национальная инновационная система, рост объёмов сферы услуг. Алгоритм управления потоками инноваций. Выталкивающая система управления потоками инноваций. Вытягивающая система управления потоками инноваций.

**Тема 13. Методология оценки эффективности функционирования сферы услуг.** Элементы общепринятой схемы анализа эффективности сферы услуг. Целеориентированный подход определения эффективности сферы услуг. Подход на основе анализа интегральных показателей по И.В. Кундрату. Подход на основе сравнения среди других экономических субъектов. Показатели эффективности FCIL. Показатели эффективности ENAPS.



## 4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объём часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Тенденции развития сферы услуг, понятия «сфера услуг», «услуга»	2	2	2
2	Классификации услуг	2	2	2
3	Формирование сервисной системы	2	2	2
4	Управление спросом и предложением	2	2	-
5	Прогнозирование спроса на услуги	2	2	-
6	Маркетинг организаций сферы услуг	2	2	-
7	Управление персоналом организаций сферы услуг	2	2	-
8	Качество услуг	2	2	-
9	Услуги на мировом рынке	2	-	-
10	Роль и место современной сферы услуг в экономическом развитии производственного профиля макроэкономической системы.	2	-	-
11	Структурирование сферы услуг в контексте модели цепочек добавления ценности.	2	-	-
12	Специфика функционирования сферы услуг в условиях открытости макроэкономической системы.	2	-	-
13	Методология оценки эффективности функционирования сферы услуг.	-	-	-
<b>Итого:</b>		<b>24</b>	<b>16</b>	<b>6</b>

## 4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объём часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Тенденции развития сферы услуг, понятия «сфера услуг», «услуга»	2	-	-
2	Классификации услуг	2	-	-
3	Формирование сервисной системы	2	-	-
4	Управление спросом и предложением	2	-	2
5	Прогнозирование спроса на услуги	2	2	2
6	Маркетинг организаций сферы услуг	2	2	2
7	Управление персоналом организаций сферы услуг	2	2	-
8	Качество услуг	2	2	-
9	Услуги на мировом рынке	2	2	-
10	Роль и место современной сферы услуг в экономическом развитии производственного профиля макроэкономической системы	2	2	-
11	Структурирование сферы услуг в контексте модели цепочек добавления ценности	2	2	-
12	Специфика функционирования сферы услуг в условиях открытости макроэкономической системы	2	2	-

13	Методология оценки эффективности функционирования сферы услуг	-	-	-
<b>Итого:</b>		<b>24</b>	<b>16</b>	<b>6</b>

#### 4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объём часов		
			Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Тенденции развития сферы услуг, понятия «сфера услуг», «услуга»	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4	5	6
2	Классификации услуг	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4	5	6
3	Формирование сервисной системы	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4	5	6
4	Управление спросом и предложением	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4	5	6
5	Прогнозирование спроса на услуги	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4	5	6
6	Маркетинг организаций сферы услуг	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4	5	6
7	Управление персоналом организаций сферы услуг	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4	5	8
8	Качество услуг	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4	5	8
9	Услуги на мировом рынке	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4	5	9
10	Роль и место современной сферы услуг в экономическом развитии производственного профиля макроэкономической системы	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	8	9
11	Структурирование сферы услуг в контексте модели цепочек добавления ценности	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	8	9
12	Специфика функционирования сферы услуг в условиях открытости макроэкономической системы	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	8	9

13	Методология оценки эффективности функционирования сферы услуг	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	7	8
<b>Итого:</b>			<b>60</b>	<b>76</b>	<b>96</b>

**4.6. Курсовые работы / проекты по дисциплине «Коммерция услуг» не предполагаются учебным планом.**

### **5. Образовательные технологии**

Преподавание дисциплины ведётся с применением следующих видов образовательных технологий:

– традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства обучающихся, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

– технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности и творческой самостоятельности обучающихся, предполагающие последовательную и целенаправленную постановку перед обучающимся познавательных задач, решение которых позволяет обучающимся активно усваивать знания (используются: поисковые методы; постановка познавательных задач);

– технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности обучающихся, их реализацию и развитие;

– технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебной дисциплины за счёт объединения занятий в тематические блоки;

– технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении по индивидуальному учебному плану);

– технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей, в том числе и обучающихся с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования;

– технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности обучающегося (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.п.

Практические занятия проводятся с использованием современных образовательных технологий, в том числе проблемных, развивающих и информационных (электронные образовательные ресурсы, включая Moodle).

Высокая эффективность педагогического процесса достигается путём конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и/или их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:**

#### **а) основная литература**

1. Восколович Н. А. Экономика платных услуг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 441 с.

2. Головцова И. Г. Менеджмент конкурентоспособности организаций сферы услуг: учебн. пособ. / И. Г. Головцова, К.М. Туманов. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2018. – 82 с. – URL :



<https://elibrary.ru/item.asp?id=37258260> – Доступ после регистрации.

3. Дорохин Ю. С. Проектирование процесса оказания услуг: учебн. пособ. / Ю. С. Дорохин, А. Н. Сергеев, Н. Н. Сергеев, П. Н. Медведев, А. В. Сергеева, Д. В. Малий, К. С. Дорохина. – Тула : Изд-во ТулГУ, 2016. – 140 с. – URL : <https://elibrary.ru/item.asp?id=25878956> – Доступ после регистрации.

