

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
д.э.н., доц. Бубнов В.А



25.06.2021г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.У.13. Современные услуги

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль): Маркетинг, продажи и логистика (Русско-китайская программа двойного дипломирования)
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная

| | |
|--|-----|
| Курс | 4 |
| Семестр | 41 |
| Лекции (час) | 28 |
| Практические (сем, лаб.) занятия (час) | 28 |
| Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час) | 52 |
| Курсовая работа (час) | |
| Всего часов | 108 |
| Зачет (семестр) | 41 |
| Экзамен (семестр) | |

Иркутск 2021

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.06
Торговое дело.

Автор В.Ю. Баганов

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры Центр
"Психология успеха и бизнеса"

Заведующий кафедрой О.А. Чепинога

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2023

1. Цели изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Современные услуги» является формирование у студентов углубленного системного знания о закономерностях становления и развития сервисной модели современной экономики, сущности и структуре сферы услуг как ведущего сектора экономики, тенденциях и проблемах ее развития, а также рассмотрение сервисной деятельности как объекта современного менеджмента.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Код компетенции по ФГОС ВО | Компетенция |
|----------------------------|--|
| ПК-2 | Способен подготавливать предложения для разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности |

Структура компетенции

| Компетенция | Формируемые ЗУНы |
|---|--|
| ПК-2 Способен подготавливать предложения для разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности | З. Знать методы разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности У. Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые мероприятия Н. Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности |

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Маркетинг", "Экономическая теория"

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 3 зач. ед., 108 часов.

| Вид учебной работы | Количество часов |
|--|------------------|
| Контактная(аудиторная) работа | |
| Лекции | 28 |
| Практические (сем, лаб.) занятия | 28 |
| Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам | 52 |
| Всего часов | 108 |

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

5.1. Содержание разделов дисциплины

| № п/п | Раздел и тема дисциплины | Семестр | Лекции | Семинар Лаборат. Практич. | Самостоят. раб. | В интерактивной форме | Формы текущего контроля успеваемости |
|-------|--|---------|--------|---------------------------------|--------------------|--------------------------|---|
| 1 | Современное общество и экономика с позиции разных подходов | 41 | 4 | 4 | 8 | | Рефераты по темам дисциплины. Задание по теме 1. Коллоквиум по теме 1 |
| 2 | Сфера услуг в современном обществе | 41 | 4 | 4 | 8 | | Тест по теме №2. Творческое задание по теме 2 |
| 3 | Услуги в современной экономике: сущность и классификация | 41 | 4 | 4 | 8 | | Задание по теме 3. Коллоквиум по теме 3 |
| 4 | Рынок услуг | 41 | 4 | 4 | 7 | | Задание по теме 4. Коллоквиум по теме 4 |
| 5 | Франчайзинг в сфере услуг | 41 | 4 | 4 | 7 | | Тест по теме 5. Творческое задание по теме 5 |
| 6 | Государство и развитие сферы услуг и рынка услуг | 41 | 4 | 4 | 7 | | Тесты по теме 6. Коллоквиум по теме 6 |
| 7 | Мировой рынок услуг | 41 | 4 | 4 | 7 | | Тест по теме 7. Творческое задание по теме 7 |
| | ИТОГО | | 28 | 28 | 52 | | |

5.2. Лекционные занятия, их содержание

| № п/п | Наименование разделов и тем | Содержание |
|-------|--|--|
| 1 | Современное общество и экономика с позиции разных подходов | Основные подходы к градации развития человеческого общества. Эволюция технологических уровней и их характеристика. Эпохи в развитии человеческого общества: подходы К.Маркса, Д. Белла, Э. Тоффлера. Сравнительная характеристика доиндустриального, индустриального и постиндустриального общества. Информационное общество. Информационный фактор в развитии человеческого общества. Информационные революции. Понимание информационной экономики. Ее роль и структура. Сервисная экономика и ее отличия от индустриальной экономики. Феномен «новой экономики» и ее черты. Сетевая экономика; экономика, основанная на знаниях. |
| 1 | Сфера услуг в современном обществе | Современная экономика развитых стран как экономика услуг. Методологические подходы к структурированию общественного производства: подходы А. Фишера и К. Кларка; Д. Белла; «субъект-объектный – субъект-субъектный». Взаимосвязь и взаимообусловленность материального |

