

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Выборнова Любовь Александровна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 03.02.2022 15:17:47  
Уникальный программный ключ:  
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА» (ФГБОУ  
ВО «ПВГУС»)**

Кафедра «Экономика, организация и коммерческая деятельность»

**РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине «Товары и услуги, как объект коммерческой деятельности»  
для студентов направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленности  
(профиля) «Управление в сфере коммерческого предпринимательства»

Тольятти, 2018

Рабочая учебная программа по дисциплине «Товары и услуги, как объект коммерческой деятельности» включена в основную профессиональную образовательную программу направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленности (профиля) «Управление в сфере коммерческого предпринимательства» решением Президиума Ученого совета Протокол № 4 от 28.06.2018 г.

Начальник учебно-методического отдела \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ Н.М.Шемендюк  
28.06.2018 г.

Рабочая учебная программа по дисциплине разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования направления 38.03.06 «Торговое дело», утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ 12.11.2015 г. №1334

Составил: к.э.н., доцент Шнякина Ю.Р.

Согласовано Директор научной библиотеки  В.Н.Еремина

Согласовано Начальник управления информатизации  В.В.Обухов  
Утверждена на заседании кафедры (разработчика) «Экономика, организация и коммерческая деятельность»

Протокол № 10 от «20» 04 2018 г.

Заведующий кафедрой (разработчика)  д.э.н., профессор Е. В.Башмачникова  
(подпись) (ученая степень, звание, Ф.И.О.)  
«20» 04 2018 г.

Согласовано начальник учебно-методического отдела  Н.М.Шемендюк

## **1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

### **1.1. Цели освоения дисциплины**

формирование теоретических знаний о товарах и услугах как средствах удовлетворения потребностей населения и практических навыков применять их в условиях, моделирующих профессиональную деятельность

### **1.2. В соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована образовательная программа указанного направления подготовки, содержание дисциплины позволит обучающимся решать следующие профессиональные задачи:**

- Изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынках;
- Идентификация товаров, выявление и предупреждение их фальсификации;
- Соблюдение действующего законодательства и нормативных документов, а также требований, установленных техническими регламентами, стандартами, положениями договоров;
- Управление ассортиментом и качеством товаров и услуг ;
- Обеспечение необходимого уровня качества торгового обслуживания потребителей.

### **1.3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код компетенции	Наименование компетенции
ПК-7	- способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

### **1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Результаты освоения дисциплины	Технологии формирования компетенции по указанным результатам	Средства и технологии оценки по указанным результатам
<i><b>Знает:</b></i> ПК-7	- Лекции - Практические занятия	- Устные опросы - Собеседование

<ul style="list-style-type: none"> <li>– Нормативная документация, приказы, положения, инструкции организации</li> <li>– Основы логистики</li> <li>– Основы микро- и макроэкономики</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Самостоятельное изучение дополнительного материала с подготовкой вопросов для проверки</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Тестирование</li> </ul>
<p><b>Умеет:</b> ПК-7</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Разрабатывать предложения по формированию политики ценообразования</li> </ul> <p>Прогнозировать рыночную ситуацию и оценивать возможные риски продаж</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Выполнение практических заданий</li> <li>- Подготовка докладов, рефератов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Письменная работа</li> <li>- Собеседование</li> </ul>
<p><b>Имеет практический опыт:</b> ПК-7</p> <p>расчета плановых показателей и составления плановых документов по формированию ассортимента товаров</p>	<p>Выполнение индивидуальной работы</p>	<p>Письменная работа</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Доклад</li> <li>- Презентация результатов проекта</li> </ul>

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана направления подготовки (дисциплина по выбору). Ее освоение осуществляется в пятом семестре.

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Код и наименование компетенции(й)
1	<i>Предшествующие дисциплины (практики)</i>	
1.1	Коммерческая деятельность	<p>ПК-6- способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение</p> <p>ПК-7 - способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</p> <p>ПК-8- готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p>
2	<i>Последующие дисциплины (практики)</i>	
2.1	Организация, технология и проектирование предприятий	<p>ПК-7 - способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</p>

	глобализации
--	--------------

**3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу**

Распределение фонда времени по семестрам и видам занятий

Виды занятий	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Итого часов Зачетных единиц	144	-	144 ч.
Лекции (час)	18	-	4
Практические (семинарские) занятия (час)	28	-	10
Лабораторные работы (час)	-	-	-
Самостоятельная работа (час)	98	-	126
Курсовой проект (работа) (+,-)	+	-	+
Контрольная работа (+,-)	-	-	-
Дифзачет, семестр /час.	5 семестр	-	5 семестр /4

**4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**4.1. Содержание дисциплины**

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в академических часах)				Средства и технологии и оценки
		Лекции, час	Практические (семинарские) занятия, час	Лабораторные работы, час	Самостоятельная работа, час	
1	ТЕМА 1. Введение в дисциплину « Товары и услуги, как объект коммерческой деятельности Вопросы : 1.Основные факторов сервисной экономики. 2.Особенности	3/-/1	4/-/1	-/-/-	18/-/21	Устный опрос, выполненные практические задания

	коммерческой деятельности в условиях сервисизации					
2	<p>ТЕМА 2. Средства удовлетворения потребностей: виды товаров и услуг</p> <p>Вопросы:</p> <p>1. Виды и назначение средств удовлетворения потребностей.</p> <p>2. Виды товаров.</p> <p>3. Виды услуг.</p> <p>4. Единый классификатор товаров и услуг</p>	3/-/	4/-/2	-/-/	16/-/21	Устный опрос, подготовка докладов, выполнение практических заданий
3	<p>ТЕМА 3. Услуги: назначение, характерные признаки</p> <p>Вопросы:</p> <p>1. Сущность услуг.</p> <p>2. Характеристики услуг.</p>	3/-/1	4/-/2	-/-/	16/-/21	Устный опрос, тест, выполнение практических заданий
4	<p>ТЕМА 4. Качество услуг и факторы, его формирующие</p> <p>Вопросы:</p> <p>1. Требования к качеству услуг.</p> <p>2. Факторы, формирующие качество</p>	3/-/	6/-/2	-/-/	16/-/21	Устный опрос, выполнение практических заданий, решение задач

	услуг. 3. Управление качеством услуг.					
5	ТЕМА 5. Услуги однородной группы Вопросы: 1. Особенности услуг однородной группы. 2. Анализ внешней среды сегмента рынка услуг. 3. Мероприятия по продвижению услуг однородной группы. 4. Особенности товарной политики предприятий- исполнителей услуг однородной группы.	3/-/1	4/-/1	-/-/-	16/-/21	Устный опрос, выполнен ие практичес ких заданий, решение задач
6	ТЕМА 6. Конкурентоспособност ь: оценка и обеспечение Вопросы: 1. Понятие и виды конкуренции. 2. Конкурентоспособнос ть товаров и услуг. 3. Методические подходы к оценке конкурентоспособност и товаров и услуг	3/-/1	6/-/2		16/-/21	Решение ситуацио нных задач
	<i>Промежуточная аттестация по дисциплине</i>					<i>Диффере нци- рованный зачет</i>
	<b>ИТОГО</b>	18/-/4	28/-/10	-/-/-	98/- /126	