4. Клименко Т. И. Теория и методология управления эффективностью комплекса отраслей сферы услуг / Т. И. Клименко. – Казань : Издательство КНИТУ, 2017. – 96 с.

5. Пешина Э. В. Экономика сферы услуг : учебн. пособ. / рук. авт. кол. Э. В. Пешина ; Федер. агентство по образованию, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во УрГЭУ, 2009. – 324 с. – URL : <https://elibrary.ru/item.asp?id=26553521> – Доступ после регистрации.

6. Хорева Л. В. Глобализация международных рынков услуг. Л. В. Хорева, А. В. Шраер; учебн. пособ. 2-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Изд-во Инфо-да, 2022. – 64 с. – URL : <https://elibrary.ru/item.asp?id=47722392> – Доступ после регистрации.

#### **б) дополнительная литература**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ.

2. Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 04.05.2011 г. № 99-ФЗ.

3. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОК 029-2014) (КДЕС Ред. 2), утверждён Приказом Росстандарта от 31.01.2014 г. № 14-ст.

4. Ахтамова Г. А. Управление рисками в сфере услуг: монография / Г. А. Ахтамова; под ред. проф. Б. Ф. Зайцева. – Москва : Издательство «Палеотип», 2004. – 120 с.

5. Валигурский Д. И. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика / Д. И. Валигурский. – Москва : Дашков и Ко, 2017. – 410 с.

6. Валигурский Д. И. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Т. 2 : монография / под науч. ред. д.э.н., проф. Д. И. Валигурского. – Москва : Дашков и Ко, 2019. – 324 с.

7. Гурова Т. И. Маркетинг в сфере услуг : учебн. пособ. / Т. И. Гурова. – LAP LAMBERT Academic Publishing, 2016. – URL : <https://elibrary.ru/item.asp?id=25746560> – Доступ после регистрации.

8. Давыденко Н. И. Сервисная деятельность: учебн. пособ. / Н. И. Давыденко, Т. В. Крапива. – Кемеровский технологический институт пищевой промышленности. – Кемерово, 2008. – 110 с.

9. Дьяченко О. Н. Техника и технология оказания услуг: практикум для студентов / О. Н. Дьяченко. – Брянск : Новый проект, 2021. – 142 с. – URL : <https://elibrary.ru/item.asp?id=45710730> – Доступ после регистрации.

10. Еремеева Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг / Н. В. Еремеева, С. Л. Калачев. – Москва : КолосС, 2006. – 192 с. (учебн. и учебн. пособ. для студ. высш. учебн. зав.).

11. Карнаухова В. К. Сервисная деятельность: учебн. пособ. / В. К. Карнаухова [и др.]; под общ. ред. Ю. М. Краковского. – Москва : ИКЦ «Март», 2006 – 256 с.

12. Мошонкина А. О. Электронная коммерция в интернете / А. О. Мошонкина, А. Р. Петрова // Сборник научных трудов: Современный менеджмент и управление: тенденции и перспективы развития. – Симферополь, 2020. – С. 257-263. – URL : <https://elibrary.ru/item.asp?id=44555693> – Доступ после регистрации.

13. Разорвин И. В. Маркетинг услуг : учебн. пособ. / И. В. Разорвин, М. П. Логинов, Н. В. Усова [и др.]; Уральский институт управления – филиал РАНХиГС. – Екатеринбург, 2019. – 188 с. – URL : <https://elibrary.ru/item.asp?id=42600296> – Доступ после регистрации.

14. Романович Ж. А. Сервисная деятельность: учебник / Ж. А. Романович, С. Л. Калачев / под общ. ред. проф. Ж. А. Романовича. – Москва : Дашков и Ко, 2006. – 284 с.

15. Синяева И. М. Маркетинг в коммерции / И. М. Синяева. – Москва : Дашков и Ко, 2011. – 548 с.

16. Соловьева Ю. Н. Маркетинг услуг : учебн. пособ. / Ю. Н. Соловьева, А. Ю. Курочкина. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2021. – 109 с. – URL : <https://elibrary.ru/item.asp?id=48089274> – Доступ

после регистрации.

17. Специальные дисциплины магистерской подготовки программы «Маркетинг в сфере услуг»: учебн.-метод. пособ. для самост. раб. / сост. Т. Г. Бутова, О. Л. Егошина, А. Н. Жираткова [и др.]. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2012. – 148 с.

18. Сфера услуг: менеджмент : учебн. пособ. / коллектив авторов: под ред. Т. Д. Бурменко. – Москва : КНОРУС, 2015. – 416 с.

**в) методические рекомендации** – сформулированы непосредственно в заданиях предоставляемых к проведению практических занятий.

