

Содержание

	стр.
1.Цели и задачи дисциплины	3
2.Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП	3
3.Требования к результатам освоения дисциплины	3
4.Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы	3
5. Содержание дисциплины	4
5.1 Содержание разделов и тем дисциплины	4
5.2 Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами	6
5.3 Разделы и темы дисциплин (модулей) и виды занятий	6
6. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	7
7.Примерная тематика курсовых работ (проектов) (при наличии)	7
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	7
а) основная литература	7
б) дополнительная литература	8
в) программное обеспечение	8
г) базы данных, поисково-справочные и информационные системы	8
9.Материально-техническое обеспечение дисциплины	8
10.Образовательные технологии.	8
11.Оценочные средства (ОС)	8

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью изучения дисциплины «Рынок услуг региона» является овладение знаниями о процессах функционирования и развития рынка услуг и рыночной инфраструктуры в регионе, как самостоятельной и составной части российского рынка.

Основными задачами дисциплины являются выработка у специалиста необходимых знаний, навыков и умений, позволяющих ему выполнять основные виды профессиональной деятельности в сфере ведения коммерческой деятельности, в том числе: коммерческо-организационную и проектно-аналитическую.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Рынок услуг региона» изучается на 4 курсе в 8 семестре в блоке дисциплин Б1.В.ДВ.08.02 Содержание дисциплины может использоваться при подготовке ВКР и в дальнейшей практической работе.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

- способность проводить научные в том числе маркетинговые исследования в профессиональной деятельности (ПК-10).

В результате изучения дисциплины студент обязан:

знать:

- факторы и условия, определяющие функционирование и развитие регионального рынка услуг;
- методы анализа, оценки, прогнозирования развития рынка услуг;
- особенности рынков производственных, потребительских и социальных услуг и составляющих их сегментов;

уметь:

- анализировать конъюнктуру регионального рынка услуг;
- определять основные тенденции развития регионального рынка услуг;
- прогнозировать конъюнктуру регионального рынка услуг;

владеть:

- методами исследования конкретных рынков услуг;
- навыками сбора, анализа и обработки информации необходимой для решения коммерческих задач;
- системным анализом в исследованиях регионального рынка услуг.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы (разделяется по формам обучения)

Вид учебной работы	Всего часов / зачетных единиц	Семестры			
		8			
Аудиторные занятия (всего)	40/2	40/2			
В том числе:	-		-	-	-
Лекции	18	18			
Практические занятия (ПЗ)					
Семинары (С)	18	18			
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	32	32			
В том числе:	-	-	-	-	-
Курсовой проект (работа)					
Расчетно-графические работы					
Реферат (при наличии)	32	32			
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>					
КСР	4	4			
Контактная работа	40	40			
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет			
Общая трудоемкость	часы	72	72		
	зачетные единицы	2	2		

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов и тем дисциплины (модуля).

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА УСЛУГ

Тема 1. Сфера услуг в экономике региона

Методологические подходы к структурированию общественного производства в регионе. Взаимосвязь и взаимообусловленность материального производства и сферы услуг в регионе, критерии их разграничения. Причины и факторы развития сферы услуг в регионе. Роль сферы услуг в современных условиях. Понимание структуры сферы услуг. Этапы в формировании понятия «услуга». Особенности услуги как товара в рыночном обороте. Услуги и обслуживание (сервис). Подходы к классификации услуг. Функциональный подход. Бизнес-услуги. Потребительские услуги. Социальные услуги. Распределительные услуги. Проблемы измерения производительности труда в служебных видах деятельности.

Тема 2. Методология исследования регионального рынка услуг.

Условия и факторы формирования рынка услуг в регионе: общие экономические факторы, региональные факторы, отраслевые факторы. Границы рыночного оборота услуг: чисто общественные и чисто частные блага. Сегментация регионального рынка услуг. Сфера бизнеса на рынке услуг региона. Роль государства на рынке услуг региона. Домохозяйства и некоммерческие организации на рынке услуг региона. Основные конкурентные стратегии и возможности их применения на рынке услуг. Аутсорсинг и развитие регионального рынка услуг. Ценообразование и ценовая дискриминация на региональном рынке услуг. Услуги и рентные отношения.