#### 4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№	Наименование темы практических (семинарских) занятий	Объем часов	Форма проведения
1	Занятие 1. Введение в дисциплину « Товары и услуги, как объект коммерческой деятельности	4/-/1	1. Обсуждение теоретических вопросов. 2. Выступление с докладами. 3. Выполнение практических заданий. 4. Тест
2	Занятие 2. Средства удовлетворения потребностей: виды товаров и услуг	4/-/2	1. Обсуждение теоретических вопросов. 2. Выступление с докладами. 3. Выполнение практических заданий.
3	Занятие 3. Услуги: назначение, характерные признаки	4/-/2	1. Обсуждение теоретических вопросов. 2. Выступление с докладами. 3. Выполнение практических заданий.
4	Занятие 4. Качество услуг и факторы, его формирующие	6/-/2	1. Обсуждение теоретических вопросов. 2. Выполнение практических заданий.
5	Занятие 5. Услуги однородной группы	4/-/1	1. Обсуждение теоретических вопросов. 2. Выступление с докладами. 3. Выполнение практических заданий.
6	Занятие 6. Конкурентоспособность: оценка и обеспечение	6/-/2	1. Обсуждение теоретических вопросов. 2. Выступление с докладами. 3. Выполнение практических заданий.
<b>Итого</b>		28/-/10	

#### 4.3. Содержание лабораторных работ

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

#### 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

**Технологическая карта самостоятельной работы студента**

Код реализуемой компетенции	Вид деятельности студентов (задания на самостоятельную работу)	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов
ПК-7	Вопросы для самоконтроля, подготовка докладов, рефератов, тест для самоконтроля	Устный опрос, доклад, письменная работа	Собеседование, выступление с докладом	98/-/126
<b>Итого</b>				98/-/126

**Рекомендуемая литература:** 1-5, 7, 9, 11.

### Содержание заданий для самостоятельной работы

#### Темы докладов, рефератов

1. Сервис как общественное и экономическое явление
2. Социальные предпосылки сервисной деятельности
3. Роль сервисной деятельности в социально-экономическом развитии страны
4. Структура и виды сервисной деятельности
5. Сервисная деятельность как процесс удовлетворения потребностей
6. Услуга как специфический продукт сервисной деятельности
7. Основы организации сервисной деятельности
8. Специфика оказания различных услуг в сервисной деятельности
9. Основы организации рабочих мест в индустрии моды и красоты
10. Организация обслуживания потребителей услуг
11. Способы и формы организации обслуживания оказания услуг
12. Основные правила обслуживания населения
13. Качество услуг и обслуживание
14. Культура обслуживания как базовый элемент качества обслуживания

Письменные работы могут быть представлены в различных формах:

- реферат - письменный доклад или выступление по определённой теме, в котором собрана информация из одного или нескольких источников. Рефераты могут являться изложением содержания научной работы, художественной книги и т.п.

- эссе - прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

- аннотирование – предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;

- Тезирование – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;

- Цитирование – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;

- Конспектирование – краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.

- Конспект – сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Конспект аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи. Поэтому умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.

- План - это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект;

- другое.

### **Вопросы (тест) для самоконтроля**

1. Перечислите отличия сервисной экономики от индустриальной.
2. Назовите основные этапы коммерческой работы.
2. Раскройте содержание понятия «сервисизация».
3. Назовите основные классификационные признаки товаров?
4. Какие виды услуг Вам известны?
5. Назовите основные классификаторы товаров и услуг. Дайте им характеристику.
6. Назовите основные характеристики услуги.
7. Какими факторами обусловлен рост спроса на услуги?
8. Раскройте сущность услуги.
9. Перечислите требования, предъявляемые к качеству услуг.
10. Назовите факторы, формирующие качество услуг.
11. Дайте характеристику методам управления качеством услуг.
12. Перечислите мероприятия по продвижению услуг однородной группы и дайте им характеристику.
13. Назовите особенности слуг однородной группы.
14. Раскройте сущность понятий «товарная политика», «сбытовая политика».
15. Назовите основные направления анализа внешней среды предприятия.
16. Какие виды конкуренции выделяют в сфере услуг?
17. В чем отличие конкуренции рынка услуг и товарного рынка?
18. Раскройте сущность и содержание понятия «имидж услуги».
19. Назовите методы оценки конкурентоспособности товаров и услуг.

### ***Вопросы в тестовой форме:***

1. Средствами удовлетворения потребностей являются:

- а) товары;
- б) информация;
- в) идеи;
- г) все перечисленное.

2. Услуги по изучению общественного мнения относятся к:

- а) эмпирическому уровню сервиса;
- б) теоретическому уровню сервиса.

3. Когда потребители не могут удовлетворить свои запросы с помощью существующих товаров, говорят о:

- а) скрытом спросе;
- б) отрицательном спросе;
- в) чрезмерном спросе;
- г) нерегулярном спросе.

4. Чтобы добраться до места работы, человек пользуется автобусом. В этом случае говорят о:

- а) повседневном спросе;
- б) особом спросе;
- в) престижном спросе;
- г) эта классификация спроса не подходит.

5. Товары, приобретаемые при возникновении острой нужды в них:

- а) основные товары постоянного спроса;
- б) товары импульсной покупки;
- в) товары особого спроса;
- г) товары для экстренных случаев.

6. К группе «материалы и детали» товаров промышленного назначения относится:

- а) сырье;
- б) конторское оборудование;
- в) материалы для технического обслуживания и ремонта;
- г) рабочие материалы.

7. Товары, отличающиеся от серийно выпускаемых товаров ассортиментной принадлежностью на уровне наименований и/или торговых марок, а также значительными изменениями качества — это:

- а) принципиально новые товары;
- б) товары умеренной новизны;

- в) относительно новые товары;
- г) незначительно новые товары.

8. Какой из признаков не используется для классификации услуг:

- а) характер оплаты;
- б) назначение;
- в) срок использования;
- г) степень автоматизации.

9. Какое утверждение ошибочно:

- а) несмотря на огромное количество услуг, есть целый ряд характеристик, присущих всем услугам;
- б) бесплатные услуги оказываются только государственными учреждениями (школы, больницы и т. д.);
- в) оборудование может придать услуге дополнительную ценность;
- г) по назначению выделяют общие и специфичные услуги.

10. В ТН ВЭД СНГ кодирование товаров производится:

- а) 5-значными кодами;
- б) 7-значными кодами;
- в) 9-значными кодами;
- г) 11-значными кодами.

11. ТН ВЭД РФ:

- а) является самостоятельной классификацией;
- б) согласуется с МКТУ;
- в) согласуется с ОКВЭД;
- г) согласуется с НГС.

