

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Серяков Владимир Дмитриевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 01.03.2024 15:24:50  
Уникальный программный идентификатор:  
a8a5e969b08c5e57b011bba6b38ed24f6da2f41a

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра экономики и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Ректор



В.Д. Серяков

«25» августа 2023 г.

**Рабочая программа учебной дисциплины**

**ЭКОНОМИКА СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ**

(наименование учебной дисциплины (модуля))

**43.03.01 Сервис**

(код и направление подготовки/специальности)

направленность (профиль): сервис в индустрии моды и красоты

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)  
рассмотрена и утверждена на заседании кафедры  
«22» августа 2023 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой сервиса

/В.В.Белобрагин/  
(подпись, учёная степень, учёное звание, ФИО)

Москва – 2023

## 1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

Учебная дисциплина «Экономика сферы обслуживания» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Сервис в индустрии моды и красоты» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 № 514 (ФГОС ВО 3++).

### Цели дисциплины:

-раскрытие углубленного системного знания о сущности, закономерностях функционирования и тенденциях развития сферы услуг как ведущего сектора современной экономики.

### Задачи дисциплины:

-ознакомление студентов с методологическими основами организации деятельности предприятия сферы услуг, его форм, создания материальной базы и направлений ее использования, планирования и управления производством, формирования издержек и цен на производимую продукцию;

-познакомиться с базовыми понятиями экономики сферы обслуживания;

-изучить основные взаимосвязи между явлениями и процессами экономической реальности в сфере обслуживания;

-научиться методам анализа этих явлений;

- освоить способы графической иллюстрации экономических процессов и проверки теоретических положений на массовых статистических данных.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по организации постпродажного обслуживания и сервиса в соответствии с профессиональным стандартом "Специалист по организации постпродажного обслуживания и сервиса", утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 31.10.2014 г. N 864н, выполнению обобщенной трудовой функции «организация и координация совместной деятельности сотрудников по обеспечению постпродажного обслуживания и сервиса на уровне структурного подразделения (службы, отдела) (код В), выполнению трудовой функции "организация процессов анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управление взаимоотношениями с потребителями продукции (код В/01.6), "разработка организационных схем, стандартов и процедур и выполнение руководства процессами постпродажного обслуживания и сервиса (код В/02.6).

## 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**ПК-7** - Способен к организации и координации взаимодействия с отделом маркетинга по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции; оценки состояния рынка постпродажных услуг.

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
ПК-7 Способен к организации и	Знать	Принципы формирования потребительского спроса и факторы его определяющие;	ПК-7 – 3.1

координации взаимодействия с отделом маркетинга по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции; оценки состояния рынка постпродажных услуг.		Подходы к анализу систем качества продукции, услуг – с целью обеспечения её конкурентоспособности.	ПК-7 – 3.2
	<b>Уметь</b>	Проводить оценку состояния рынка постпродажных услуг;	ПК-7 – У.1
		Проводить анализ конкурентной сферы отрасли.	ПК-7 – У.2
	<b>Владеть</b>	Методами применения средств программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции.	ПК-7 – В.1
Технологиями моделирования систем управления по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции.		ПК-7 – В.2	

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

ФТД.В.01 «Экономика сферы обслуживания» является факультативной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений, изучается обучающимися третьего курса в пятом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

#### 3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Освоение дисциплины «Экономика сферы обслуживания» основывается на знаниях, умениях и навыках, приобретенных при изучении дисциплин: «Социология», «Политология», «Математика», «Экономика», «Правоведение».

#### 3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Дисциплина «Экономика сферы обслуживания» является предшествующей для изучения таких дисциплин как «Экономический анализ предприятий индустрии моды и красоты», «Основы предпринимательской деятельности», «Экономика и организация деятельности предприятий парикмахерских и косметических услуг», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», для прохождения преддипломной практики, а также для выполнения и защиты выпускной квалификационной работы.

### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы (72 часа).

Дисциплина предполагает изучение 5 тем.

№	Форма обучения	семестр	Общая трудоемкость		В том числе контактная работа с преподавателем				сам. работа	вид контроля
			в з.е.	в часах	всего	лекции	семинары, ПЗ	кур.раб/контр. раб		
1	Очная	5	2	72	36	14	22		36	Зачет
2	Очно-заочная	7	2	72	26	10	16		46	Зачет
3	Заочная	5	1	36	6	2	4		30	
		6	1	36	4				32	Зачет

## Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)				контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
		всего	занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
<b>5 семестр</b>								
Тема 1. Сфера услуг в современном обществе	18	8	6	2			10	ПК-7 – 3.1
Тема 2. Услуги в современной экономике: сущность и классификация	14	6	2	4			8	ПК-7 – 3.2
Тема 3. Рынок услуг	8	6	2	4			2	ПК-7 – 3.1 ПК-7- У.2
Тема 4. Предпринимательство в сфере услуг	8	6	2	4			2	ПК-7 – В.1
Тема 5. Специфика рынка труда и занятости в отдельных секторах сферы услуг	14	6	2	4			8	ПК-7 – У.1 ПК-7 – В.2
<b>Зачет</b>	<b>10</b>	<b>4</b>				<b>4</b>	<b>6</b>	
<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>14</b>	<b>18</b>		<b>4</b>	<b>36</b>	

## Очно-заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)				контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
		всего	занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
<b>5 семестр</b>								
Тема 1. Сфера услуг в современном обществе	18	6	2	4			12	ПК-7 – 3.1
Тема 2. Услуги в современной экономике: сущность и классификация	14	4	2	2			10	ПК-7 – 3.2
Тема 3. Рынок услуг	8	4	2	2			4	ПК-7 – 3.1 ПК-7- У.2
Тема 4. Предпринимательство в сфере услуг	8	4	2	2			4	ПК-7 – В.1
Тема 5. Специфика рынка труда и занятости в отдельных секторах сферы	14	4	2	2			10	ПК-7 – У.1 ПК-7 – В.2

услуг								
<b>Зачет</b>	<b>10</b>	<b>4</b>				<b>4</b>	<b>6</b>	
<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>26</b>	<b>10</b>	<b>12</b>		<b>4</b>	<b>46</b>	

### Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)				контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
		всего	занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
<b>5 семестр</b>								
Тема 1. Сфера услуг в современном обществе	36	6	2	4			30	ПК-7 – 3.1
Тема 2. Услуги в современной экономике: сущность и классификация								ПК-7 – 3.2
Тема 3. Рынок услуг								ПК-7 – 3.1 ПК-7- У.2
Тема 4. Предпринимательство в сфере услуг								ПК-7 – В.1
Тема 5. Специфика рынка труда и занятости в отдельных секторах сферы услуг								ПК-7 – У.1 ПК-7 – В.2
<b>Всего за семестр</b>	<b>36</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>4</b>			<b>30</b>	
<b>6 семестр</b>								
<b>Зачет</b>	<b>36</b>	<b>4</b>					<b>4</b>	<b>32</b>
<b>Всего за семестр</b>	<b>36</b>	<b>4</b>					<b>4</b>	<b>32</b>
<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>4</b>			<b>4</b>	<b>62</b>

### 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ).

#### Тема 1. Сфера услуг в современном обществе.

Основные понятия сферы услуг, ее роль в современном обществе, специфические черты и схема предоставления. Исторические вехи развития этой области общественных отношений. Существенное отличие услуги от остальных товаров сферы материального производства.

#### Тема 2. Услуги в современной экономике: сущность и классификация.

Услуга: сущность, свойства, определение. Услуги и обслуживание. Классификация услуг. Услуга: сущность, свойства, определение. Стандарт обслуживания. Природа услуги в современных трактовках. Услуги и обслуживание (сервис). Подходы к классификации услуг. Функциональный подход. Классификация услуг по Дж. Зингельманну, К. Лавлоку. Бизнес-услуги. Потребительские услуги. Социальные услуги. Распределительные услуги. Проблемы измерения производительности труда в услугаоказывающих видах деятельности.

#### Тема 3. Рынок услуг.

Формирование и особенности рынка услуг. Границы рыночного оборота услуг: чисто общественные и чисто частные блага. Факторы, определяющие развитие рынка услуг. Виды рынка услуг. Ситуации «Рынок производителя» и «Рынок потребителя».

Сфера бизнеса на рынке услуг. Роль государства на рынке услуг. Домохозяйства и некоммерческие организации на рынке услуг. Основные конкурентные стратегии и возможности их применения на рынке услуг. Аутсорсинг и развитие рынка услуг. Ценовая дискриминация на рынке услуг. Услуги и рентные отношения особенности рынка услуг. Факторы развития рынка услуг. Структура рынка услуг.

#### **Тема 4. Предпринимательство в сфере услуг.**

Особенности предпринимательства в сфере услуг. Типы предприятий в сфере услуг. Основные виды предпринимательства: производственная, коммерческая, финансовая, консалтинговая и аудиторская, инновационная деятельность. Способы предпринимательского взаимодействия со сторонними организациями: аренда, лизинг, франчайзинг (определения, преимущества и недостатки).

#### **Тема 5. Специфика рынка труда и занятости в отдельных секторах сферы услуг.**

Спрос на рынке труда сферы услуг. Предложение на рынке труда сферы услуг. Специфические особенности рынка труда сферы услуг. Отраслевая структура на рынке труда сферы услуг. Предпосылки становления и развития сферы услуг как расширяющейся сферы занятости. Объяснение этого явления в рамках теории трансценции. Факторы, способствующие развитию сферы услуг и росту занятости. Прямой и косвенный эффект занятости, вызванный развитием сферы услуг. Специфика занятости и оплаты труда в сфере услуг. Направление преодоления негативных последствий в сезонной занятости. Компьютерное обслуживание. Роль малых и мелких предприятий в обеспечении занятости.

### **5.1. Планы семинарских, практических, лабораторных занятий**

#### **Семинар 1. Сфера услуг в современном обществе.**

1. Основные понятия сферы услуг, ее роль в современном обществе, специфические черты и схема предоставления.
2. Исторические вехи развития этой области общественных отношений.
3. Существенное отличие услуги от остальных товаров сферы материального производства.

#### **Семинар 2. Услуги в современной экономике: сущность и классификация.**

1. Природа услуги в современных трактовках.
2. Услуги и обслуживание (сервис).
3. Подходы к классификации услуг.
4. Функциональный подход.
5. Классификация услуг по Дж. Зингельманну, К. Лавлоку. Бизнес-услуги.

#### **Семинар 3. Рынок услуг.**

1. Границы рыночного оборота услуг: чисто общественные и чисто частные блага. Факторы, определяющие развитие рынка услуг.
2. Виды рынка услуг.
3. Ситуации «Рынок производителя» и «Рынок потребителя».
4. Сфера бизнеса на рынке услуг. Роль государства на рынке услуг.

#### **Семинар 4. Предпринимательство в сфере услуг.**

1. Особенности предпринимательства в сфере услуг.
2. Типы предприятий в сфере услуг.
3. Основные виды предпринимательства: производственная, коммерческая, финансовая, консалтинговая и аудиторская, инновационная деятельность.

4. Способы предпринимательского взаимодействия со сторонними организациями: аренда, лизинг, франчайзинг (определения, преимущества и недостатки).

**Семинар 5. Специфика рынка труда и занятости в отдельных секторах сферы услуг.**

1. Спрос на рынке труда сферы услуг.
2. Предложение на рынке труда сферы услуг.
3. Специфические особенности рынка труда сферы услуг.
4. Отраслевая структура на рынке труда сферы услуг.
5. Предпосылки становления и развития сферы услуг как расширяющейся сферы занятости. Объяснение этого явления в рамках теории трансенции.
6. Факторы, способствующие развитию сферы услуг и росту занятости.

## **6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.**

Одним из основных видов деятельности обучающегося является самостоятельная работа, которая включает в себя изучение лекционного материала, учебников и учебных пособий, первоисточников, подготовку сообщений, выступления на групповых занятиях, выполнение практических заданий. Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей студентов. Время и место самостоятельной работы выбираются студентами по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя. Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения программы, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступить к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном программой. Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебника. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Для более полной реализации цели, поставленной при изучении тем самостоятельно, студентам необходимы сведения об особенностях организации самостоятельной работы; требованиям, предъявляемым к ней; а также возможным формам и содержанию контроля и качества выполняемой самостоятельной работы. Самостоятельная работа студента в рамках действующего учебного плана по реализуемым образовательным программам различных форм обучения предполагает самостоятельную работу по данной учебной дисциплине, включенной в учебный план. Объем самостоятельной работы (в часах) по рассматриваемой учебной дисциплине определен учебным планом.