| № п/п | Наименование разделов и тем | Содержание |
|-------|--|---|
| | | производства и сферы услуг, критерии их разграничения. Структура и границы сферы услуг. Причины и факторы стремительного развития сферы услуг. Роль сферы услуг в современном обществе. |
| 2 | Услуги в современной экономике: сущность и классификация | Результаты процесса производства: терминологическая определенность. Этапы формирования понятия «услуга». Различия материального блага и услуги. Природа услуги в современных трактовках. Услуги и обслуживание (сервис). Подходы к классификации услуг. Функциональный подход. Классификация услуг по Дж. Зингельманну. Бизнес-услуги. Потребительские услуги. Социальные услуги. Распределительные услуги. Проблемы измерения производительности труда в услугооказывающих видах деятельности. |
| 2 | 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. |
| 3 | Франчайзинг в сфере услуг | Понятие, особенности и виды франчайзинга |
| 3 | Государство и развитие сферы услуг и рынка услуг | Государственное регулирование: сущность, методы, инструменты. Причины, обуславливающие необходимость государственного вмешательства в сферу услуг. Цели государственного регулирования социально-экономических процессов в сфере услуг. |
| 3 | Мировой рынок услуг | Формирование мирового рынка услуг. Факторы, обуславливающие его развитие. Специфические черты международной торговли услугами. Структура международного рынка услуг. Специализация стран на мировом рынке услуг. Функционирование мирового рынка услуг и проблемы формирования единого механизма его регулирования. Роль Всемирной торговой организации (ВТО) в регулировании международного рынка услуг. Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС). |

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

| № раздела и темы | Содержание и формы проведения |
|------------------|---|
| 1 | Современное общество и экономика с позиции разных подходов. Эпохи в развитии человеческого общества. Проводится в форме коллоквиума. Понятийные характеристики современного общества и экономики: информационное общество и экономика; новая экономика и ее основные |

| № раздела и темы | Содержание и формы проведения |
|------------------|--|
| | черты; сетевая экономика; сервисная экономика Выполнения задания по теме №1 |
| 2 | Сфера услуг в современном обществе. Методологические подходы к структурированию экономики (общественного производства). Проводится в форме обсуждения и тестирования. Сфера услуг: содержательная характеристика, структура и особенности функционирования. Творческое задание по теме №2. |
| 3 | Услуги в современной экономике: сущность и классификация. Природа услуги. Материальные товары и услуги: сравнительная характеристика свойств. Проводится в форме коллоквиума. Классификация услуг по различным признакам. Задание по теме №3. |
| 4 | Рынок услуг. Понятие рынка услуг, его особенности и факторы развития. Проводится в форме коллоквиума. Субъекты рынка услуг и их роль. Рынок услуг в России. Задание по теме №4. |
| 5 | Франчайзинг в сфере услуг. Франчайзинг как метод ведения бизнеса. Виды франчайзинга. Проводится в форме обсуждения и тестирования. Развитие франчайзинга в сфере услуг России. Творческое задание по теме №5. |
| 6 | Государство и развитие сферы услуг и рынка услуг. Сфера услуг и государство: необходимость государственного вмешательства и регулирования. Проводится в форме обсуждения и тестирования. Основные направления и проблемы государственного регулирования сферы услуг в России. Проводится в форме коллоквиума. |
| 7 | Мировой рынок услуг. Формирование мирового рынка услуг и его особенности. Факторы, влияющие на развитие мирового рынка услуг. ГАТС. Проводится в форме обсуждения и тестирования. Регулирование функционирования МРУ. ГАТС. Проводится в форме выполнения творческого задания по теме №7. |