**г) интернет-ресурсы:**

1. Министерство образования и науки Российской Федерации. – URL : <http://минобрнауки.рф/>

2. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки. – URL : <http://obrnadzor.gov.ru/>

3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. – URL : <http://fgosvo.ru>

4. Федеральный портал «Российское образование». – URL : <http://www.edu.ru/>

5. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». – URL : <http://window.edu.ru/>

6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. – URL : <http://fcior.edu.ru/>

7. Справочная правовая система «Консультант Плюс». – URL : <https://www.consultant.ru/sys/>

**д) электронные библиотечные системы и ресурсы**

1. Научная электронная библиотека Elibrary.ru. – URL : <http://elibrary.ru/>

2. Электронно-библиотечная система StudMed.ru. – URL : <https://www.studmed.ru>

3. Научная библиотека им. А.Н. Коняева ЛГУ им. В. Даля. – URL : <http://biblio.daluniver.ru/>

**7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины**

Освоение дисциплины «Коммерция услуг» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащённое компьютером с доступом в сеть Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	<a href="https://www.libreoffice.org/">https://www.libreoffice.org/</a> <a href="https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice">https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice</a>
Операционная система	UBUNTU 19.04	<a href="https://ubuntu.com/">https://ubuntu.com/</a> <a href="https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu">https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu</a>
Браузер	FirefoxMozilla	<a href="http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx">http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx</a>
Браузер	Opera	<a href="http://www.opera.com">http://www.opera.com</a>
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	<a href="http://www.mozilla.org/ru/thunderbird">http://www.mozilla.org/ru/thunderbird</a>
Файл-менеджер	FarManager	<a href="http://www.farmanager.com/download.php">http://www.farmanager.com/download.php</a>
Архиватор	7Zip	<a href="http://www.7-zip.org/">http://www.7-zip.org/</a>

Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	<a href="http://www.gimp.org/">http://www.gimp.org/</a> <a href="http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8">http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8</a> <a href="http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP">http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP</a>
Редактор PDF	PDFCreator	<a href="http://www.pdfforge.org/pdfcreator">http://www.pdfforge.org/pdfcreator</a>
Аудиоплеер	VLC	<a href="http://www.videolan.org/vlc/">http://www.videolan.org/vlc/</a>

## 8. Оценочные средства по дисциплине

### Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Коммерция услуг»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ПК-4. Способен обеспечивать проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Пороговый	<b>знать:</b> специфику современной сферы услуг, в т.ч. формирование сервисной системы; особенности сферы услуг на мировом рынке, а также роль и место современной сферы услуг в экономическом развитии производственного профиля макроэкономической системы; особенности структурирования сферы услуг в контексте модели цепочек добавления ценности и специфики функционирования сферы услуг в условиях открытости макроэкономической системы; особенности технологии управления спросом и предложением в сфере услуг, а также особенности управления персоналом организации сферы услуг
		Базовый	<b>уметь:</b> прогнозировать спрос на услуги, осуществлять реализацию маркетинговой деятельности в сфере услуг и оценивать качества услуг
		Высокий	<b>владеть:</b> навыками использования методологии оценивания эффективности функционирования сферы услуг
Основной			
Заключительный			

**Перечень компетенций (элементов компетенций),  
формируемых в результате освоения учебной дисциплины**

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1.	<b>ПК-4.</b>	Способен обеспечивать проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	<b>ПК-4.2.</b> Использует знания об особенностях конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг	<p><b>Тема 1.</b> <i>Тенденции развития сферы услуг, понятия «сфера услуг», «услуга»</i></p> <p><b>Тема 2.</b> <i>Классификации услуг.</i></p> <p><b>Тема 3.</b> <i>Формирование сервисной системы</i></p> <p><b>Тема 4.</b> <i>Управление спросом и предложением</i></p> <p><b>Тема 5.</b> <i>Прогнозирование спроса на услуги</i></p> <p><b>Тема 6.</b> <i>Маркетинг организаций сферы услуг</i></p> <p><b>Тема 7.</b> <i>Управление персоналом организаций сферы услуг</i></p> <p><b>Тема 8.</b> <i>Качество услуг</i></p> <p><b>Тема 9.</b> <i>Услуги на мировом рынке</i></p> <p><b>Тема 10.</b> <i>Роль и место современной сферы услуг в экономическом развитии производственного профиля макроэкономической системы</i></p> <p><b>Тема 11.</b> <i>Структурирование сферы услуг в контексте модели цепочек добавления ценности</i></p> <p><b>Тема 12.</b> <i>Специфика функционирования сферы услуг в условиях открытости макроэкономической системы</i></p> <p><b>Тема 13.</b> <i>Методология оценки эффективности функционирования сферы услуг</i></p>	8