В ходе самостоятельной работы обучающийся должен:

- освоить теоретический материал по изучаемой дисциплине (отдельные темы, отдельные вопросы тем, отдельные положения и т. д.);
- применить полученные знания и навыки для выполнения практических заданий.

Обучающийся, приступающий к изучению данной учебной дисциплины, получает информацию обо всех формах самостоятельной работы по курсу с выделением обязательной самостоятельной работы и контролируемой самостоятельной работы, в том числе по выбору. Задания для самостоятельной работы студента должны быть четко сформулированы, разграничены по темам изучаемой дисциплины, и их объем должен быть определен часами, отведенными в учебной программе.

Самостоятельная работа обучающихся должна включать:

- подготовку к аудиторным занятиям (лекциям, лабораторно-практическим);

- поиск (подбор) и изучение литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- самостоятельную работу над отдельными темами учебной дисциплины в соответствии с календарным планом;
- домашнее задание, предусматривающее завершение практических аудиторных работ;
- подготовку к зачету;
- работу в студенческих научных обществах, кружках, семинарах и т.д.;
- участие в научной и научно-методической работе кафедры, факультета;
- участие в научных и научно-практических конференциях, семинарах.

### 6.1 Задания для углубления и закрепления приобретенных знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>ПК-7</b> Способен к организации и координации взаимодействия с отделом маркетинга по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции; оценки состояния рынка постпродажных услуг.	ПК-7 – 3.1	1. С использованием рекомендуемых источников литературы раскройте требования к оценке эффективности хозяйственной деятельности предприятия сферы обслуживания и состояния его баланса. 2. Провести анализ литературных источников по Т.2. и составить структурно-логическую схему «Классификация услуг по различным признакам».
	ПК-7 – 3.2	1. Изучить рекомендуемую литературу и составить краткий конспект с отражением следующего вопроса: «Факторы, определяющие развитие рынка услуг». 2. С использованием Интернет-ресурсов проведите анализ периодических изданий в области сферы обслуживания и составьте их краткий обзор. 3. Прочитать научную статью и сделать выводы: Основные тенденции развития сферы услуг в России и за рубежом. <a href="https://euroasia-science.ru/ekonomicheskie-nauki/osnovnye-tendencii-razvitiya-sfery-us/">https://euroasia-science.ru/ekonomicheskie-nauki/osnovnye-tendencii-razvitiya-sfery-us/</a>

### 6.2 Задания, направленные на формирование профессиональных умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>ПК-7</b> Способен к организации и координации взаимодействия с отделом маркетинга по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции; оценки состояния рынка постпродажных услуг.	ПК-7 – У.1	1. С применением правовой информационно-справочной системы ГАРАНТ предоставить краткий обзор основных нормативных документов, регламентирующих деятельность в области сферы обслуживания.
	ПК-7 – У.2	1. Провести анализ зарубежного опыта деятельности предприятий сферы обслуживания и результаты анализа оформить в виде реферата. 2. С использованием информационно-поисковых систем провести анализ особенностей мирового рынка услуг и результаты представить в виде доклада, оформленного презентационными материалами в программе Power Point;

### 6.3 Задания, направленные на формирование профессиональных навыков

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание



<b>ПК-7</b> Способен к организации и координации взаимодействия с отделом маркетинга по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции; оценки состояния рынка постпродажных услуг.	ПК-7 – В.1	1. Разработать программу маркетингового исследования рынка услуг в регионе. 2. Выполнить самостоятельное частное исследование на тему: «Специфика рынка труда и занятости в отдельных секторах сферы услуг» сформировать гипотезу, обобщить результаты и сформулировать выводы.														
	ПК-7 – В.2	1. Два косметических магазина 10 лет работают в большом городе. Стратегия магазина «Людмила» выражена следующим образом : «Для молодежи, которая любит экспериментировать в моде и хочет выглядеть сногшибательно, салон «Людмила» - место, где всегда можно купить супермодную косметику и прослушать курс макияжа». Владелица салона строит свою рекламную кампанию вокруг девиза «Людмила» - роковой шлягер этого лета. Магазин «Ева» придерживается совсем иной позиции: « Для зрелой женщины, желающей подчеркнуть женственность, «Ева» - салон, где вы найдете понимание, совет и новейшие достижения косметологов». Оба магазина – салон тратят на рекламу в летнем сезоне одинаковую сумму – по 5000 долларов. Из этой суммы каждый салон выделяет 1000 долларов – 20% рекламного бюджета- на разработку рекламы, написание текстов и оплату труда специалистов, организующих рекламную кампанию. Остальные 4000 долларов «Лола» распределяет так, как указано в таблице. <b>Бюджет рекламы салона «Лола»</b> <table border="1" data-bbox="724 947 1481 1471"> <thead> <tr> <th>Рекламо-распространитель</th> <th>Содержание и параметры рекламной активности</th> <th>Стоимость, доллар США</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Радиостанция «Рок каждый день»</td> <td>240 рекламных объявлений (плюс спонсирование субботней передачи «Ритмы моды»)</td> <td>1200 800 600 400</td> </tr> <tr> <td>«Программа 2» (хит-парад)</td> <td>160 рекламных объявлений</td> <td>1000</td> </tr> <tr> <td>Радио «Плюс» (хит-парад)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Местная молодежная газета</td> <td>60 рекламных объявлений 4 объявления по 0,5 стр. каждое, с купонами на льготные покупки</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Вопросы и задания</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>В чем состоят различия стратегических позиций двух магазинов – салонов? Какова их клиентура, чем она отличается, насколько она может быть постоянной?</li> <li>На чем вы рекомендуете концентрировать внимание адресатов рекламы «Евы»?</li> <li>Составьте примерный рекламный план для «Евы».</li> </ol>	Рекламо-распространитель	Содержание и параметры рекламной активности	Стоимость, доллар США	Радиостанция «Рок каждый день»	240 рекламных объявлений (плюс спонсирование субботней передачи «Ритмы моды»)	1200 800 600 400	«Программа 2» (хит-парад)	160 рекламных объявлений	1000	Радио «Плюс» (хит-парад)			Местная молодежная газета	60 рекламных объявлений 4 объявления по 0,5 стр. каждое, с купонами на льготные покупки
Рекламо-распространитель	Содержание и параметры рекламной активности	Стоимость, доллар США														
Радиостанция «Рок каждый день»	240 рекламных объявлений (плюс спонсирование субботней передачи «Ритмы моды»)	1200 800 600 400														
«Программа 2» (хит-парад)	160 рекламных объявлений	1000														
Радио «Плюс» (хит-парад)																
Местная молодежная газета	60 рекламных объявлений 4 объявления по 0,5 стр. каждое, с купонами на льготные покупки															