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

| № п/п | Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины) | Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО | (ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)) | Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства) | Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале) |
|-------|---|---|---|--|---|
| 1 | 1. Современное общество и экономика с позиции разных подходов | ПК-2 | У.Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые мероприятия | Задание по теме 1 | Полнота выполнения задания – 1 б.; Умение систематизации знаний–1 б.; Уровень |

| № п/п | Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины) | Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО | (ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п) | Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства) | Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале) |
|-------|---|---|--|--|---|
| | | | Н. Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности | | аргументации – 1 б.; Четкость и логичность изложения – 1 б.; Культура устной речи – 1 б.; Максимально – 5 б. (5) |
| 2 | | ПК-2 | З. Знать методы разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности У. Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые мероприятия Н. Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности | Коллоквиум по теме 1 | Четкость и логичность выступления – 1 б.; Аргументированность – 1 б.; Знание различных подходов, их сопоставление и возможность использования – 2 б.; Культура устной речи – 1 б.; Максимально – 5 б. (5) |
| 3 | | ПК-2 | У. Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые мероприятия Н. Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности | Рефераты по темам дисциплины | Систематизированное, логичное изложение вопроса (темы) – 1,5 б.; Полнота и аргументированность материала – 2 б.; Использование современных источников – 1 б.; Максимально – 4,5 б. (32) |
| 4 | 2. Сфера услуг в современном обществе | ПК-2 | У. Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые мероприятия Н. Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой | Творческое задание по теме 2 | Уровень понимания проблемы – 1 б.; четкость и полнота раскрытия вопроса – 2 б.; аргументированность – 1 б.; культура устной речи – 1 б.; Максимально - 5 |

| № п/п | Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины) | Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО | (ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)) | Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства) | Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале) |
|-------|---|---|--|--|---|
| | | | деятельности | | б. (5) |
| 5 | | ПК-2 | З.Знать методы разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности | Тест по теме №2 | Каждый правильный ответ оценивается по – 0,3 б.; Максимально – 4,5 б. (4,5) |
| 6 | 3. Услуги в современной экономике: сущность и классификация | ПК-2 | У. Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые мероприятия Н. Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности | Задание по теме 3 | 1 часть: количество использованных классификационных признаков – 1 б.; аргументированное пояснение – 2 б.; максимальная оценка 3 б.; 2 часть: полнота списка потребляемых услуг – 1 б.; корректность расчета – 1 б.; корректность выводов – 1 б.; Максимально по всему заданию – 6 б. (6) |
| 7 | | ПК-2 | У. Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые мероприятия Н. Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности | Коллоквиум по теме 3 | Четкость и логичность выступления – 1 б.; Аргументированность – 1 б.; Знание различных подходов, их сопоставление и возможность использования – 2 б.; Культура устной речи – 1 б.; Максимально – 5 б. (5) |
| 8 | 4. Рынок услуг | ПК-2 | У. Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые мероприятия | Задание по теме 4 | 1 часть: количество использованных классификационных признаков – 1 б.; аргументированно |

| № п/п | Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины) | Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО | (ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)) | Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства) | Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале) |
|-------|---|---|--|--|---|
| | | | Н. Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности | | описание – 2 б.; максимальная оценка 3 б.; 2 часть: полнота списка потребляемых услуг – 1 б.; корректность расчета – 1 б.; корректность выводов – 1 б.; Максимально по всему заданию – 6 б. (5) |
| 9 | | ПК-2 | У. Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые мероприятия Н. Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности | Коллоквиум по теме 4 | Четкость и логичность выступления – 1 б.; Аргументированность – 1 б.; Знание различных подходов, их сопоставление и возможность использования – 2 б.; Культура устной речи – 1 б.; Максимально – 5 б. (5) |
| 10 | 5. Франчайзинг в сфере услуг | ПК-2 | У. Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые мероприятия Н. Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности | Творческое задание по теме 5 | Уровень понимания проблемы – 1 б.; четкость и полнота раскрытия вопроса – 2 б.; аргументированность – 1 б.; культура устной речи – 1 б.; Максимально - 5 б. (5) |
| 11 | | ПК-2 | З. Знать методы разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности | Тест по теме 5 | Каждый правильный ответ 0,3 б.; Максимально – 4,5 б. (4) |
| 12 | 6. Государство и развитие сферы услуг и рынка | ПК-2 | У. Уметь разрабатывать стратегию развития | Коллоквиум по теме 6 | Четкость и логичность выступления – 1 |