12. МКТУ предназначен для:

- а) классификации товаров и услуг для регистрации товарного знака;
- б) классификации и кодирования видов экономической деятельности и информации о них;
- в) систематизации перечня товаров, обращающихся во внешней торговле;
- г) определения фактически осуществляемых видов экономической деятельности хозяйствующих субъектов.

13. ОКВЭД введен в действие:

- а) в 1957 г.;
- б) в 1988 г.;
- в) в 1995 г.;

г) в 2003 г.

*14. услуга — это:*

- а) обособленная целостность, характеризуемая показателями величины, цены, внешнего вида и прочими атрибутами;
- б) название, ассоциируемое с одним или более объектов;
- в) любое мероприятие или выгода, которую одна сторона может предложить другой;
- г) верного определения нет.

*15. Гибрид — это предложение:*

- а) которое в равной степени состоит из товара и сопутствующих услуг;
- б) в котором предлагается материальный товар, дополненный одной или несколькими услугами;
- в) в котором основная услуга сопровождается получением сопутствующих товаров и услуг;
- г) в котором предлагается исключительно осязаемый товар и дополнительных услуг не предусматривается.

*16. Такая характеристика услуги как неосязаемость объясняется следующим образом:*

- а) услуга не может быть продемонстрирована до покупки;
- б) услугу нельзя отделить от ее источника;
- в) качество услуги зависит от того: кто, когда, где и как ее предоставляет;
- г) услугу нельзя хранить с целью последующей продажи или использования.

*17. Для устранения недостатков недолговечности услуги:*

- а) руководство предприятия пытается стимулировать поддержание позитивного общественного мнения, направляя свои маркетинговые усилия на авторитетных людей;
- б) практикуют введение систем предварительных заказов;
- в) поставщик услуги может научиться работать с более многочисленными группами клиентов;
- г) предприятия сферы услуг инициируют создание членских Клубов или ассоциаций.

*18. Присутствие и некоторое участие в процессе их предоставления других потребителей является характерной особенностью:*

- а) непостоянства качества услуг;
- б) недолговечности услуг;
- в) неотделимости услуг;

г) отсутствия владения услугой.

*19. Какое утверждение ошибочно:*

а) услуга передается покупателю через действия, тогда как товар передается из рук в руки;

б) к сфере обслуживания относится коммерческий сектор с его судами, больницами, военными службами, полицией, почтой и школами;

в) увеличение спроса на услуги объясняется развитием новых информационно-коммуникационных технологий;

г) несмотря на важность отрасли услуг, теоретическая концепция услуг стала разрабатываться лишь с конца 1960-х годов.

*20. Способность услуги удовлетворять основные и дополнительные потребности заказчика определяет:*

а) назначение услуги;

б) эргономические свойства услуги;

в) эстетические свойства услуги;

г) экологические свойства услуги.

*21. Какое количество интервалов между ожидаемым и фактическим обслуживанием оказывает влияние на оценку качества предоставления услуги:*

а) 3 интервала;

б) 4 интервала;

в) 5 интервалов;

г) 6 интервалов.

*22. Градация качества услуги — это:*

а) способность услуги удовлетворять определенные потребности с учетом особенностей потребителей;

б) совокупность требований к свойствам услуг, определяющих их способность удовлетворять потребности заказчика;

в) состояние, при котором риск вреда или ущерба ограничен допустимым уровнем;

г) категория или разряд, присвоенные объектам, имеющим то же самое функциональное применение, но различные требования к качеству.

*23. Какой из перечисленных факторов, формирующих качество услуги, является специфичным для этой сферы:*

а) качество продукции;

б) запросы потребителей;

- в) качество производственных процессов;
- г) качество труда производственного персонала.

24. *Метод диаграммного проектирования предполагает:*

- а) необходимость различия «полосы видимости» для потребителя выполняемых в процессе оказания услуги операций;
- б) необходимость фиксации и перечисления всех моментов, когда потребитель контактирует с персоналом предприятия в процессе потребления услуги;
- в) что менеджер по маркетингу, кроме самостоятельного проектирования этапов и задач процесса обслуживания, попросит самих потребителей выполнить эту задачу;
- г) анализ и оптимизацию сложившейся практики обслуживания с целью повышения эффективности функционирования предприятия посредством маркетинга, направленного в значительной степени на внутреннюю среду предприятия.

25. *Принцип преимущественно рационального поведения субъектов рынка при оценке конкурентоспособности товара предполагает, что:*

- а) поведение каждого из субъектов рыночных отношений можно рассматривать как серию взаимосвязанных действий с заранее определенной целью;
- б) в процессе оценки и управления конкурентоспособностью необходимо учитывать интересы и потребителей и производителей;
- в) необходимо выявление различных составляющих конкурентоспособности товара и факторов, оказывающих на нее влияние;
- г) потребители на рынке по-разному реагируют даже на один и тот же товар с одними и теми же свойствами.

### **Индивидуальные (групповые) задания для самостоятельной работы**

За период изучения дисциплины студент должен выполнить индивидуальную работу, оформить и сдать на проверку преподавателю. Презентация результатов осуществляется на одном из последних практических занятий. Работа выполняется студентами индивидуально.

#### **Задание 1**

Составьте список из 10 рекламных роликов. Чего пытался добиться рекламодатель в каждом конкретном случае? К какому виду рекламы их можно отнести? На удовлетворение каких потребностей делается акцент в рекламе? Каким образом учитывался специфика рекламируемого товара? Встречали ли иные способы рекламы данных товаров? Если да, то какой из вариантов рекламы вы считаете более удачным? Произвело ли вас воздействие рекламы? Ответы следует обосновать.

## 6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

### Инновационные образовательные технологии

Вид образовательных технологий, средств передачи знаний, формирования умений и практического опыта	№ темы / тема лекции	№ практического (семинарского) занятия/ наименование темы
Проектная технология		Занятие 4. Качество услуг и факторы, его формирующие
Слайд-лекции	ТЕМА 1. Введение в дисциплину « Товары и услуги, как объект коммерческой деятельности ТЕМА 2. Средства удовлетворения потребностей: виды товаров и услуг ТЕМА 3. Услуги: назначение, характерные признаки ТЕМА 4. Качество услуг и факторы, его формирующие ТЕМА 5. Услуги однородной группы ТЕМА 6. Конкурентоспособность: оценка и обеспечение	
Групповые технологии		Занятие 6. Конкурентоспособность: оценка и обеспечение

Для успешного освоения дисциплины студентам необходимо выполнить задания, предусмотренные рабочей учебной программой дисциплины. От качества и полноты их выполнения будет зависеть уровень сформированности компетенции и оценка текущей успеваемости по дисциплине. Списки учебных пособий, научных трудов, которые студентам следует прочесть и законспектировать, темы практических занятий и вопросы к ним, вопросы к экзамену (зачету) и другие необходимые материалы указаны в разработанном для данной дисциплины учебно-методическом комплексе.