Тема 3. Предпринимательство на региональном рынке услуг

Предпринимательство как фактор развития регионального рынка услуг. Характерные черты и этико-социальные аспекты предпринимательской деятельности на региональном рынке услуг. Функции предпринимательства, их специфика на региональном рынке услуг. Организационно-правовые формы и виды предпринимательства в на рынке услуг. Малый бизнес в сфере услуг. Сервисный предприниматель как особый экономический агент на региональном рынке услуг.

РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЫНКА УСЛУГ В РЕГИОНЕ

Тема 4. Региональный рынок потребительских услуг

Содержание понятия «региональный рынок потребительских услуг». Классификация потребительских услуг. Структура и сегментация регионального рынка потребительских услуг. Функции рынка потребительских услуг в регионе. Объекты и субъекты регионального рынка потребительских услуг. Спрос и предложения на региональном рынке потребительских услуг. Особенности ценообразования на региональном рынке потребительских услуг. Факторы формирования и развития рынка потребительских услуг региона. Рынок потребительских услуг в системе регионального рынка товаров и услуг.

Тема 5. Региональный рынок производственных услуг

Содержание понятия «региональный рынок производственных услуг». Классификация производственных услуг. Структура и сегментация регионального рынка производственных услуг. Функции рынка производственных услуг в регионе. Объекты и субъекты регионального рынка производственных услуг. Спрос и предложения на региональном рынке производственных услуг. Особенности ценообразования на региональном рынке производственных услуг. Факторы формирования и развития рынка производственных услуг региона. Рынок производственных услуг в системе регионального рынка товаров и услуг.

Тема 6. Региональный рынок информации как сфера сервисной деятельности региона

Содержание понятия «региональный рынок информации». Классификация услуг на рынке информации. Структура и сегментация рынка информации. Функции рынка информации в регионе. Объекты и субъекты регионального рынка информации. Спрос и предложения на региональном рынке информации. Особенности ценообразования на региональном рынке информации. Факторы формирования и развития рынка информации. Рынок информации в системе регионального рынка товаров и услуг.

Тема 7. Международный оборот услуг региона

Факторы формирования и развития международных услуг региона. Экспорт услуг. Импорт услуг. Сальдирование международных услуг. Особенности учета международных услуг. Международный оборот услуг Иркутской области и его динамика. Экспорт услуг Иркутской области: услуги транспорта; услуги бюро путешествий и турагенств; услуги гостиниц; услуги в области образования; услуги по монтажу и ремонту оборудования и аппаратуры; услуги в области составления счетов, бухучета, ревизии, маркетинга, инжиниринга и прочие деловые услуги. Основные экспортеры услуг региона. Импорт услуг Иркутской области: услуги транспорта; услуги бюро путешествий и турагенств; услуги гостиниц; услуги в области образования; услуги по монтажу и ремонту оборудования и аппаратуры; услуги в области составления счетов, бухучета, ревизии, маркетинга, инжиниринга и прочие деловые услуги. Основные импортеры услуг региона.

5.2 Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

5.3. Разделы и темы дисциплин (модулей) и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела	Наименование темы	Виды занятий в часах					
			Лекц.	Практ. зан.	Семина	Лаб. зан.	СРС	Всего
1.	Теоретико-методологические основания исследования регионального рынка услуг	Сфера услуг в экономике региона.	2		2		4	8
		Методология исследования регионального рынка услуг	2		2		4	8
		Предпринимательство на региональном рынке услуг	2		2		4	8
2.	Анализ рынка услуг в регионе	Региональный рынок потребительских услуг	4		4		6	14
		Региональный рынок производственных услуг	4		4		6	14
		Региональный рынок информации как сфера usługовой деятельности региона	2		2		4	8
		Международный оборот услуг региона	2		2		4	8

6. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5	6
1.	1.1	Сфера услуг в экономике региона.	2	Устный опрос	ПК-10
2.	1.2	Методология исследования регионального рынка услуг	2	Устный опрос	ПК10
3.	1.3	Предпринимательство на региональном рынке услуг	2	Устный опрос	ПК-10
4.	2.4	Региональный рынок потребительских услуг	4	Письменный опрос	ПК-10
5.	2.5	Региональный рынок производственных услуг	4	Письменный опрос	ПК-10
6.	2.6	Региональный рынок информации как сфера usługовой деятельности региона	2	Устный опрос	ПК-10
7.	2.7	Международный оборот услуг региона	2	Устный опрос	ПК-10

6.1. План самостоятельной работы студентов

№ нед.	Тема	Вид самостоятельной работы	Задание	Рекомендуемая литература	Количество часов
1	Сфера услуг в экономике региона.	реферат	Метод системного анализа в исследовании регионального рынка услуг	Борисова Ю.В. Маркетинг территорий [Электронный ресурс]: учеб. пособие /Ю.В.Борисова. - ЭВК. - Иркутск: ИГУ: 2013. Режим доступа: ЭЧЗ «Библиотех». Неогранич. доступ.	4
2	Методология исследования регионального рынка услуг	реферат	Рынок услуг как экономическая категория	Региональный рынок товаров и услуг: учеб.пособие / Л.В.Шемякина; М-во образования РФ, Байкал. гос. ун-т	4

				экономики и права. - Иркутск : Изд-во БГУЭП. 2002. - 114 с.	
3	Предпринимательство на региональном рынке услуг	реферат	Коммерческая деятельность малого бизнеса на рынке услуг	Борисова Ю.В. Маркетинг территорий [Электронный ресурс]: учеб. пособие /Ю.В.Борисова. - ЭВК. - Иркутск: ИГУ: 2013. Режим доступа: ЭЧЗ «Библиотех». Неогранич. доступ.	4
4	Региональный рынок потребительских услуг	реферат	Рынок платных услуг населению региона	Региональный рынок товаров и услуг: учеб.пособие / Л.В.Шемякина; М-во образования РФ, Байкал. гос. ун-т экономики и права. - Иркутск : Изд-во БГУЭП. 2002. - 114 с.	6
5	Региональный рынок производственных услуг	реферат	Региональный рынок производственных услуг	Программа социально-экономического развития Иркутской области до 2020г.- Иркутск: изд-во БГУЭП, 2009.	6
6	Региональный рынок информации как сфера служебной деятельности региона	реферат	Региональный рынок рекламных услуг	Борисова Ю.В. Маркетинг территорий [Электронный ресурс]: учеб. пособие /Ю.В.Борисова. - ЭВК. - Иркутск: ИГУ: 2013. Режим доступа: ЭЧЗ«Библиотех». Неогранич. доступ.	4

7	Международный оборот услуг региона	реферат	Основные показатели международных услуг Иркутской области	Борисова Ю.В. Маркетинг территорий [Электронный ресурс]: учеб. пособие /Ю.В.Борисова. - ЭВК. - Иркутск: ИГУ:2013. Режим доступа: ЭЧЗ «Библиотех». Неогранич. доступ..	4
---	------------------------------------	---------	---	---	---

6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Методические указания к реферату

Тему реферата магистранты выбирают самостоятельно. После выбора темы необходимо составить план и согласовать его с преподавателем.

Структура реферата: введение, 3 главы (в каждой 2-3 параграфа), заключение, список источников.

Оформление: общий объем 20-25 страниц формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала; верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Критерии оценки реферата:

Критерии оценки	Степень выполнения			
	Отл.	Хор.	Уд.	Неуд.
Перечень и наименование разделов соответствует тематике реферата				
Содержание глав отражает основные проблемные вопросы темы				
Содержание реферата полностью раскрывает заявленную тему				
Реферат представляет собой комплексное изложение темы				
Использованные источники современные и репрезентативны				
Реферат содержит самостоятельные выводы				
Объем работы оптимален к содержанию				
Стиль изложения грамотный.				
Оформление соответствует установленным требованиям				

7. Примерная тематика курсовых работ (проектов)(при наличии (отсутствуют))

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля):

а) основная литература

1. Борисова Ю.В. Маркетинг территорий [Электронный ресурс]: учеб. пособие /Ю.В.Борисова. - ЭВК. - Иркутск: ИГУ: 2013. Режим доступа: ЭЧЗ «Библиотех». Неогранич. доступ.

2. Кореньяк Н.Н. Маркетинг [Текст] : учеб. пособие / Н. Н. Кореньяк ; Иркутский гос. ун-т, Междунар. ин-т экономики и лингвистики. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2012. - 286 с.

а) дополнительная литература

1. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования [Текст] : учеб. пособие / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. - М. : Вузовский учебник : Инфра-М, 2011. - 438 с.

2. Магомедов Ш.Ш. Маркетинговые исследования товаров и услуг : Учеб. пособие / Ш. Ш. Магомедов. - М. : Дашков и К', 2007. - 293 с.

3. Материалы докладов 14 региональной научно-практической конференции "Проблемы функционирования рынка товаров и услуг", 2-4 дек. 2013 г. [Текст] / Иркутский гос. ун-т, Междунар. ин-т экономики и лингвистики ; ред.: С. А. Голик, В. Я. Андрухова, О. В. Архипкин. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2014. - 137 с.

4. Новоселов А. С. Региональный потребительский рынок : проблемы теории и практики / А.С. Новоселов; Отв. ред. В.В. Кулешов ; Рос. акад. наук, Сиб. отд-ние; ин-т экон. и орг. пром. пр-ва. - Новосибирск : Сиб. соглашение, 2002. - 362 с.

5. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования [Текст] : практикум : учеб. пособие для студ. вузов / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. - М. : Дашков и К', 2012. - 214 с.

6. Шемякина Л. В. Региональный рынок товаров и услуг : учеб. пособие / Л.В.Шемякина; М-во образования РФ, Байкал. гос. ун-т экономики и права. - Иркутск : Изд-во БГУЭП. 2002. - 114 с.

в) программное обеспечение Microsoft Office ProPlus 2013 RUS OLP NL Acadmс (100 лицензий), Контракт № 03-013-14 от 08.10.2014. Номер Лицензии Microsoft 45936786

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

<http://www.marketing.spb.ru>

<http://www.stroyinform.ru>

<http://itg.irkutsk.ru>

www.export.ru

www.tpprf.ru

www.iasplus.com

www.rarf.ru

www.dicacademic.ru

<http://sclad-zakonov>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля): в качестве необходимого оборудования для проведения практических занятий, лекций, а также для выступления студентов с подготовленными докладами могут использоваться ноутбук, мультимедийный проектор, доска и мел.

10. Образовательные технологии: в учебном процессе используются тренинги в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

11. Оценочные средства (ОС):

11.1. Оценочные средства для входного контроля могут быть в виде тестов с закрытыми или открытыми вопросами.

Примеры тестовых заданий

Тест

1. Региональный рынок услуг это:

- 1) организация торговой системы, основанная на иерархии торговых центров и рыночных зон;
- 2) территориальная организация сферы обращения услуг, где происходит согласование интересов производителей и потребителей;

- 3) совокупность условий и требований производства и реализации товаров и услуг.
 4) рынок услуг – это совокупность экономических отношений между производителями и потребителями услуг в связи с куплей-продажей услуг.

2. В каких сегментах рынка могут функционировать естественные монополии (несколько ответов)

1	2	3	4
бытовые услуги	услуги ЖКХ	транспортные услуги	услуги связи

3. Более выраженная территориальная сегментация более характерна

1	2
для рынка товаров	для рынка услуг

4. Высокая скорость оборота капитала более характерна

1	2
для рынка товаров	для рынка услуг

5. Деятельность малых и средних предприятий более распространена

1	2
на рынке товаров	на рынке услуг

6-36

37. Для фирм, имеющих узкую специализацию производства и предоставлению услуг для ограниченного круга потребителей характерна

1	2	3	4
коммутантная конкурентная стратегия	эксплерентная	виолентная	патиентная

38. Использование хозяйственными субъектами внешних (сторонних) организаций в качестве производителей и «поставщиков» каких-либо услуг, необходимых для деятельности этих хозяйствующих субъектов это

1	2	3
рентинг	аутсорсинг	консалтинг

Примерный список вопросов к зачету

1. Взаимосвязь и взаимообусловленность материального производства и сферы услуг в регионе, критерии их разграничения.
2. Причины и факторы развития сферы услуг в регионе.
3. Роль сферы услуг в современных условиях.
4. Особенности услуги как товара в рыночном обороте.
5. Услуги и обслуживание (сервис).
6. Подходы к классификации услуг.
7. Бизнес-услуги.
8. Потребительские услуги.
9. Социальные услуги.
10. Распределительные услуги.
11. Проблемы измерения производительности труда в служебных видах деятельности.
12. Условия и факторы формирования рынка услуг в регионе: общие экономические факторы, региональные факторы, отраслевые факторы.
13. Границы рыночного оборота услуг: чисто общественные и чисто частные блага.

14. Сегментация регионального рынка услуг.
15. Сфера бизнеса на рынке услуг региона.
16. Роль государства на рынке услуг региона.
17. Домохозяйства и некоммерческие организации на рынке услуг региона.
18. Основные конкурентные стратегии и возможности их применения на рынке услуг.
19. Аутсорсинг и развитие регионального рынка услуг.
20. Ценообразование и ценовая дискриминация на региональном рынке услуг.
21. Услуги и рентные отношения.
22. Предпринимательство как фактор развития регионального рынка услуг.
23. Функции предпринимательства, их специфика на региональном рынке услуг.
24. Организационно-правовые формы и виды предпринимательства в на рынке услуг.
25. Малый бизнес в сфере услуг.
26. Содержание понятия «региональный рынок потребительских услуг».
27. Классификация потребительских услуг.
28. Структура и сегментация регионального рынка потребительских услуг.
29. Функции рынка потребительских услуг в регионе.
30. Объекты и субъекты регионального рынка потребительских услуг.
31. Спрос и предложения на региональном рынке потребительских услуг.
32. Особенности ценообразования на региональном рынке потребительских услуг.
33. Факторы формирования и развития рынка потребительских услуг региона.
34. Рынок потребительских услуг в системе регионального рынка товаров и услуг.
35. Содержание понятия «региональный рынок производственных услуг».
36. Структура и сегментация регионального рынка производственных услуг.
37. Функции рынка производственных услуг в регионе.
38. Объекты и субъекты регионального рынка производственных услуг.
39. Спрос и предложения на региональном рынке производственных услуг.
40. Рынок производственных услуг в системе регионального рынка товаров и услуг.
41. Содержание понятия «региональный рынок информации».
42. Классификация услуг на рынке информации.
43. Структура и сегментация рынка информации.
44. Функции рынка информации в регионе.
45. Объекты и субъекты регионального рынка информации.
46. Спрос и предложения на региональном рынке информации.
47. Особенности ценообразования на региональном рынке информации.
48. Факторы формирования и развития рынка информации.
49. Рынок информации в системе регионального рынка товаров и услуг.
50. Экспорт услуг региона.
51. Импорт услуг региона.

Разработчик:



доцент А.Н. Лапшин

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и торговой политики
МИЭЛ ИГУ «26» февраля 2020г. Протокол № 6

Зав. кафедрой



О.В. Архипкин