| № п/п | Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины) | Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО | (ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)) | Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства) | Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале) |
|-------|---|---|---|--|---|
| | услуг | | организации, планировать маркетинговые мероприятия Н. Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности | | б.; Аргументированность – 1 б.; Знание различных подходов, их сопоставление и возможность использования – 2 б.; Культура устной речи – 1 б.; Максимально – 5 б. (5) |
| 13 | | ПК-2 | З. Знать методы разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности | Тесты по теме 6 | Каждый правильный ответ 0,4 б.; Максимально – 4 б. (4) |
| 14 | 7. Мировой рынок услуг | ПК-2 | У. Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые мероприятия Н. Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности | Творческое задание по теме 7 | Уровень понимания проблемы – 1 б.; четкость и полнота раскрытия вопроса – 2 б.; аргументированность – 1 б.; культура устной речи – 1 б.; Максимально - 5 б. (5) |
| 15 | | ПК-2 | З. Знать методы разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности | Тест по теме 7 | Каждый правильный ответ 0,3 б.; Максимально – 4,5 б. (4,5) |
| | | | | Итого | 100 |

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 41.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (20 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Каждый тестовый вопрос оценивается - 2 б.; итого – 20 б..

Компетенция: ПК-2 Способен подготавливать предложения для разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности

Знание: Знать методы разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности

1. Государственное регулирование сферы услуг
2. Мировая торговля услугами
3. Периодизация развития человеческого общества
4. Рынок услуг
5. Свойства услуги
6. Термин услуга
7. Технологии
8. Формационный подход
9. Франчайзинг

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Каждый вопрос оценивается максимум на 40 баллов.

Компетенция: ПК-2 Способен подготавливать предложения для разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности

Умение: Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые мероприятия

Задача № 1. Определение тенденций развития современных услуг

Задача № 2. Оценка государственного регулирования рынка услуг

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: 1 часть: количество использованных классификационных признаков – 5 б.; аргументированное пояснение – 5 б.; 2 часть: полнота списка потребляемых услуг - 2 б.; корректность расчета – 4 б.; корректность выводов – 4 б.; итого - 20 б..

Компетенция: ПК-2 Способен подготавливать предложения для разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности

Навык: Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой деятельности

Задание № 1. Классифицировать услуги

Задание № 2. Отхарактеризовать рынок услуг

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**
(ФГБОУ ВО «БГУ»)

Направление - 38.03.06 Торговое дело
Профиль - Маркетинг, продажи и
логистика (Русско-китайская программа
двойного дипломирования)
Центр "Психология успеха и бизнеса"
Дисциплина - Современные услуги

БИЛЕТ № 1

1. Тест (20 баллов).

2. Определение тенденций развития современных услуг (40 баллов).
3. Классифицировать услуги (40 баллов).