**Показатели и критерии оценивания компетенций,  
описание шкал оценивания**

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	<p><b>ПК-4.</b> Способен обеспечивать проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p><b>ПК-4.2.</b> Использует знания об особенностях конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг</p>	<p><b>знать:</b> специфику современной сферы услуг, в т.ч. формирование сервисной системы; особенности сферы услуг на мировом рынке, а также роль и место современной сферы услуг в экономическом развитии производственного профиля макроэкономической системы; особенности структурирования сферы услуг в контексте модели цепочек добавления ценности и специфики функционирования сферы услуг в условиях открытости макроэкономической системы; особенности технологии управления спросом и предложением в сфере услуг, а также особенности управления персоналом организации сферы услуг</p> <p><b>уметь:</b> прогнозировать спрос на услуги, осуществлять</p>	<p><b>Тема 1.</b> <i>Тенденции развития сферы услуг, понятия «сфера услуг», «услуга»</i></p> <p><b>Тема 2.</b> <i>Классификации услуг</i></p> <p><b>Тема 3.</b> <i>Формирование сервисной системы</i></p> <p><b>Тема 4.</b> <i>Управление спросом и предложением</i></p> <p><b>Тема 5.</b> <i>Прогнозирование спроса на услуги</i></p> <p><b>Тема 6.</b> <i>Маркетинг организаций сферы услуг</i></p> <p><b>Тема 7.</b> <i>Управление персоналом организаций сферы услуг</i></p> <p><b>Тема 8.</b> <i>Качество услуг</i></p> <p><b>Тема 9.</b> <i>Услуги на мировом рынке</i></p> <p><b>Тема 10.</b> <i>Роль и место современной сферы услуг в экономическом развитии производственного профиля макроэкономической</i></p>	<p>вопросы для обсуждения на практических занятиях; контрольные вопросы; аналитические и проектные практические задания; контрольный тест</p>



		<p>реализацию маркетинговой деятельности в сфере услуг и оценивать качества услуг</p> <p><b>владеть:</b></p> <p>навыками использования методологии оценивания эффективности функционирования сферы услуг</p>	<p><i>системы</i></p> <p><b>Тема 11.</b> <i>Структурирование сферы услуг в контексте модели цепочек добавления ценности</i></p> <p><b>Тема 12.</b> <i>Специфика функционирования сферы услуг в условиях открытости макроэкономической системы</i></p> <p><b>Тема 13.</b> <i>Методология оценки эффективности функционирования сферы услуг</i></p>	
--	--	--	---	--

### Примеры оценочных средств

#### 1. Примеры тестовых заданий

(пороговый уровень)

1. Из какого языка имеет первоначальное историческое происхождение современный термин «коммерция»?

- а) латинский язык;
- б) древнегреческий язык;
- в) китайский язык;
- г) английский язык;
- д) турецкий язык.

2. Насколько справедливо полагать, что предпринимательство, связанное непосредственно с производством, относится также к коммерческой деятельности?

- а) да, такое предпринимательство относится к коммерческой деятельности;
- б) нет, такое предпринимательство совсем не относится к коммерческой деятельности;
- в) в данном вопросе однозначное понимание отсутствует;
- г) всё зависит от конкретного направления производственной деятельности;
- д) всё зависит от конкретного контекста данного высказывания.

3. Какую по сведениям Всемирного банка приблизительно часть от мирового валового продукта составляет сервисный сектор (сектор услуг) мировой экономики?

- а) 40 %;
- б) 50 %;
- в) 60 %;
- г) 70 %;
- д) 80 %;
- е) 90 %.

4. Что нельзя отнести согласно подходу, предложенному К. Лавлоком, к пяти основным факторам, определяющим развитие сферы услуг в мире?

- а) политика государства;
- б) тенденции бизнеса;
- в) развитие информационных технологий;
- г) социальные изменения;
- д) интернационализация сферы услуг;
- е) увеличения внутреннего государственного долга.

5. Способствует ли государственная политика, направленная на либерализацию внешнеэкономических связей, развитию сервисной сферы национальной экономики в государстве?

- а) да, способствует;
- б) нет, совсем не способствует;
- в) здесь отсутствует какая-либо связь;
- г) в данном случае имеет место исключительно обратная зависимость.

6. Что не относится к трём секторам общественного производства модели экономики, предложенной Фишером, Кларком и Фурастье?

- а) добывающие отрасли и сельское хозяйство;
- б) отрасли обрабатывающей промышленности и строительства;
- в) отрасли сферы услуг;
- г) отрасли сферы образовательных услуг.

7. Как называется заключительная стадия развития в «Модели экономического роста», предложенной У. Ростоу?

- а) поиск качества жизни;
- б) поиск смысла жизни;
- в) поиск душевной гармонии;
- г) поиск комфортного состояния;
- д) оценка качества жизни;
- е) внутреннее развитие.

8. Что вкладывал Д. Белл в понятие «постиндустриальное общество»?

- а) доминирование роли высококвалифицированных специалистов;
- б) доминирование роли менеджеров;
- в) доминирование роли всех работников, которые заняты в реальном секторе экономики;
- г) сокращение объёмов производства товаров и увеличение объёмов предоставления услуг;
- д) увеличение объёмов массового производства;
- е) сокращение объёмов массового производства.

9. Какие отрасли экономики включает в себя пятый сектор экономики согласно подходу, предложенному Д. Беллом?

- а) транспорт и коммунальное хозяйство;
- б) торговля, страхование, операции с недвижимостью и финансами;
- г) здравоохранение, образование, исследовательская деятельность, государственное управление, отдых.

10. Существует ли в Российской Федерации утверждённый Общероссийский классификатор услуг населению?

- а) да, существует;
- б) нет, не существует;
- в) только планируется к утверждению;
- г) это закрытая информация, поэтому точно ответить нельзя.

11. Что не относится к четырём основным отличительным особенностям «услуги» согласно подходу, предложенному В. Зайтамлом, А. Парасураманом, Л. Берри?