**7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).**

*Паспорт фонда оценочных средств*

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения	ФОС для текущего контроля	ФОС для промежуточной аттестации
-------------------------	---------------------------------	---------------------------	----------------------------------

<b>ПК-7</b> Способен к организации и координации взаимодействия с отделом маркетинга по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции; оценки состояния рынка постпродажных услуг.	<b>Знать</b>	Принципы формирования потребительского спроса и факторы его определяющие; ПК-7 – 3.1	Тест	Вопросы к зачету
		Подходы к анализу систем качества продукции, услуг с целью обеспечения её конкурентоспособности. ПК-7 – 3.2		
	<b>Уметь</b>	Проводить оценку состояния рынка постпродажных услуг; ПК-7 – У.1	Реферат	Вопросы к зачету
		Проводить анализ конкурентной сферы отрасли. ПК-7 – У.2		
	<b>Владеть</b>	Методами применения средств программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции; ПК-7 – В.1	Практические задания	Вопросы к зачету
		Технологиями моделирования систем управления по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции. ПК-7 – В.2		

**Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

<b>Формируемая компетенция</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>		<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>			
			<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>ПК-7</b> Способен к организации и координации взаимодействия с отделом маркетинга по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости	<b>Знать</b>	Принципы формирования потребительского спроса и факторы его определяющие; ПК-7 – 3.1	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		Подходы к анализу систем качества продукции, услуг с целью обеспечения её конкурентоспособности. ПК-7 – 3.2				
	<b>Уметь</b>	Проводить оценку состояния рынка постпродажных услуг; ПК-7 – У.1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет

реализации продукции; оценки состояния рынка постпродажных услуг.		Проводить анализ конкурентной сферы отрасли. ПК-7 – У.2				
	<b>Владеть</b>	Методами применения средств программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции; ПК-7 – В.1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
Технологиями моделирования систем управления по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции. ПК-7 – В.2						

## 7.1. ФОС для проведения текущего контроля.

### 7.1.1. Задания для оценки знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>ПК-7</b> Способен к организации и координации взаимодействия с отделом маркетинга по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции; оценки состояния рынка постпродажных услуг.	ПК-7 – 3.1	<p align="center"><b>Тест</b></p> <p><b>1. Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:</b></p> <p>а) физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении)</p> <p>б) потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности</p> <p>в) потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, физиологические потребности, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении</p> <p><b>2. Под методом или формой обслуживания следует понимать:</b></p> <p>а) предоставление информации клиенту</p> <p>б) определенный способ предоставления услуг заказчику</p> <p>в) оказание услуги клиенту.</p> <p><b>3. Услуги по регистрации транспортных средств являются:</b></p> <p>а) частными</p> <p>б) смешанными</p> <p>в) государственными</p> <p><b>4. Получение услуги без личного взаимодействия с</b></p>

		<p><b>исполнителем услуги называют:</b></p> <p>а) бесконтактным  б) бесплатным  в) формальным.</p> <p><b>5. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:</b></p> <p>а) расчет при выезде  б) прием и размещение  в) бронирование номеров</p> <p><b>6. В чем заключается неосвязаемость услуги:</b></p> <p>а) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит  б) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения  в) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса</p> <p><b>7. Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания – это:</b></p> <p>а) поиск понимания  б) призыв к совести  в) жалоба</p> <p><b>8. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:</b></p> <p>а) научно-исследовательские услуги  б) жилищно-коммунальные услуги  в) услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги</p> <p>9. Услуга обладает следующими качествами:</p> <p>а) способность к хранению и транспортировке  б) неизменностью качества  в) неотделимость от своего источника</p> <p><b>10. Франчайзинг – это:</b></p> <p>а) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества  б) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли  в) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании</p> <p><b>11. Контактная зона – это:</b></p> <p>а) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы  б) любое место, где производится услуга  в) место, где услуга может храниться</p> <p><b>12. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:</b></p> <p>а) потребительская (пользовательская)  б) материально-преобразовательная  в) исследовательская</p> <p><b>13. Качество услуг тесно переплетается:</b></p> <p>а) со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания  б) со сбалансированным соотношением цены и качества продукции  в) с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия</p> <p><b>14. Одно из ключевых понятий, которое используется при определении сервиса:</b></p>
--	--	--

		<p>а) профессионализм  б) специалист  в) деятельность  <b>15. Одно из ключевых понятий, которое используются при определении сервиса:</b>  а) потребность  б) профессионализм  в) качество</p>
	ПК -7 – 3.2	<p style="text-align: center;"><b>Тест</b></p> <p><b>1. Одно из ключевых понятий, которое используются при определении сервиса:</b>  а) качество  б) услуга  в) специалист  <b>2. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:</b>  а) престиж  б) комфорт  в) референтные группы  <b>3. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:</b>  а) индивидуальное обслуживание  б) самообслуживание  в) фирменное обслуживание  <b>4. Характеристика товаров:</b>  а) производство и потребление осуществляются одновременно  б) потребитель участвует в производственном процессе  в) передача собственности  <b>5. Интеллектуальные потребности – это потребности в:</b>  а) пище  б) образовании  в) самовыражении  <b>6. Отличительными особенностями услуг являются:</b>  а) неосвязаемость услуг  б) незабываемость услуг  в) неразрывность производства и потребления услуги  <b>7. Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем:</b>  а) это отчужденный от производителя результат труда  б) фактически производство совмещено с потреблением  в) это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа  <b>8. Форма концентрации производства, предполагающая объединение функционально и технологически разнородных предприятий, которые принадлежат к близким, родственным отраслям:</b>  а) горизонтальная интеграция  б) вертикальная интеграция  в) диверсификация  <b>9. Определите, какой из видов сервиса относится к видам сервиса по удовлетворению тех или иных потребностей:</b>  а) послегарантийный сервис  б) базовый сервис  в) предпродажный сервис  <b>10. Описание набора выгод, решений и ценности услуги, которые предполагается предоставить потребителям:</b>  а) планирование услуги  б) процесс покупки услуги  в) концепция обслуживания  <b>11. Главной задачей обеспечения качества услуги является:</b>  а) превышение ожиданий потребителей  б) удовлетворение ожиданий потребителей</p>