Основной формой освоения дисциплины является самостоятельная работа студента и контактная работа с преподавателем - практические занятия, консультации (в том числе индивидуальные), в том числе проводимые с применением дистанционных технологий.

По дисциплине часть тем (разделов) изучается студентами самостоятельно. Самостоятельная работа предусматривает подготовку к аудиторным занятиям, выполнение заданий (письменных работ, творческих проектов и др.) подготовку к промежуточной аттестации (экзамену (зачету)).

На практических (семинарских) занятиях вырабатываются навыки и умения обучающихся по применению полученных знаний в конкретных ситуациях, связанных с будущей профессиональной деятельностью. По окончании изучения дисциплины проводится промежуточная аттестация (экзамен, (зачет)).

Регулярное посещение аудиторных занятий не только способствует успешному овладению знаниями, но и помогает организовать время, т.к. все виды учебных занятий распределены в семестре планомерно, с учетом необходимых временных затрат.

### **6.1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на практических (семинарских) занятиях**

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- получение навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- обсуждение вопросов в аудитории, разделенной на подгруппы обучающихся либо индивидуальных;
- выполнение практических заданий, задач;
- решение ситуаций;
- другое.

### **Содержание заданий для практических занятий**

#### **Задания, задачи (ситуационные, расчетные и т.п.)**

По дисциплине для проведения практических занятий разработано 24 задания:

- Тема 1 – 4 задания;
- Тема 2 – 4 задания;
- Тема 3 – 4 заданий;
- Тема 4 – 4 заданий;
- Тема 5 – 4 задания.
- Тема 6- 4 задания.

**Вопросы для обсуждения**

1. Особенности сервисной экономики.
2. Теоретические основы сервисной деятельности.
3. Основные этапы коммерческой работы.
4. Виды и назначение средств удовлетворения потребностей.
5. Виды товаров.
6. Виды услуг.
7. Единый классификатор товаров и услуг.
8. Услуги как основа сервисной экономики.
9. Характеристики услуг.
10. Требования к качеству услуг.
11. Факторы, формирующие качество услуг.
12. Управление качеством услуг.
13. Особенности услуг однородной группы.
14. Анализ внешней среды сегмента рынка услуг.
15. Мероприятия по продвижению услуг однородной группы.
16. Особенности товарной политики предприятий- исполнителей услуг однородной группы.
17. Понятие и виды конкуренции.
18. Конкурентоспособность товаров и услуг.
19. Методические подходы к оценке конкурентоспособности товаров и услуг.
20. Определение ценности услуги.
21. Определение потребительской среды в сфере услуг.
22. Клиенты сферы услуг и их потребности.
23. Факторы, влияющие на покупательское поведение клиентов сферы услуг.
24. Контактная зона и ее характеристики.
25. Работа с жалобами потребителей услуг.
26. Принципы эффективного решения конфликтных ситуаций.
27. Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания.
28. Понятие «качество обслуживания».
29. Методы определения показателей качества оказания услуг.
30. Стратегии создания конкурентных преимуществ, основанных на высоком уровне обслуживания.

31. Разработка и создание новых услуг.
32. Жизненный цикл услуги.
33. Подходы к определению содержания и восприятия деловой этики и социальной ответственности в сфере услуг.
34. Проблемы морально-этических качеств руководителя.

### **Лабораторные работы**

Лабораторные работы по дисциплине «Товары и услуги, как объект коммерческой деятельности» учебным планом не предусмотрены.

#### **6.2. Методические указания для выполнения контрольных работ**

Контрольная работа по дисциплине «Товары и услуги, как объект коммерческой деятельности» учебным планом не предусмотрена.

#### **6.3. Методические указания для выполнения курсовых работ (проектов)**

##### **Структура курсовой работы**

Объем курсовой работы составляет до 50 страниц машинописного текста. Курсовая работа включает следующие разделы:

Введение - 2 стр.

- I. Теоретическая часть –12-15 стр.
- II. Аналитическая часть – 15-20 стр.
- III. Рекомендательная часть –8-10 стр.

Заключение - 2 стр.

Библиографический список (не менее 30 источников).

Графический материал используется как в тексте (в виде таблиц, схем, рисунков, графиков), так и выносится в приложение. Объем приложения не ограничивается.

##### **Оформление курсовой работы**

Курсовая работа оформляется в соответствии с требованиями ЕСКД на отдельных листах формата А4 (210 х 297 мм), которые брошюруются под титульным листом. Текст должен быть набран на компьютере в текстовом процессоре WORD и записан на диск. Текст оформляется: шрифт - Times New Roman; размер шрифта – 12, межстрочный интервал – 1,5.

Абзацный отступ должен быть одинаковым и равен пяти печатным знакам. Заголовки отделяют от текста сверху и снизу двумя межстрочными интервалами. Страницы должны иметь поля:

- левое поле листа - 35 мм (12 печатных знаков);
- правое поле листа - 10 мм (3-4 печатных знака);
- верхнее поле листа - 20 мм (5 межстрочных интервалов);
- нижнее поле листа - 20 мм (5 межстрочных интервалов).

Повреждения листов текста, помарки и следы полностью удаленного текста не допускаются.

Текст состоит из разделов и подразделов. Разделы должны иметь порядковые номера в пределах всей работы, обозначенные арабскими цифрами с точкой. Подразделы должны иметь нумерацию в пределах каждого раздела. Номера подразделов состоят из номера раздела и подраздела, разделенных точкой. Переносы слов в заголовках не допускаются. Точка в конце заголовка не ставится (если заголовок состоит из двух предложений, то их разделяют точкой). Каждый раздел должен начинаться с нового листа. Начало подразделов не выносится на новый лист, а продолжает предыдущий текст.

В конце курсовой работы приводится библиографический список, который был использован при их выполнении. Оформление библиографического списка и ссылок на него в тексте производится в соответствии с требованиями государственного стандарта. Библиографический список не включается в объем курсовой работы.

Страницы, таблицы, графики и схемы должны быть пронумерованы. Нумерация должна быть сквозной или в рамках раздела. При нумерации страниц следует учесть, что первой страницей является титульный лист, второй – содержание курсовой работы. На титульном листе нумерация не ставится. Оформление таблиц, рисунков регламентируется также государственным стандартом. Нумерация производится сверху страницы по центру.

### **Написание курсовой работы**

Выбор темы курсовой работы осуществляется студентом в начале семестра в соответствии с его научными интересами, опытом работы и творческими возможностями, исходя из наличия необходимых данных, потребностей предприятия и подразделения, являющимися местом работы студента, на базе которого будет выполняться работа.