- а) неосязаемость;
- б) неразделимость производства и потребления;
- в) гетерогенность;
- г) невозможность сохранения;
- д) обезличенность.

12. Что называют «чистой услугой»?

- а) услуга, при которой осязаемая составляющая несущественна;
- б) услуга, при которой осязаемая составляющая существенна;
- в) услуга, при которой осязаемая составляющая предоставляется бесплатно;
- г) услуга, при которой осязаемую составляющую можно не оплачивать.

13. Что относится к главной отличительной особенности «услуги» в соответствии с подходом, предложенным К. Лавлоком и Э. Гаммессоном?

- а) отсутствие права собственности;
- б) отсутствие осязаемости;
- в) отсутствие гетерогенности;
- г) отсутствие внимания;
- д) отсутствие желания.

14. Сколько двумерных матриц содержит подход классификация услуг, предложенный К. Лавлоком?

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

15. Как называется матрица классификации услуг в соответствии с моделью, предложенной Р. Шменнером?

- а) матрица сервисного процесса;
- б) матрица сертификации услуг;
- в) матрица поляризации услуг;
- г) сервисный куб;
- д) сервисный квадрат;
- е) сервисный прямоугольник.

16. Как называется матрица классификации услуг в соответствии с моделью, предложенной Дж. Хейвуд-Фармером?

- а) матрица сервисного процесса;
- б) матрица сертификации услуг;
- в) матрица поляризации услуг;
- г) сервисный куб;
- д) сервисный квадрат;
- е) сервисный прямоугольник.

17. Как называют часть сервисной организации, которая обычно скрыта от потребителя услуг?

- а) бэк-офис;
- б) фронт-офис;
- в) лайн-офис;
- г) комбэк-офис;
- д) дедлайн-офис.

18. Как называют часть сервисной организации, которая обычно открыта (доступна) для потребителя услуг?

- а) бэк-офис;
- б) фронт-офис;
- в) лайн-офис;
- г) комбэк-офис;
- д) дедлайн-офис.

19. Что не относится к трём основным подходам к проектированию «сервисной системы» согласно научным трудам Дж. Фитцсиммонс и М. Фитцсиммонс?

- а) поточная линия;
- б) потребитель как сопроизводитель;
- в) контакт с потребителем;
- г) низкоконтактная сервисная система.

20. Что означает понятие «конструирование гиперреальности сервисной организации»?

- а) апробирование сервисной организацией возможностей предоставления новой услуги, через конструирование реальности по предоставлению такой услуги;
- б) льготное предложение сервисной организацией новой услуги, взамен предложения по предоставлению уже отработанной услуги;
- в) изменение структуры ассортимента услуг, предоставляемых сервисной организацией;
- г) отказ сервисной организации от предоставления услуг конкретному клиенту по причине его нелояльности.

21. Какие обстоятельства могут быть следствием гетерогенности в отношении одной и той же услуги?

- а) время, затраченное на предоставление услуги;
- б) количество ресурсов, затраченных на предоставление услуги;
- в) степень удовлетворённости клиента;
- г) все из перечисленных здесь обстоятельств могут быть следствием гетерогенности;
- д) ни одно из перечисленных здесь обстоятельств не может быть следствием гетерогенности.

22. может ли сервисная организация воздействовать на величину спроса предоставляемых ею услуг?

- а) да, может;
- б) нет, не может;
- в) на этот счёт нет единого мнения;
- г) такие действия незаконны.

23. Может ли сервисная организация воздействовать на величину предложения предоставляемых ею услуг?

- а) да, может;
- б) нет, не может;
- в) на этот счёт нет единого мнения;
- г) такие действия незаконны.

24. Что положено в основу «неколичественного подхода к управлению очередями», применительно к сервисным организациям?

- а) психологические особенности ожидающих обслуживания, а именно сглаживание возможных негативных эффектов, связанных с ожиданием в очереди;
- б) уменьшение количества заявок на обслуживание в очереди;
- в) оперативное изменение конфигурации обслуживающей системы;
- г) упрощение порядка прохождения в очереди;
- д) усложнение порядка прохождения в очереди;

е) увеличение времени ожидания в очереди.

25. К какой группе факторов относят факторы, которые учитывают особенности окружения сервисной организации (включая её клиентов, конкурентов и поставщиков, необходимых ей ресурсов)?

- а) макроуровень;
- б) мезоуровень;
- в) микроуровень;
- г) спрашиваемая группа факторов в перечне отсутствует.

26. Как называют время упреждения, на которое делается (подготавливается) конкретный прогноз?

- а) горизонт прогнозирования;
- б) даль прогнозирования;
- в) охват прогнозирования;
- г) ширь прогнозирования;
- д) простор прогнозирования.

27. На какие базовые две группы подразделяют все методы прогнозирования, в том числе и методы прогнозирования, непосредственно связанные со спросом на услуги сервисных организаций?

- а) количественные и качественные;
- б) базовые и специфические;
- в) математические и геометрические;
- г) простые и сложные;
- д) индивидуальные и коллективные;
- е) сигнатурные и эвристические.

28. Какой элемент не относится к классическому четырёхэлементному маркетинговому комплексу?

- а) товар;
- б) цена;
- в) место;
- г) продвижение;
- д) люди.

29. Что находится в основе такого понятия, как «двусторонний маркетинг»?

а) воспринимаемое потребителем качество услуги в значительной степени зависит от качества взаимодействия потребителя с сотрудником сервисной организации, оказывающим такую услугу;

б) прямая и неразрывная связь между внутренним и внешним маркетингом;

в) прямая и неразрывная связь между сервисной культурой и сервисной ориентацией сотрудников;

г) такого понятия, как «двусторонний маркетинг» не существует.

30. Насколько, верно, утверждение, что «маркетинг взаимоотношений с потребителями включает инструменты воздействия на потребителей, основанные как на финансовой, так и на нефинансовой заинтересованности потребителя»?

а) да, это верно;

б) нет, это не верно;

в) однозначного понимания в данном вопросе нет;

г) всё зависит от конкретной направленности деятельности коммерческой деятельности;

д) утверждение сформулировано некорректно, поэтому однозначного ответа дать нельзя.



31. Как называют подход, направленный на устранение ошибок, допущенных в процессе предоставления услуги и на сохранение при этом организацией своей репутации?

- а) восстановление услуги;
- б) возмещение услуги;
- в) становление услуги;
- г) реабилитация услуги;
- д) компенсация услуги.

32. Как называют сотрудников сервисных организаций, которые непосредственно контактируют с потребителями услуг?

- а) фронтлайн-персонал;
- б) бэклайн-персонал
- в) лайт-персонал;
- г) лайн-персонал;
- д) комбэк-персонал;
- е) дедлайн-персонал.

33. Насколько, верно, утверждение, что «наделение значительными полномочиями сотрудников сервисной организации, которые непосредственно контактируют с клиентами, наиболее оправдано и целесообразно при использовании подхода обслуживания клиентов по принципу – поточная линия»?

- а) да, это верно;
- б) нет, это не верно;
- в) однозначного понимания в данном вопросе нет;
- г) всё зависит от конкретной направленности деятельности сервисной организации;
- д) утверждение сформулировано некорректно, поэтому однозначного ответа дать нельзя.

34. Какие два цикла включают «цикл провала» и «цикл успеха»?

- а) «цикл сотрудника» и «цикл потребителя»;
- б) «цикл расходов» и «цикл доходов»;
- в) «цикл максимизации доходов» и «цикл минимизации расходов»;
- г) «финансовый цикл» и «организационный цикл»;
- д) «цикл постановки задачи» и «цикл решения задачи»;
- е) «цикл усложнения» и «цикл упрощения».

35. Какой именно «разрыв» представляется важнейшим ключевым «разрывом» в Гар-модели?

- а) «разрыв» между представлением сотрудников сервисной организации и реальными предпочтениями клиента, его ожиданиями и стереотипами поведения;
- б) «разрыв» между представлениями менеджеров сервисной организации относительно ожиданий клиента и разработанными менеджерами стандартами качества предоставления услуги;
- в) «разрыв» между разработанными стандартами предоставления услуги и реальной практикой её предоставления рядовыми сотрудниками сервисной организации;
- г) «разрыв» между предоставлением услуги и внешними коммуникациями, которые могут сформировать у клиента ошибочное представление о характере услуги;
- д) «Разрыв» между ожидаемой клиентом услугой и услугой реально им воспринятой.

36. Что не входит в пять базовых критериев оценки качества услуг, используемых в методике SERVQUAL?

- а) осязаемость;
- б) надёжность;
- в) отзывчивость;
- г) уверенность;
- д) эмпатия;

е) толерантность.

37. Что представляет собой «зона толерантности» в методике SERVQUAL?

- а) интервал между оценками уровней «ожидаемого» и «минимально приемлемого» качества услуги;
- б) интервал между оценками уровней «максимального» и «минимально приемлемого» качества услуги;
- в) интервал между оценками уровней «среднего» и «установленного стандартами» качества услуги;
- г) такое понятие не существует.

38. Какую конкретно методику оценивания качества услуги наиболее целесообразно применять при условии, что сервисная организация выходит на рынок впервые, либо впервые предлагает услугу, существенно отличающуюся от тех, что у неё уже имеются в ассортименте?

- а) Gap-модель;
- б) SERVQUAL;
- в) любую другую, кроме перечисленных методик.

39. Какую методику оценивания качества услуги наиболее целесообразно применить при условии, что сервисная организация желает проанализировать качество предоставляемой ею услуги, то есть услуги, которая уже имеется в ассортименте организации?

- а) Gap-модель;
- б) SERVQUAL;
- в) любую другую, кроме перечисленных методик.

40. Что не относится к четырём базовым атрибутам, которые формируют конкурентную среду для национальных предприятий согласно подходу, предложенному М. Портером?

- а) факторные условия;
- б) условия спроса;
- в) родственные и поддерживающие отрасли;
- г) стратегия, структура и соперничество предприятий;
- д) инфраструктурные условия.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «контрольный тест»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100 % вопросов теста).
Хорошо (4)	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89 % вопросов теста).
Удовлетворительно (3)	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74 % вопросов теста).
Неудовлетворительно (2)	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50 % вопросов теста).

## 2. Примеры типовых контрольных вопросов (к практическим занятиям и контрольным работам) (базовый уровень)

### Практическое занятие 1

1. Как рассматривается понятие «коммерция» в широком смысле?
2. Каков процент от мирового валового продукта составляет современный сервисный сектор мировой экономики?

3. Каков процент составляет современный сервисный сектор экономики США от ВВП?
4. Перечислите факторы, способствующие активному развитию сферы услуг в последние десятилетия согласно К. Лавлоку.
5. Какие реализуемые государством действия способствуют развитию сферы услуг?
6. В чём смысл трёхсекторной модели экономики, предложенной Фишером, Кларком и Фурастье?
7. Перечислите стадии экономического роста, которые указывал У. Ростоу?
8. В чём заключаются теория Д. Белла о стадиях экономического развития общества?
9. Перечислите этапы, предложенные Д. Беллом по переходу от индустриального к постиндустриальному обществу.
10. Почему отсутствует единое понятие «сфера услуг»?
11. Перечислите основные функции современной сферы услуг.
12. Существует ли какой-либо единый стандартный классификатор сферы услуг?
13. Перечислите характеристики услуг, что предложили Л. Берри, В. Зайтамл и А. Парасураман.
14. Перечислите сформулированную Ф. Котлером классификацию товаров и услуг по степени их осязаемости.
15. Какой одной главной особенностью обладают услуги по мнению К. Лавлока и Э. Гаммессона?

### Практическое занятие 2

1. Перечислите семь базовых классификационных признаков услуг по К. Лавлоку?
2. В чём состоят преимущества классификации услуг на основании двух, а не одного классификационных признаков?
3. Перечислите название матриц классификации услуг, предложенные К. Лавлоком?
4. На основании каких классификационных признаков К. Лавлоком построена матрица «Природа предоставления услуги»?
5. Какие классификационные признаки использованы К. Лавлоком для построения матрицы «Взаимодействие с потребителями»?
6. Каковы классификационные признаки использованы К. Лавлоком при построении матрицы «Кастомизация услуги и использование мнения контактного персонала»?
7. На основании каких классификационных признаков К. Лавлоком построена матрица «Способ доставки услуги»?
8. Какие классификационные признаки использованы К. Лавлоком для построения матрицы «Колебания спроса на услугу и возможности его удовлетворения»?
9. На основании каких классификационных признаков Р. Шменнером построена матрица «Сервисного процесса»?
10. На основании каких классификационных признаков Дж. Хейвуд-Фармера построена матрица «Сервисный куб»?
11. По какой причине можно заявлять о недостатках матричных форм классификации услуг?

#### Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «контрольные вопросы (к практическим занятиям и контрольным работам)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Вопросы раскрыты на высоком уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 90 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
Хорошо (4)	Вопросы раскрыты на среднем уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 75 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).

Удовлетворительно (3)	Вопросы раскрыты на низком уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 50 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
Неудовлетворительно (2)	Вопросы раскрыты на неудовлетворительном уровне или не представлены на момент их оценивания (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ менее чем на 50 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме, не выполнил задание и т.п.).

### 3. Примеры типовых аналитических и проектных практических заданий (высокий уровень)

#### Тема 12

Цель выполнения задания: применить на практике полученные знания относительно разглашения используемой коммерческим предприятием информации о методах и технологиях своей работы.

Условия задания:

Российское закрытое акционерное общество (далее – ЗАО) обратилось с иском в суд о взыскании с ответчика Петрова, причинённых им убытков в связи разглашением им коммерческой информации. Ответчик на момент предъявления ему иска уже не состоит в трудовых отношениях с ЗАО. Он перешёл на постоянную работу к конкурентам истца, где использует в своей работе методы и технологии, которые ЗАО считает своей коммерческой тайной. Петров, возражая против требований ЗАО заявил, что его никогда не предупреждали о сохранении в тайне соответствующих приёмов и методов работы. Кроме того, Петров заявил, что сама администрация ЗАО часто демонстрирует свои достижения, в том числе и методы и технологии работы перед различными делегациями, посещающими их предприятие.

Вопросы:

1. Является ли используемая ЗАО информация о методах и технологиях, коммерческой тайной подлежащей разглашению персоналом?
2. При каких условиях осуществляется гражданско-правовая охрана сведений, составляющих коммерческую тайну?
3. Какая из сторон судебного спора имеет существенно большие основания на положительное решение суда в соответствии с действующим законодательством?

#### Тема 13

Цель выполнения задания: проведение комплексного оценивания качества услуг конкурирующих компаний, работающих в сфере услуг.

Задание:

Собрать доступную информацию о схожих услугах (одна или две услуги), предлагаемых компаниями-конкурентами, определить критерии оценивания качества данных услуг и провести комплексный анализ их качества.