		<p>в) стандарты обслуживания</p> <p><b>12. К основным особенностям рынка услуг не относится:</b></p> <p>а) значительная территориальная сегментация</p> <p>б) локальный характер рынка</p> <p>в) синхронность оказания и получения услуги.</p> <p><b>13. «Рассеянное качество» как свойство рынка услуг влечет за собой издержки для:</b></p> <p>а) муниципальных органов власти</p> <p>б) потребителя</p> <p>в) производителя</p> <p><b>14. Примером нормативно-регулируемого коммерческого хозяйствования в социально-культурной сфере является:</b></p> <p>а) МОУ СОШ</p> <p>б) клубный дворец спорта</p> <p>в) торгово-выставочный комплекс</p> <p><b>15. Разработка и внедрение рациональных форм и методов обслуживания, является главной задачей:</b></p> <p>а) процесса производства услуг</p> <p>б) процесса обслуживания населения</p> <p>в) создания условий качества</p>
--	--	--

#### Критерии оценки теста:

Количество ошибок	Оценка
0-1	Отлично
1-3	Хорошо
3-7	Удовлетворительно
более 7-ми ошибок	Неудовлетворительно

#### 7.1.2. Задания для оценки умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<p><b>ПК-7</b></p> <p>Способен к организации и координации взаимодействия с отделом маркетинга по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции; оценки состояния рынка постпродажных услуг.</p>	ПК-7 – У.1	<p><b>Темы рефератов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методы государственного регулирования развития сферы сервиса.</li> <li>2. Диверсификация в сфере сервиса.</li> <li>3. Торговля как комплексная услуга и ее специфические особенности.</li> <li>4. Услуги рекреации и туризма, их классификация.</li> <li>5. Услуги жилищно-коммунального хозяйства, их особенность.</li> <li>6. Реформирование жилищно-коммунального хозяйства и их регулирование.</li> <li>7. Бытовые услуги, их особенности.</li> <li>8. Влияние демографических факторов на развитие сферы сервиса.</li> <li>9. Виды предпринимательства в коммерческом секторе сферы сервиса.</li> <li>10. Конкуренция и конкурентная сфера.</li> </ol>
	ПК-7 – У.2	<p><b>Темы рефератов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Оптовая и розничная торговля, товароборот, его оценка.</li> <li>2. Классификация предприятий общественного питания по формам обслуживания.</li> <li>3. Специфика рынка туристических услуг и его государственное регулирование.</li> <li>4. Деловые услуги, их классификация, понятие, сущность.</li> <li>5. Специфика рынка деловых услуг и его перспективы.</li> <li>6. Услуги банков, инвестиционных и пенсионных фондов.</li> <li>7. Социально-культурная сфера, ее особенности.</li> <li>8. Рынок транспортно-коммуникационных услуг, его особенности.</li> </ol>

		9.Предприятия общественного питания. Их классификация. Оценка результатов деятельности предприятия общественного питания. 10. Транспортно-коммуникационные услуги, их специфика.
--	--	---

### **Критерии оценки учебных действий обучающихся (выступление с докладом, реферат по обсуждаемому вопросу)**

Оценка	Характеристики ответа обучающегося
<b>Отлично</b>	обучающийся глубоко и всесторонне усвоил проблему; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения.
<b>Хорошо</b>	обучающийся твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения.
<b>Удовлетворительно</b>	тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть Обучающийся освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении знаний; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений.
<b>Неудовлетворительно</b>	обучающийся не усвоил значительной части проблемы; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений.

#### **7.1.3 Задания для оценки владений, навыков**

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-7 Способен к организации и координации взаимодействия с отделом маркетинга по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции;	ПК-7 – В.1	<p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> <p>1. Два косметических магазина 10 лет работают в большом городе. Стратегия магазина «Людмила» выражена следующим образом : «Для молодежи, которая любит экспериментировать в моде и хочет выглядеть сногшибательно, салон «Людмила» - место, где всегда можно купить супермодную косметику и прослушать курс макияжа». Владелица салона строит свою рекламную кампанию вокруг девиза «Людмила» - роковой шлягер этого лета.</p> <p>Магазин «Ева» придерживается совсем иной позиции: « Для зрелой женщины, желающей подчеркнуть женственность, «Ева» - салон, где вы найдете понимание, совет и новейшие достижения косметологов».</p> <p>Оба магазина – салон тратят на рекламу в летнем сезоне одинаковую сумму – по 5000 долларов. Из этой суммы каждый салон выделяет 1000 долларов – 20% рекламного бюджета- на разработку рекламы, написание текстов и оплату труда специалистов, организующих рекламную кампанию.</p> <p>Остальные 4000 долларов «Лола» распределяет так, как указано в таблице.</p> <p><b>Бюджет рекламы салона «Лола»</b></p>

оценки состояния рынка постпродажных услуг.		Рекламо-распространитель	Содержание и параметры рекламной активности
		Радиостанция «Рок каждый день» «Программа 2» (хит-парад) Радио «Плюс» (хит-парад) Местная молодежная газета	240 рекламных объявлений (плюс спонсирование субботней передачи «Ритмы моды») 160 рекламных объявлений 60 рекламных объявлений 4 объявления по 0,5 стр. каждое, с купонами на льготные покупки
		<p><i>Вопросы и задания</i></p> <p>1. В чем состоят различия стратегических позиций двух магазинов – салонов? Какова их клиентура, чем она отличается, насколько она может быть постоянной?</p> <p>2. На чем вы рекомендуете концентрировать внимание адресатов рекламы «Евы»?</p> <p>3. Составьте примерный рекламный план для «Евы».</p>	
	ПК-7 – В.2	<p><b>Практические задания</b></p> <p>1. Перечислите основные факторы которые на Ваш взгляд способствуют росту потребляемости услуг. Проранжируйте все перечисленные факторы и охарактеризуйте почему Вы считаете их основными.</p> <p>2. Из пройденного теоретического материала Вам необходимо выделить пути управления спросом на услугу и описать каждый из них.</p>	

### Критерии оценки учебных действий обучающихся на практических занятиях

Оценка	Характеристики ответа студента
<b>Отлично</b>	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
<b>Хорошо</b>	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
<b>Удовлетворительно</b>	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение.
<b>Неудовлетворительно</b>	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

## 7.2 ФОС для проведения промежуточной аттестации.

### 7.2.1. Задания для оценки знаний к зачету.

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-7 Способен к организации и координации взаимодействия с отделом маркетинга по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности и, скорости реализации	ПК-7 – 3.1	<p><b>Перечень вопросов</b></p> <p>1. Сравнительная характеристика индустриальной и сервисной экономики</p> <p>2. Качество, уровень, стиль и образ жизни. Их взаимосвязь с развитием сферы услуг.</p> <p>3. Причины бурного развития сферы услуг в современных условиях.</p> <p>4. Роль сферы услуг в современном обществе.</p> <p>5. Методологические подходы к структурированию общественного производства (экономики).</p> <p>6. Закономерности взаимосвязи материального производства и сферы услуг в современных условиях.</p>



<p>продукции; оценки состояния рынка постпродажных услуг.</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Материальные товары и услуги и их отличительные свойства. Природа услуги.</li> <li>8. Классификация услуг по различным признакам.</li> <li>9. Услуги и сервис. Причины бурного развития сервиса в современных условиях.</li> <li>10. Рынок услуг: понятие, виды (типы).</li> <li>11. Особенности рынка услуг.</li> <li>12. Чисто общественные, чисто частные блага и рыночный оборот услуг.</li> <li>13. Основные субъекты рыночных отношений в сфере услуг.</li> <li>14. Конкурентные стратегии и возможности их применения предприятиями сферы услуг</li> <li>15. Факторы, определяющие развитие рынка услуг.</li> <li>16. Ситуации «Рынок производителя», «рынок потребителя» : причины возникновения и характеристика.</li> <li>17. Государство на рынке услуг.</li> <li>18. Франчайзинг: сущность, преимущества и недостатки.</li> <li>19. Основные виды франчайзинга и тенденции его развития.</li> <li>20. Проблемы развития франчайзинга в сфере услуг в России : положительные и отрицательные моменты.</li> <li>21. Сфера услуг и государство: причины государственного вмешательства и регулирования.</li> <li>22. Мировой рынок услуг. Факторы развития, особенности.</li> <li>23. Способы торговли услугами на мировом рынке.</li> <li>24. Проблемы регулирования мирового рынка услуг. Роль ГАТС.</li> <li>25. Сфера услуг в России: состояние и тенденции развития.</li> </ol>
	<p>ПК-7 – 3.2</p>	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сервис: сущность (широкое и узкое понимание) и роль в современной экономике.</li> <li>2. Классификация услуг по Дж.Зингельманну.</li> <li>3. Частные предпринимательские структуры на рынке услуг.</li> <li>4. Некоммерческие организации как субъект рынка услуг.</li> <li>5. Классификация услуг по К.Лавлоку.</li> <li>6. Аутсорсинг в сфере услуг: сущность, преимущества и недостатки.</li> <li>7. Сфера услуг: подходы к пониманию, структура и особенности (черты).</li> <li>8. Вторичный сектор экономики: характеристика, роль и тенденции развития в современных условиях.</li> <li>9. Подход А.Фишера и К.Кларка к структурированию общественного производства.</li> <li>10. Свойства услуги: их развернутая характеристика. Определение услуги.</li> <li>11. Три эпохи в развитии человеческого общества. Дать подробную характеристику одной из эпох.</li> <li>12. Характерные черты доиндустриальной эпохи</li> <li>13. Характерные черты индустриальной эпохи</li> <li>14. Характерные черты постиндустриальной эпохи.</li> <li>15. Сравнительная характеристика индустриального и постиндустриального общества.</li> <li>16. Современная экономика как экономика услуг</li> <li>17. Новая экономика: подходы к пониманию и основные черты.</li> <li>18. Подход Д.Белла к структурированию общественного производства.</li> <li>19. Факторы, способствующие и сдерживающие развитие сферы услуг в России.</li> <li>20. Сущность цивилизационного подхода к развитию человеческого общества.</li> <li>21. Его основные составляющие. Достоинства этого подхода.</li> <li>22. Сущность формационного подхода к развитию человеческого общества. Его основные составляющие. Ограниченность этого подхода, его положительные черты.</li> </ol>

		<p>23. Современное общество и экономика в координатах различных понятий.</p> <p>24. Постиндустриальное общество и информационное общество: соотношение понятий.</p> <p>25. Домохозяйства: сущность и роль на рынке услуг.</p> <p>26. Производственные услуги и их роль в современной экономике.</p>
--	--	---

### 7.2.1. Задания для оценки умений к зачету.

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<p><b>ПК-7</b> Способен к организации и координации взаимодействия с отделом маркетинга по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности и, скорости реализации продукции; оценки состояния рынка постпродажных услуг.</p>	ПК-7 – У.1	<p align="center"><b>Перечень заданий</b></p> <p>1. Доказать, что с увеличением коэффициента использования оборудования:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- снижаются амортизационные отчисления;</li> <li>- показать какие статьи в калькуляции себестоимости меняются и как;</li> <li>- указать диапазон возможного изменения коэффициента использования оборудования.</li> </ul>
	ПК-7 – У.2	<p align="center"><b>Перечень заданий</b></p> <p>1. Основные задачи, решаемые органами управления на предприятии – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) разработка и обоснование стратегического курса, доведение их до повседневных функций;</li> <li>б) конкретизация общих стратегических и текущих задач;</li> <li>в) набор и расстановка кадров;</li> <li>г) организация контроля за качеством и своевременностью исполнения заданий и обязанностей;</li> <li>д) оперативное регулирование деятельности предприятия и подразделений;</li> <li>д) подготовка законодательных документов.</li> </ul> <p>2. Недостаток семантического дифференциала Чарльза Озгуда, как метода измерения отношения респондента к предмету исследования, заключается в том, что у него:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) низкая возможность автоматизированной обработки, низкая наглядность представления</li> <li>б) высокая трудоёмкость процедуры, поскольку при большом числе сравниваемых объектов резко увеличивается количество пар для сравнения и обработка усложняется</li> <li>в) трудоёмкость подбора биполярных определений, невозможность использования в телефонном опросе.</li> </ul>

### 7.2.3. Задания для оценки владений, навыков к зачету

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<p><b>ПК-7</b> Способен к организации и координации взаимодействия с отделом маркетинга по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики,</p>	ПК-7 – В.1	<p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p>1. В период роста фирмы, когда напряжение между спросом и предложением услуги выше, существует полная загруженность персонала фирмы. При распределении работы между работниками, могут возникать конфликты. Предотвратить их можно составив четкую схему «Распределение работы между сотрудниками», необходимо учитывать такие факторы как: запросы клиента; потребности фирмы; реальные возможности фирмы</p>

<p>объемов оборота, конкурентоспособность и, скорости реализации продукции; оценки состояния рынка постпродажных услуг.</p>	<p>ПК-7 – В.2</p>	<p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> <p>1. Вы выходите на рынок с новым видом услуг. Вам необходимо провести исследование необходимости данной услуги. Выбранный метод исследования – метод опроса. Вам необходимо составить анкету учитывая все факторы, анкета должна состоять не менее чем из 20 вопросов, учитывайте порядок важности вопроса.</p> <p>2. Перечислите основные факторы которые на Ваш взгляд способствуют росту потребляемости услуг. Проранжируйте все перечисленные факторы и охарактеризуйте почему Вы считаете их основными.</p> <p>3. Главной задачей обеспечения качества услуги является удовлетворение или превышение ожиданий потребителей. Исходя из этого Вам необходимо составить модель предоставления качественной услуги (можно в виде схемы). Необходимо учитывать связь с внешними и внутренними сторонами. Опишите Вашу модель в письменном или устном виде.</p>
---	-------------------	---

### Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	<b>Критерии оценивания</b>	<b>Итоговая оценка</b>
<p>Уровень 1. Недостаточный</p>	<p>Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий</p>	<p>Неудовлетворительно/незачтено</p>
<p>Уровень 2. Базовый</p>	<p>Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач</p>	<p>Удовлетворительно/зачтено</p>
<p>Уровень 3. Повышенный</p>	<p>Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач</p>	<p>Хорошо/зачтено</p>
<p>Уровень 4. Продвинутый</p>	<p>Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения</p>	<p>Отлично/зачтено</p>

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

### 8.1. Основная учебная литература

1. Косолапова М.В., Свободин В.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник. – М.: Дашков и К, 2017.
2. Организация предпринимательской деятельности: учебник / под ред. В.Я. Горфинкеля. – М.: Проспект, 2017.
3. Кузьмина Е.Е., Кузьмина Л.П. Организация предпринимательской деятельности. Теория и практика : учеб. пособие для бакалавров. – М.: Юрайт, 2017.
4. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности: учебник. – М.: Дашков и К, 2017.

### 8.2. Дополнительная учебная литература

1. Романович Ж.А., Калачёв С.Л. Сервисная деятельность: учебник. – М.: Дашков и К, 2015.

2. Резник Г.А., Маскаева А.И., Пономаренко Ю.С. Сервисная деятельность : учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013, 2014, 2015.
3. Свириденко Ю.П., Хмелёв В.В. Сервисная деятельность : учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2012.
4. Лойко О.Т. Сервисная деятельность : учебник. – М.: Академия, 2010.
5. Краковская Т.А., Карнаухова В.К. Сервисная деятельность : учебник. – М.: Март, 2010.
6. Велединский В.Г. Сервисная деятельность : учебник. – М.: КноРус, 2010.
7. Предпринимательская деятельность: учебник для вузов / под ред. Э.А. Арустамова. – М.: Кнорус, 2013.
8. Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2013.

#### **9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).**

<a href="http://www.portal.gersen.ru">http://www.portal.gersen.ru</a>	Сайт Электронной библиотеки Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена «Гуманитарные технологии в социальной сфере». Раздел «Методология и наука»
<a href="http://elibrary.rsl.ru/">http://elibrary.rsl.ru/</a>	Сайт Российской электронной библиотеки (РГБ)
<a href="http://www.gumer.info">www.gumer.info</a>	Электронная библиотека ГУМЕР. Раздел НАУКА
<a href="http://www.filosofium.ru/">http://www.filosofium.ru/</a>	Сайт Философия науки, философия для аспирантов
<a href="http://www.jurnal.org/">http://www.jurnal.org/</a>	Сайт журнала научных публикаций для аспирантов и докторантов
<a href="http://www.moluch.ru/">http://www.moluch.ru/</a>	Сайт журнала «Молодой учёный»
<a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a>	Университетская библиотека on-line

#### **10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).**

Основными видами аудиторной работы обучающегося при изучении дисциплины являются лекции и семинарские занятия. Обучающийся не имеет права пропускать без уважительных причин аудиторные занятия, в противном случае он может быть не допущен к зачету/экзамену.

На лекциях даются и разъясняются основные понятия темы, связанные с ней теоретические и практические проблемы, рекомендации для самостоятельной работы. В ходе лекции обучающийся должен внимательно слушать и конспектировать лекционный материал.

Завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины семинарские занятия. Они служат для контроля подготовленности обучающегося; закрепления изученного материала; развития умения и навыков подготовки докладов, сообщений по естественнонаучной проблематике; приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии.

Семинару предшествует самостоятельная работа обучающегося, связанная с освоением лекционного материала и материалов, изложенных в учебниках, учебных пособиях и в рекомендованной преподавателем тематической литературе. По согласованию с преподавателем или его заданию обучающийся может готовить рефераты по отдельным темам дисциплины. Примерные темы докладов, рефератов и вопросов для обсуждения приведены в настоящих рекомендациях.

### **10.1. Работа на лекции.**

Основу теоретического обучения обучающихся составляют лекции. Они дают систематизированные знания обучающимся о наиболее сложных и актуальных философских проблемах. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению обучающимися изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Излагаемый материал может показаться обучающимся сложным, необычным, поскольку включает знания, почерпнутые преподавателем из различных отраслей науки, религии, истории, практики. Вот почему необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, обучающиеся должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета.

Обучающиеся должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель.

Обучающимся, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

### **10.2. Работа с конспектом лекций.**

Просмотрите конспект сразу после занятий. Отметьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.

Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам и тестам.

### **10.3. Выполнение практических работ.**

По наиболее сложным проблемам учебной дисциплины проводятся практические занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у обучающихся.

Практическое занятие проводится в соответствии с планом. В плане указываются тема, время, место, цели и задачи занятия, тема доклада и реферативного сообщения, обсуждаемые вопросы. Дается список обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к занятию.

Подготовка обучающихся к занятию включает:

- заблаговременное ознакомление с планом занятия;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;

При проведении практических занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение обучающимися знаний, но и направленных на развитие у них творческого мышления, научного мировоззрения. Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, обучающимся необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной

литературой. Изучение, дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с INTERNET.

Целесообразно готовиться к практическим занятиям за 1-2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий. Обучающийся должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряется и поощряется инициативные выступления с докладами и рефератами по темам практических занятий.

#### **10.4. Подготовка докладов, фиксированных выступлений и рефератов.**

При подготовке к докладу по теме, указанной преподавателем, обучающийся должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 10-15 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

Рекомендации к выполнению реферата:

1. Работа выполняется на одной стороне листа формата А 4.
2. Размер шрифта 14, межстрочный интервал (одинарный).
3. Объём работы должен составлять от 10 до 15 листов (вместе с приложениями).
4. Оставляемые по краям листа поля имеют следующие размеры:  
Слева - 30 мм; справа - 15 мм; сверху - 15 мм; снизу - 15 мм.

5. Содержание реферата:

- *Титульный лист.*
- *Содержание.*
- *Введение.*

Введение должно включать в себя краткое обоснование актуальности темы реферата. В этой части необходимо также показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и какое может иметь практическое значение.

- *Основной материал.*
- *Заключение.*

Заключение - часть реферата, в которой формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выполнение поставленных во введении задач и целей. Заключение должно быть чётким, кратким, вытекающим из основной части.

- *Список литературы.*

6. Нумерация страниц проставляется в правом нижнем углу, начиная с введения (стр. 3). На титульном листе и содержании, номер страницы не ставится.

7. Названия разделов и подразделов в тексте должны точно соответствовать названиям, приведённым в содержании.

8. Таблицы помещаются по ходу изложения, должны иметь порядковый номер. (Например: Таблица 1, Рисунок 1, Схема 1 и т.д.).

9. В таблицах и в тексте следует укрупнять единицы измерения больших чисел в зависимости от необходимой точности.

10. Графики, рисунки, таблицы, схемы следуют после ссылки на них и располагаются симметрично относительно центра страницы.

11. В списке литературы указывается полное название источника, авторов, места издания, издательство, год выпуска и количество страниц.

#### **10.5. Разработка электронной презентации.**

Распределение тем презентации между обучающимися и консультирование их по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату. Приступая к

подготовке письменной работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучающиеся представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу.

По согласованию с преподавателем, материалы презентации обучающийся может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов - это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами – не у всех это получается стильно;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;

- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;

- размер шрифта должен быть: 24–54 пункта (заголовок), 18–36 пунктов (обычный текст);

- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.

- каждый слайд должен иметь заголовок;

- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;

- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;

- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;

- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись.

Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).

- списки на слайдах не должны включать более 5–7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов – в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

#### **10.6. Методика работы с обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.**

В Институте созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления

услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в Институте комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте Института.

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие лифта, пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия: для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске); внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание); разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет: использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения; регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений; обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой Института по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия: ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий; в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию Института для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается; действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений; предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.



**11. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.**

При проведении лекционных занятий по дисциплине преподаватель использует аудиовизуальные, компьютерные и мультимедийные средства обучения Института, а также демонстрационные (презентации) и наглядно-иллюстрационные (в том числе раздаточные) материалы.

Практические занятия по данной дисциплине проводятся с использованием компьютерного и мультимедийного оборудования Института, при необходимости – с привлечением полезных Интернет-ресурсов и пакетов прикладных программ.

Лицензионное программно-информационное обеспечение	Microsoft Windows, Microsoft Office, Google Chrome, Kaspersky Endpoint Security
Современные профессиональные базы данных	1. Консультант+ 2. Справочная правовая система «ГАРАНТ».
Информационные справочные системы	1. Электронная библиотечная система (ЭБС) ООО «Современные цифровые технологии» 2. <a href="https://elibrary.ru">https://elibrary.ru</a> - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 3. <a href="https://www.rsl.ru">https://www.rsl.ru</a> - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 4. <a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a> - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 5. <a href="https://zbmath.org">https://zbmath.org</a> - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)

**12. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНЫХ АУДИТОРИЙ И ОБОРУДОВАНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).**

Учебные занятия по дисциплине проводятся в специализированной аудитории, оборудованной ПК, с возможностями показа презентаций. В процессе чтения лекций, проведения семинарских и практических занятий используются наглядные пособия, комплект слайдов, видеороликов.

Применение ТСО (аудио- и видеотехники, мультимедийных средств) обеспечивает максимальную наглядность, позволяет одновременно тренировать различные виды речевой деятельности, помогает корректировать речевые навыки, способствует развитию слуховой и зрительной памяти, а также усвоению и запоминанию образцов правильной речи, совершенствованию речевых навыков.

***Перечень оборудованных учебных аудиторий и специальных помещений***

<p>№ 505 Кабинет экономических дисциплин Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя</p>
---

- трибуна
- комплекты учебной мебели
- демонстрационное оборудование – проектор и компьютер
- принтер
- учебно-наглядные пособия
- шкаф для хранения пособий

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
 Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
 Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  
 Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).

№ 505 Кабинет экономических дисциплин

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

- доска
- стол преподавателя
- кресло для преподавателя
- трибуна
- комплекты учебной мебели
- демонстрационное оборудование – проектор и компьютер
- принтер
- учебно-наглядные пособия
- шкаф для хранения пособий

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
 Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
 Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  
 Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).

№ 404, 511

Помещения для самостоятельной работы

- комплекты учебной мебели
- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
 Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
 Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  
 Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016),  
 Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛДЗ/2023 от 01 декабря 2022 года).

№ 404

Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет

- комплекты учебной мебели;
- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему.

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
 Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
 Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  
 Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016),  
 Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛДЗ/2023 от 01 декабря 2022 года).

№ 401

Актовый зал для проведения научно-студенческих конференций и мероприятий

- специализированные кресла для актовых залов
- сцена
- трибуна
- экран
- технические средства, служащие для представления информации большой аудитории
- компьютер
- демонстрационное оборудование и аудиосистема
- микрофоны

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),

Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),

Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),

Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).

№ 515

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

- стеллажи
- учебное оборудование

**Разработчик: Полянский Д.С. к.э.н.**