Студент может предложить свою тему курсовой работы, не включенную в перечень, обосновав при этом актуальность и целесообразность ее разработки, а также

по согласованию с преподавателем взять одну из научно-исследовательских задач. После выбора темы и утверждения ее преподавателем студент приступает к выполнению курсовой работы. Процесс выполнения курсовой работы состоит из следующих этапов:

- выбор темы курсовой работы и утверждение ее ведущим преподавателем;
- изучение учебной и научной литературы;
- составление плана курсовой работы и утверждение его ведущим преподавателем;
- изучение литературы и написание теоретического раздела курсовой работы (проекта);
- сбор требуемого материала на конкретном предприятии и написание аналитического раздела курсовой работы;
- разработка рекомендаций по повышению эффективности экономической деятельности анализируемого предприятия;
- сдача курсовой работы на проверку ведущему преподавателю;
- защита проверенной курсовой работы.

### **Порядок сдачи и защиты курсовой работы**

Выполненную и оформленную курсовую работу студенты сдают на кафедру для проверки. Срок сдачи курсовой работы определяется учебным графиком.

После проверки курсовой работы преподаватель подписывает титульный лист пояснительной записки и вместе со своим отзывом возвращает курсовую работу студенту для доработки (в случае обнаружения ошибок, неполного объема или низкого качества оформления) или рекомендует курсовую работу для подготовки к защите.

Защита курсовых работ студентами может проводиться в форме собеседования с преподавателем или открыто с участием группы.

В процессе доклада студент должен кратко сформулировать цели и задачи курсовой работы, охарактеризовать объект и предмет исследования, изложить основные выводы, полученные на основе аналитической части курсовой работы, представить разработанные рекомендации.

В заключение студент оценивает полноту и качество решения поставленных перед ним задач. На изложение содержания курсовой работы отводится 5-7 минут. Затем студенту задаются вопросы, на которые он обязан дать исчерпывающие ответы. Вопросы могут быть заданы как преподавателем, так и студентами. После этого студент отвечает на замечания преподавателя, отмеченные им в отзыве. Оценка курсовой работы производится с учетом качества выполнения разделов и защиты.

### **Примерный перечень тем курсовых работ**

1. Организация и развитие коммерческой деятельности торговых предприятий на рынке (на примере...).
2. Исследование системы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия, функционирующего на рынке (на примере...).
3. Исследование конъюнктуры потребительского рынка и ее влияния на коммерческую деятельность предприятия розничной торговли (на примере...).
4. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке (на примере...).
5. Формирование товарной политики торгового предприятия (на примере...).
6. Упаковка товара и ее роль в торговой политике (на примере ...).
7. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг (на примере...).
8. Рекомендации по оптимизации предложения товаров предприятия на основе изучения спроса.
9. Рекомендации по оптимизации предложения услуг предприятия на основе изучения спроса.
10. Разработка стратегии повышения конкурентоспособности товаров предприятия (на примере...).
11. Разработка стратегии повышения конкурентоспособности услуг предприятия (на примере...).
12. Исследование факторов формирования спроса на товары предприятия на отраслевом рынке и разработка рекомендаций по его стимулированию (на примере...).
13. Исследование влияния факторов внешней среды на товары предприятия в рамках отраслевого рынка (на примере...).
14. Исследование влияния факторов внешней среды на услуги предприятия в рамках отраслевого рынка (на примере...).
15. Исследование факторов формирования спроса на услуги предприятия на отраслевом рынке и разработка рекомендаций по его стимулированию (на примере...).

### **Исходные данные для выполнения курсовой работы**

Исходные данные для выполнения курсовой работы определяются заданием, которое выдается индивидуально каждому студенту. Студенты заочного отделения также получают индивидуальное задание на выполнение курсовой работы, которое определяется местом их работы и выполняемыми функциями. В период практики на

предприятиях студенты проводят все необходимые исследования, собирают технико-экономические данные работы предприятия, изучают, обобщают опыт других предприятий, функционирующих в сфере коммерции.

Курсовая работа должна носить реальный характер, вестись на основе материалов, собранных на предприятиях, и быть адаптирована к изменяющимся условиям рыночной экономики. В процессе выполнения курсовой работы студент должен научиться применять совокупность методов исследования (монографического, расчетно-конструктивного, статистико-экономических, аналитических, социологических, графических, экономико-математических). При подготовке курсовой работы необходимо использовать соответствующую литературу: учебно-методическую, учебную, научно-исследовательскую, справочную, нормативную, методологическую. Кроме того, для овладения современными концепциями и актуальными разработками, а также передовым опытом совершенствования организации процесса прогнозирования и повышения эффективности экономической деятельности предприятий, занимающихся коммерческой деятельностью, студенты должны использовать в работе периодическую печать.

## **Методические рекомендации по выполнению основных разделов курсовой работы**

### ***Введение***

Во введении обосновывается необходимость разработки данной темы, ее актуальность для совершенствования управленческой деятельности и повышения экономической эффективности функционирования предприятий сферы коммерции в современных рыночных условиях. Актуальность темы подтверждается доказательствами ее значения для решения вопросов совершенствования управления и экономики предприятия. Во введении также четко формулируется цель, которую должен достичь автор в ходе выполнения курсовой работы, задачи курсовой работы, предмет и объект исследования.

Стиль изложения введения - тезисный, форма изложения – постановочная. Таким образом, во введении в краткой форме должны быть изложены основные характеристики курсовой работы.

### ***Теоретическая часть***

Теоретическая часть курсовой работы должна раскрывать сущность, проблематику, специфику рассматриваемой темы. Изучение теоретических основ решаемой проблемы должно опираться на выводы основоположников экономической науки по различным ее направлениям, работы ведущих отечественных и зарубежных

экономистов, основные нормативные документы, законы и законодательные акты, принятые в области регламентирования рыночных отношений между субъектами хозяйствования. Обобщая имеющиеся мнения и выводы различных авторов по решаемой проблеме, студент может сформулировать свое отношение к рассматриваемому вопросу. В этом случае обоснование отношения должно быть развернутым, базироваться на теоретической основе и иметь практическое подтверждение. Теоретическая часть заканчивается краткими выводами по изучаемому вопросу.

### ***Исследовательско-аналитическая часть***

Основными задачами данного раздела курсовой работы являются анализ технико-экономических показателей и тематический анализ выбранного аспекта деятельности предприятия.

Исследовательско-аналитическая часть курсовой работы предполагает проведение исследования состояния и направлений развития рынка выбранной группы товаров, являющегося основой для разработки методики оценки рыночной ситуации. Следующие разделы исследовательско-аналитической части курсового проекта совпадают с разделами аналитической части курсовой работы.

### ***Рекомендательная часть***

В третьей части курсовой работы решаются две основные задачи:

- поиск возможных вариантов устранения выявленных недостатков;
- обоснование выбора наиболее рациональных вариантов решения проблемы и преимуществ, обеспечиваемых ими, перед фактическим положением дел в экономике предприятия.

В данном разделе студентам необходимо разработать рекомендации по совершенствованию коммерческой деятельности предприятия, одновременно ведущие к повышению общей экономической эффективности функционирования анализируемого предприятия. Предложенные рекомендации должны носить реальный характер, базироваться на научно-технических прогнозах развития отрасли и потребительского спроса, результатах экономического анализа деятельности предприятия.

Проектная часть обязательно включает обоснование целесообразности каждого мероприятия, описание его сущности, оценку экономической эффективности и характеристику работ по подготовке их к практической реализации. В проектной части должны быть приведены все расчеты с подробными пояснениями и ссылками на источник используемой информации.

На все исходные данные, используемые для расчета экономической эффективности проектных предложений, должны быть сделаны ссылки на соответствующие источники или отмечено экспертное определение.

### ***Заключение***

В заключении дается характеристика результатов исследований, проведенных в курсовой работе. Делаются выводы и обобщаются результаты, полученные во всех частях работы, оценивается степень выполнения первоначально намеченных целей и задач. Заключение должно быть конкретным и обязательно содержать следующее:

- оценку общего состояния объекта исследования;
- итоги оценки рынка и тематического анализа;
- перечень и краткую характеристику предлагаемых рекомендаций;
- итоги расчета экономической эффективности проектных предложений;
- изменение основных экономических показателей в результате реализации мероприятий.

### ***Библиографический список***

Библиографический список должен содержать наименования, которые использовались в различных частях курсовой работы и на которые имеются ссылки в тексте. Источники располагаются в алфавитном порядке авторов, а при отсутствии последних (если фамилии авторов не вынесены на титульный лист) – по первой букве названия источника литературы. По каждому источнику необходимо указать автора, название работы, место издания, наименование издательства, год издания и количество страниц.

### ***Приложения***

В приложениях должны быть приведены различного рода вспомогательные, поясняющие и дополнительные материалы (действующие на предприятии и разработанные в процессе выполнения курсовой работы: использованные формы анкет, вспомогательные таблицы). Состав приложений зависит от темы. Приложения должны быть приведены в том порядке, который соответствует последовательности ссылок на них в тексте курсовой работы.

## 7. Паспорт фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (дифференцированный зачет)

Фонды оценочных средств, позволяющие оценить уровень сформированности компетенций и результаты освоения дисциплины, представлены следующими компонентами:

Код оцениваемой компетенции (или ее части)	Тип контроля	Вид контроля	Количество элементов, шт.
ПК-7	текущий	1. Устный опрос 2. Выступление с докладами, рефератами 3. Выполнение практических заданий 4. Тестирование по темам курса 5. Индивидуальная работа	1. Блок 1. Устный опрос Вопросы 1-34 2. Блок 2. Темы докладов, рефератов: 1-14 2. Блок 3. Задания: 1-24 3. Блок 5. Вопросы: 1-100 4. Блок 4. индивидуальная работа
	промежуточный	Компьютерный тест	Блок 5. Тестовые вопросы: 1-100

### 7.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

В таблице приведены примеры оценочных средств по дисциплине. В полном объеме оценочные средства представлены в утвержденных Фондах оценочных средств по дисциплине «Товары и услуги, как объект коммерческой деятельности».

Результаты освоения дисциплины	Оценочные средства (примеры вопросов, заданий и др.)
<b>Знает:</b> <b>ПК-7</b> – Нормативная документация, приказы, положения, инструкции организации – Основы логистики – Основы микро- и макроэкономики	<b>Блок 1. Устный опрос</b> 1. Особенности сервисной экономики. 2. Теоретические основы сервисной деятельности. 3. Основные этапы коммерческой работы. 4. Виды и назначение средств удовлетворения потребностей. 5. Виды товаров. 6. Виды услуг. 7. Единый классификатор товаров и услуг. 8. Услуги как основа сервисной экономики. 9. Характеристики услуг. 10. Требования к качеству услуг. 11. Факторы, формирующие качество услуг. 12. Управление качеством услуг. 13. Особенности услуг однородной группы. 14. Анализ внешней среды сегмента рынка услуг. 15. Мероприятия по продвижению услуг однородной группы. 16. Особенности товарной политики предприятий-исполнителей услуг

однородной группы.

17. Понятие и виды конкуренции.

18. Конкурентоспособность товаров и услуг.

19. Методические подходы к оценке конкурентоспособности товаров и услуг.

20. Определение ценности услуги.

### **Блок 2. Выступление с докладами, рефератами**

1. Сервис как общественное и экономическое явление

2. Социальные предпосылки сервисной деятельности

3. Роль сервисной деятельности в социально-экономическом развитии страны

4. Структура и виды сервисной деятельности

5. Сервисная деятельность как процесс удовлетворения потребностей

6. Услуга как специфический продукт сервисной деятельности

7. Основы организации сервисной деятельности

8. Специфика оказания различных услуг в сервисной деятельности

9. Основы организации рабочих мест в индустрии моды и красоты

10. Организация обслуживания потребителей услуг

11. Способы и формы организации обслуживания оказания услуг

12. Основные правила обслуживания населения

13. Качество услуг и обслуживание

14. Культура обслуживания как базовый элемент качества обслуживания

### **Блок 5. Тестовые вопросы**

1. Средствами удовлетворения потребностей являются:

- а) товары;
- б) информация;
- в) идеи;
- г) все перечисленное.

2. Услуги по изучению общественного мнения относятся к:

- а) эмпирическому уровню сервиса;
- б) теоретическому уровню сервиса.

3. Когда потребители не могут удовлетворить свои запросы с помощью существующих товаров, говорят о:

- а) скрытом спросе;
- б) отрицательном спросе;
- в) чрезмерном спросе;
- г) нерегулярном спросе.

4. Чтобы добраться до места работы, человек пользуется автобусом. В этом случае говорят о:

- а) повседневном спросе;
- б) особом спросе;
- в) престижном спросе;
- г) эта классификация спроса не подходит.

5. Товары, приобретаемые при возникновении острой нужды в них:

- а) основные товары постоянного спроса;
- б) товары импульсной покупки;
- в) товары особого спроса;

- г) товары для экстренных случаев.
6. К группе «материалы и детали» товаров промышленного назначения относится:
- а) сырье;
  - б) конторское оборудование;
  - в) материалы для технического обслуживания и ремонта;
  - г) рабочие материалы.
7. Товары, отличающиеся от серийно выпускаемых товаров ассортиментной принадлежностью на уровне наименований и/или торговых марок, а также значительными изменениями качества — это:
- а) принципиально новые товары;
  - б) товары умеренной новизны;
  - в) относительно новые товары;
  - г) незначительно новые товары.
8. Какой из признаков не используется для классификации услуг:
- а) характер оплаты;
  - б) назначение;
  - в) срок использования;
  - г) степень автоматизации.
9. Какое утверждение ошибочно:
- а) несмотря на огромное количество услуг, есть целый ряд характеристик, присущих всем услугам;
  - б) бесплатные услуги оказываются только государственными учреждениями (школы, больницы и т. д.);
  - в) оборудование может придать услуге дополнительную ценность;
  - г) по назначению выделяют общие и специфичные услуги.
10. В ТН ВЭД СНГ кодирование товаров производится:
- а) 5-значными кодами;
  - б) 7-значными кодами;
  - в) 9-значными кодами;
  - г) 11-значными кодами.
11. ТН ВЭД РФ:
- а) является самостоятельной классификацией;
  - б) согласуется с МКТУ;
  - в) согласуется с ОКВЭД;
  - г) согласуется с НГС.
12. МКТУ предназначен для:
- а) классификации товаров и услуг для регистрации товарного знака;
  - б) классификации и кодирования видов экономической деятельности и информации о них;
  - в) систематизации перечня товаров, обращающихся во внешней торговле;
  - г) определения фактически осуществляемых видов экономической деятельности хозяйствующих субъектов.
13. ОКВЭД введен в действие:
- а) в 1957 г.;
  - б) в 1988 г.;
  - в) в 1995 г.;
  - г) в 2003 г.
14. услуга — это:
- а) обособленная целостность, характеризующаяся показателями величины, цены, внешнего вида и прочими атрибутами;
  - б) название, ассоциируемое с одним или более объектами;
  - в) любое мероприятие или выгода, которую одна сторона может предложить другой;
  - г) верного определения нет.
15. Гибрид — это предложение:
- а) которое в равной степени состоит из товара и сопутствующих услуг;
  - б) в котором предлагается материальный товар, дополненный

	<p>одной или несколькими услугами;</p> <p>в) в котором основная услуга сопровождается получением сопутствующих товаров и услуг;</p> <p>г) в котором предлагается исключительно осязаемый товар и дополнительных услуг не предусматривается.</p> <p><i>16. Такая характеристика услуги как неосязаемость объясняется следующим образом:</i></p> <p>а) услуга не может быть продемонстрирована до покупки;</p> <p>б) услугу нельзя отделить от ее источника;</p> <p>в) качество услуги зависит от того: кто, когда, где и как ее предоставляет;</p> <p>г) услугу нельзя хранить с целью последующей продажи или использования.</p> <p><i>17. Для устранения недостатков недолговечности услуги:</i></p> <p>а) руководство предприятия пытается стимулировать поддержание позитивного общественного мнения, направляя свои маркетинговые усилия на авторитетных людей;</p> <p>б) практикуют введение систем предварительных заказов;</p> <p>в) поставщик услуги может научиться работать с более многочисленными группами клиентов;</p> <p>г) предприятия сферы услуг инициируют создание членских Клубов или ассоциаций.</p> <p><i>18. Присутствие и некоторое участие в процессе их предоставления других потребителей является характерной особенностью:</i></p> <p>а) непостоянства качества услуг;</p> <p>б) недолговечности услуг;</p> <p>в) неотделимости услуг;</p> <p>г) отсутствия владения услугой.</p> <p><i>19. Какое утверждение ошибочно:</i></p> <p>а) услуга передается покупателю через действия, тогда как товар передается из рук в руки;</p> <p>б) к сфере обслуживания относится коммерческий сектор с его судами, больницами, военными службами, полицией, почтой и школами;</p> <p>в) увеличение спроса на услуги объясняется развитием новых информационно-коммуникационных технологий;</p> <p>г) несмотря на важность отрасли услуг, теоретическая концепция услуг стала разрабатываться лишь с конца 1960-х годов.</p> <p><i>20. Способность услуги удовлетворять основные и дополнительные потребности заказчика определяет:</i></p> <p>а) назначение услуги;</p> <p>б) эргономические свойства услуги;</p> <p>в) эстетические свойства услуги;</p> <p>г) экологические свойства услуги.</p>
<p><b>Умеет:</b> <b>ПК-7</b> -Разрабатывать предложения по формированию политики ценообразования -Прогнозировать рыночную ситуацию и оценивать возможные риски продаж</p>	<p><b>Блок 3. Выполнение практических заданий</b></p> <p><b>Задание 1.</b> Проанализируйте деятельность одного из городских кинотеатров. Составьте список оказываемых им услуг. Опишите эти услуги с точки зрения различных классификационных признаков. Какие услуги можно еще оказывать потребителю, помимо уже используемых услуг, в рамках сферы деятельности?</p> <p>3. Объем реализации услуг предприятия достиг 856 000 руб. Рентабельность деятельности составила 27,8 %. Определите себестоимость и балансовую прибыль предприятия от реализации услуг.</p> <p><b>Задание 2.</b> В отчетном году объем потребления бытовых услуг в расчете на одного жителя региона достиг 450,7 тыс. руб. С целью более полного удовлетворения спроса населения в предстоящем году намечено увеличить объем реализации услуг на 10,7%. Численность сократится на 3,4%. Рассчитайте объем потребления бытовых услуг на одного жителя в предстоящем году?</p>

<p><b>Имеет практический опыт:</b> <b>ПК-7</b> расчета плановых показателей и составления плановых документов по формированию ассортимента товаров</p>	<p><b>Блок 4. Выполнение индивидуального задания</b> Вы являетесь менеджером туристической фирмы «Гулливер», функционирующего в сфере сервиса и туризма. Ваша компания занимается организацией туризма в пределах России и за рубежом для граждан РФ и иностранных граждан, а также предполагает заниматься оказанием гостиничных услуг. Основные направления деятельности: - прием и обслуживание туристов; - оказание услуг туризма, гостиничных, культурно-зрелищных, спортивно-оздоровительных, экскурсионных, транспортных, рекламных, сервисных и переводческих услуг; - проведение работ в сфере маркетинга, строительство, оборудование, реконструкция и эксплуатация гостиниц, туристических баз и комплексов. Широкий спектр туристических и гостиничных услуг, квалифицированный персонал и высокий уровень обслуживания, а также достаточно невысокие цены на предоставляемые услуги и доступное местоположение фирмы, выгодно отличают компанию от конкурентов. Задача: разработать бизнес-план на новый вид услуг и обеспечить своих клиентов качественными услугами, связанными с организацией туризма, отдыха и сервиса в пределах Российской Федерации и за рубежом.</p>
--	---

## 7.2. Методические рекомендации к определению процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Рабочая учебная программа дисциплины содержит следующие структурные элементы:

- перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (далее – задания). Задания по каждой компетенции, как правило, не должны повторяться.

Требования по формированию задания на оценку ЗНАНИЙ:

- обучающийся должен воспроизводить и объяснять учебный материал с требуемой степенью научной точности и полноты;
- применяются средства оценивания компетенций: тестирование, вопросы по основным понятиям дисциплины и т.п.

Требования по формированию задания на оценку УМЕНИЙ:

- обучающийся должен решать типовые задачи (выполнять задания) на основе воспроизведения стандартных алгоритмов решения;
- применяются следующие средства оценивания компетенций: простые ситуационные задачи (задания) с коротким ответом или простым действием, упражнения, задания на соответствие или на установление правильной последовательности, эссе и другое.

Требования по формированию задания на оценку навыков и (или) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

- обучающийся должен решать усложненные задачи (выполнять задания) на основе приобретенных знаний, умений и навыков, с их применением в определенных ситуациях;

- применяются средства оценивания компетенций: задания требующие многошаговых решений как в известной, так и в нестандартной ситуациях, задания, требующие поэтапного решения и развернутого ответа, ситуационные задачи, проектная деятельность, задания расчетно-графического типа. Средства оценивания компетенций выбираются в соответствии с заявленными результатами обучения по дисциплине.

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

Успешность усвоения дисциплины характеризуется качественной оценкой на основе листа оценки сформированности компетенций, который является приложением к зачетно-экзаменационной ведомости при проведении промежуточной аттестации по дисциплине.

#### **Критерии оценивания компетенций**

*Компетенция считается сформированной*, если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует *повышенному уровню* сформированности компетенции.

*Компетенция считается сформированной*, если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует *пороговому уровню* сформированности компетенции.

*Компетенция считается несформированной*, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, не демонстрирует необходимых умений, доля невыполненных заданий, предусмотренных рабочей учебной программой составляет 55 %, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует *допороговому уровню*.

#### **Шкала оценки уровня освоения дисциплины**

Качественная оценка может быть выражена: в процентном отношении качества усвоения дисциплины, которая соответствует баллам, и переводится в уровневую шкалу и оценки «отлично» / 5, «хорошо» / 4, «удовлетворительно» / 3,

«неудовлетворительно» / 2, «зачтено», «не зачтено». Преподаватель ведет письменный учет текущей успеваемости студента в соответствии с технологической картой по дисциплине.

*Шкала оценки результатов освоения дисциплины, сформированности компетенций*

Шкалы оценки уровня сформированности компетенции (й)		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
<i>Уровневая шкала оценки компетенций</i>	<i>100 бальная шкала, %</i>	<i>100 бальная шкала, %</i>	<i>5-бальная шкала, дифференцированная оценка/балл</i>	<i>недифференцированная оценка</i>
допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
пороговый	61-85,9	70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

#### *Списки основной литературы*

1. Лапыгин, Д. Ю. Бизнес-план: стратегия и тактика развития компании [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Д. Ю. Лапыгин, Ю. Н. Лапыгин. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2016. - 333 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=567394>.
2. Николаева, М. А. Товарная политика [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавриата / М. А. Николаева. - Документ Bookread2. - М. : Норма [и др.], 2015. - 255 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=505674>.
3. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] : учеб. для вузов / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. - 13-е изд., перераб. и доп. - Документ HTML. - М. : Дашков и К, 2017. - 500 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=317391>.

#### *Списки дополнительной литературы*

4. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли [Электронный ресурс] : учеб. для студентов вузов / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. - 11-е изд., перераб. и доп. - Документ HTML. - М. : Дашков и К, 2012. - 482 КБ. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=342031>.
5. Дубровин, И. А. Поведение потребителей [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по направлению "Экономика" и экон. специальностям / И. А. Дубровин. - 4-е изд. - Документ HTML. - М. : Дашков и К, 2012. - 311 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=415239>.
6. Зуб, А. Т. Управление стратегическими изменениями в организациях [Электронный ресурс] : учеб. для студентов, обучающихся в магистратуре по упр. специальностям / А. Т. Зуб. - Документ Bookread2. - М. : Форум [и др.], 2015. - 383 с. - Библиогр.: с. 379-380. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=510072>

7. Ильин, А. И. Планирование на предприятии [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по специальности "Нац. экономика" и экон. специальностям / А. И. Ильин. - 9-е изд. - Документ Bookread2. - Минск [и др.] : Новое знание [и др.], 2014. - 667 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=405403>
8. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] : учеб. для вузов по специальностям "Коммерция", "Маркетинг", "Товароведение и экспертиза товаров", "Юриспруденция" со специализацией "Коммер. право" и по направлению "Коммерция" / Ф. П. Половцева. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 224 с. : ил. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=398696>.
9. Слайд-лекция по дисциплине "Товары и услуги, как объект коммерческой деятельности" [Электронный ресурс] : для студентов специальности "Коммерция (торговое дело)" / Поволж. гос. ун-т сервиса (ПВГУС), Каф. "Экономика, орг. и коммер. деятельность" ; сост. Ю. Р. Шнякина. - Документ PowerPoint. - Тольятти : ПВГУС, 2011. - 1,14 МБ, 107 с. - CD-ROM.
10. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : учебник : учеб. пособие для вузов по направлению "Маркетинг услуг" / Т. А. Тультаев. - Документ HTML. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 207 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=260847>.
11. Учебно-методическое пособие по дисциплине "Товары и услуги, как объект коммерческой деятельности" [Электронный ресурс] : для студентов направлений подгот. 100700.62 "Торговое дело", 080100.62 "Экономика" / Поволж. гос. ун-т сервиса (ФГБОУ ВПО "ПВГУС"), Каф. "Экономика, орг. и коммер. деятельность" ; сост.: Ю. Р. Шнякина, А. В. Морякова, Е. В. Торгушина. - Документ Adobe Acrobat. - Тольятти : ПВГУС, 2014. - 1,13 МБ, 99 с. - Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru>.

## **8.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины**

### ***Интернет-ресурсы***

1. КонсультантПлюс [Электронный ресурс] : официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>. - Загл. с экрана.
2. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.cfin.ru/>. - Загл. с экрана.
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Загл. с экрана.
4. Экономика. Социология. Менеджмент [Электронный ресурс] : Федеральный образовательный портал. - Режим доступа: <http://ecsosman.hse.ru/>. - Загл. с экрана.
5. Экономическая библиотека онлайн [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.elobook.com/>. - Загл. с экрана.
6. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru/>. - Загл. с экрана.
7. Электронно-библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/>. - Загл. с экрана.

**9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Краткая характеристика применяемого программного обеспечения

№ п/п	Программный продукт	Характеристика	Назначение при освоении дисциплины
1	Microsoft Office 2003/2007/2010	Офисный пакет приложений. В состав этого пакета входит программное обеспечение для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных и др.	Word – подготовка текстовых документов и раздаточного материала. Excel – Создание и оформление электронных таблиц, построение графиков. PowerPoint - подготовка презентаций для выступлений с докладами и рефератами, проведения слайд-лекций и практик.
2	КонсультантПлюс	Компьютерная справочная правовая система в России	Поиск, изучение и актуализация законодательства

**10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

**10.1. Специально оборудованные кабинеты и аудитории**

№	Наименование оборудованных учебных кабинетов и (или) аудиторий	Основное специализированное оборудование
1	Аудитория бизнес-проектирования коммерческой деятельности, логистики и маркетинга, лекционная аудитория.	Перечень основного оборудования: комплект мультимедийного проекционного оборудования (экран Draper Luma, проектор Sanyo PLC), комплект учебной мебели на 120 посадочных мест