Порядок выполнения задания:

1. Выбрать подобные услуги (одна или две услуги), предлагаемые на рынке компаниями-конкурентами, работающими в сфере услуг.
2. Определить 6-10 важнейших критериев качества услуг, которые будут представлять наибольшую значимость для реальных клиентов.
3. Проранжировать установленные критерии качества по степени важности для реальных клиентов и расставить веса влияния каждого критерия на общий уровень качества (исходя из того, что их сумма равна 100 %).
4. Оценить качество и конкурентоспособность выбранной услуги (одной или двух), представляемых компаниями-конкурентами по установленным критериям, используя десятибалльную шкалу.
5. Сделать вывод о конкурентоспособности услуг (услуги) компаний-конкурентов.
6. Подготовить краткий отчёт о проделанной работе.



**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству  
«аналитические и проектные практические задания»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Задание представлено на высоком уровне (обучающийся в полном объёме (не менее 90 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). Задание оформлено в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
Хорошо (4)	Задание представлено на среднем уровне (обучающийся в целом (не менее 75 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). В оформлении задания допущены некоторые неточности относительно требований, предъявляемых к данному виду работ.
Удовлетворительно (3)	Задание представлено на низком уровне (обучающийся выполнил не менее половины поставленных задач или допустил существенные неточности в изложении материала, или изложил материал с существенными ошибками и т.п.). В оформлении допущены ошибки относительно требований, предъявляемых к данному виду работ.
Неудовлетворительно (2)	Задание представлено на неудовлетворительном уровне или не представлено (обучающийся не готов, не выполнил задание и т.п.).

**4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачёт)**

*(пороговый, базовый, высокий уровни)*

1. Сфера услуг в мировой экономике.
2. Подходы к определению сферы услуг.
3. Понятие «услуга».
4. Классификации услуг по К. Лавлоку.
5. Подходы к классификации услуг по Р. Шменнеру и Дж. Хейвуд-Фармеру.
6. Понятие «сервисная система».
7. Подходы к формированию сервисной системы.
8. Сервисный план.
9. Гиперреальный опыт потребления услуг.
10. Размещение организаций сферы услуг.
11. Согласование спроса и предложения в организациях сферы услуг.
12. Подходы к управлению спросом и предложением в организациях сферы услуг.
13. Использование моделей массового обслуживания при управлении мощностью организаций сферы услуг.
14. Процесс прогнозирования спроса на услуги.
15. Методы прогнозирования.
16. Маркетинговый комплекс в сфере услуг.
17. Сервисный треугольник.
18. Маркетинг взаимоотношений и транзакционный маркетинг.
19. Восстановление услуги и система гарантий.
20. Специфика персонала организаций сферы услуг.
21. Наделение полномочиями.
22. Цикл провала и цикл успеха.
23. Модель сервисной цепочки прибыли.



24. Специфика определения качества услуг. Gap-модель.
25. Методика SERVQUAL и зона толерантности.
26. Комбинации использования Gap-модели, методики SERVQUAL и зоны толерантности.
27. Понятие «международная торговля услугами».
28. Торговля услугами: общемировые тенденции.
29. Детерминанты конкурентного преимущества стран.
30. Формирование сферы услуг под меняющуюся внешнюю среду, базовые цели рынка.
31. Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности (ОКПД 2) ОК 034-2014 (КПЕС 2008).
32. Методические подходы, применяемые для анализа сферы услуг.
33. Сервисная логистика.
34. Законодательная база РФ в части классификации видов экономической деятельности.
35. Модель цепочки добавления ценности М.Ю. Портера.
36. Классификации и структуризации бизнес-процессов на основе модели «Международный язык бизнеса».
37. Виды анализа, оцениваемые через структуризацию бизнес-процессов формирования ценности продукта.
38. Ключевые бизнес-процессы в сфере логистики предприятия.
39. Преимущества модели открытой экономики, экономические понятия, связанные с открытой экономикой «взаимность» и «уязвимость».
40. Особенности открытой экономики, национальная инновационная система, рост объёмов сферы услуг.
41. Алгоритм управления потоками инноваций.
42. Выталкивающая система управления потоками инноваций.
43. Вытягивающая система управления потоками инноваций.
44. Элементы общепринятой схемы анализа эффективности сферы услуг.
45. Целеориентированный подход определения эффективности сферы услуг.
46. Подход на основе анализа интегральных показателей по И.В. Кундрату.
47. Подход на основе сравнения среди других экономических субъектов.
48. Показатели эффективности FCIL и показатели эффективности ENAPS.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству  
«Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачёт)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Зачтено	Ответ представлен на высоком уровне (обучающийся в полном объёме осветил рассматриваемую проблематику, привёл аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.).
	Ответ представлен на среднем уровне (обучающийся в целом осветил рассматриваемую проблематику, привёл аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
	Ответ представлен на низком уровне (обучающийся допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.).
Не зачтено	Ответ представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (обучающийся не готов).

## 9. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Для этого требуется заявление обучающегося (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК). В случае необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учётом их индивидуальных психофизических особенностей:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников, например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
  - продолжительность сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, – не более чем на 90 минут;
  - продолжительность подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, – не более чем на 20 минут;
  - продолжительность выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 минут.

**Лист изменений и дополнений**

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)

## Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Коммерция услуг» соответствует требованиям ГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06. Торговое дело.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося представлены в полном объёме.

Виды оценочных средств, включённые в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки бакалавров, по указанному направлению.

Председатель учебно-методической  
комиссии Экономического факультета



Е.Н. Шаповалова