Составитель _____ В.Ю. Баганов

Заведующий кафедрой _____ О.А. Чепинога

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Руденко Л.Л. Сервисная деятельность. учебное пособие. Электронный ресурс/ Л.Л. Руденко.- Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.-208 с.
2. [Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса \(8-е издание\) \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / М.В. Виноградова, З.И. Панина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2014. — 446 с. — 978-5-394-02351-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24799.html>](http://www.iprbookshop.ru/24799.html)
3. [Восколович Н.А. Экономика платных услуг \[Электронный ресурс\]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, направлению «Экономика», специальности «Государственное и муниципальное управление»/ Восколович Н.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 398 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40486>.— ЭБС «IPRbooks»](http://www.iprbookshop.ru/40486)

б) дополнительная литература:

1. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ. The Outsourcing Dilemma: The Search for Competitiveness. The Outsourcing Dilemma: The Search for Competitiveness/ Дж. Брайан Хейвуд.- М.: Вильямс, 2002.-174 с.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. The information age: Economy, Society and Culture. The information age: Economy, Society and Culture. пер. с англ.. Выпущено в рамках прогр. Центр.-Европ. Ун-та "Translation Project" при поддержке OSI и Ин-та "Открытое о-во. Фонд содействия"/ Мануэль Кастельс.- М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2000.-607 с.
3. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии. Service Marketing: People, Technology, Strategy. пер. с англ.. Service Marketing: People, Technology, Strategy. 4-е изд./ Кристофер Лавлок.- М.: Вильямс, 2005.-997 с.
4. Бакшт К. А. Константин Александрович Построение бизнеса услуг с "нуля" до доминирования на рынке/ Константин Бакшт.- М.: ПИТЕР, 2012.-490 с.
5. Резник Г. А. Галина Александровна, Маскаева А. И. Асия Ибрагимовна, Пономаренко Ю. С. Юлия Сергеевна Сервисная деятельность. учебник для вузов/ Г. А. Резник, А. И. Маскаева, Ю. С. Пономаренко.- М.: ИНФРА-М, 2013.-201 с.
6. Самаруха В. И. Становление регионального и муниципального рынка услуг/ В. И. Самаруха.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2004.-161 с.
7. Бурменко Т. Д., Даниленко Н. Н., Туренко Т. А. Сфера услуг : экономика. рек. Учеб.-метод. центром "Классический учебник". учеб. пособие/ Т. Д. Бурменко, Н. Н. Даниленко, Т. А. Туренко.- М.: КноРус, 2007.-322 с.
8. Бурменко Т. Д. Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг. учеб. пособие. практикум/ под ред. Т. Д. Бурменко.- М.: КноРус, 2010.-424 с.
9. Управление фирмой, оказывающей профессиональные услуги. Managing the Professional Service Firm. Managing the Professional Service Firm. 2-е изд./ Дэвид Майстер.- М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.-412 с.
10. Экономика социальной сферы. учеб. пособие для вузов. рек. М-вом образования РФ. Изд. 2-е, доп. и расширенное/ В. Г. Игнатов [и др.].- Ростов н/Д: МарТ, 2005.-527 с.

11. Даниленко Н.Н., Бурменко Т.Д., Туренко Т.А. Сфера услуг: экономика: учебное пособие.- Москва Изд-во "Кнорус", 2007.- 323 с.
12. Хлебович Д.И., Баева О.Н., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А., Бурменко Т.Д. и др. Сфера услуг: экономика менеджмент, маркетинг: Практиктикум.- Москва Изд-во "Кнорус", 2010.- 422 с.
13. [Мальшина Н.А. Технология и организация рекреационных услуг \[Электронный ресурс\] / Н.А. Мальшина. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2013. — 38 с. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/17782.html](http://www.iprbookshop.ru/17782.html)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <https://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

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

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области "Социологии", "Экономической теории".

В ходе обучения преподаватель знакомит студентов с содержанием курса, приводя перечень тем и основных источников, обосновывает место и роль каждой темы, раскрывает ее практическое значение.

Для освоения теоретических основ студентам рекомендуется использовать курс лекций по "Экономике сферы услуг" в электронном виде. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- обсуждение подготовленных рефератов и текущих докладов (во время проведения занятий);

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- написание рефератов, докладов;
- подготовка к семинарам;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- MS Office,
- КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система,
- КонсультантПлюс: Сводное региональное законодательство,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,
- Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий