

ЭКОНОМИКА В СФЕРЕ УСЛУГ

1. Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов системы знаний об экономических основах эффективной организации услуг в сервисе.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Экономика в сфере услуг» относится к вариативной части блока дисциплин. Для освоения дисциплины «Экономика в сфере услуг» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Сервисная деятельность», «Информационно-аналитическая деятельность», «История индустрии моды и красоты», «Материаловедение швейных изделий», «Современные концепции декоративно-прикладного искусства в индустрии моды и красоты». Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Организация и планирование деятельности предприятий сервиса», «Сервисная деятельность», «Дизайн предприятий индустрии моды и красоты», «Информационно-аналитическая деятельность», «История и современные проблемы искусства дизайна», «Менеджмент качества в сервисной деятельности», «Методы научных исследований», «Оборудование в индустрии моды и красоты», «Системный анализ в сервисе», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности», «Преддипломная практика», «Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-2);
- готовностью организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя (ОПК-3);
- готовностью к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности (ПК-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- сущность, основные понятия рыночной экономики;
- историю развития экономических учений;
- товарную сущность услуг, их значение в развитии национальной экономики;
- теоретические основы капитала, производства и прибыли;

уметь

- определять издержки, основные и оборотные средства предприятия сервиса;
- выявлять особенности рыночной системы хозяйствования;
- анализировать состояние спроса и предложения на рынке услуг индустрии моды и красоты;

владеть

- методикой расчета рентабельности деятельности предприятия сервиса;
- методами определения точки безубыточности;
- навыками построения аналитических диаграмм.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 8 ч., СРС – 96 ч.),

распределение по семестрам – 2 курс, лето, 3 курс, зима,

форма и место отчётности – аттестация с оценкой (3 курс, зима).

5. Краткое содержание дисциплины

Введение в предмет. Роль сферы услуг в экономике России.

Введение в учебный курс. Рыночная экономика в современной России. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Этапы развития услуг в России. Сфера HYPER13 XE "Сфера услуг" HYPER15 услуг (service) – сфера экономики, где производятся блага, для удовлетворения потребностей человека. Определение экономики сферы услуг. Объект и предмет экономики. Формирование рынка услуг. Основные инновации и тенденции развития сферы услуг на современном этапе.

Основы организации экономической деятельности сервисного предприятия.

Законодательные основы и нормы, регулирующие отношения в сфере услуг. Природа услуг.

Организации сферы услуг. Отличия организаций, производящих товары и услуги.

Классификация организаций, предлагающих услуги. Организационно-правовые формы коммерческих организаций в сфере услуг. Факторы экономической эффективности сервисного предприятия. Хозяйственный механизм сервисного предприятия. Содержание хозяйственного механизма, его особенности и основные цели. Общественное производство: сущность, структура, результаты.

Особенности формирования затрат и принципы ценообразования на сервисном предприятии.

Маркетинг в организациях (предприятиях) сферы услуг. Особенности формирования затрат и принципы ценообразования на сервисном предприятии. Экономическая классификация расходов. Анализ цепочки получения дохода в организациях сферы услуг. Основные средства и нематериальные активы. Оборотные средства предприятия социокультурного сервиса. Основные источники формирования финансовой базы сервисного предприятия. Основные пути оптимизации финансового положения предприятий.

Финансирование сервисного предприятия.

Экономическая теория товара и денег. Динамика и структура показателей экономической эффективности. Управление финансовыми потоками. Прибыль и рентабельность. Основы экономического анализа в социокультурном сервисе. Бюджетирование на сервисном предприятии. Экономический рост: источники, типы, движущие силы.

Предпринимательство в сфере услуг. Управление экономикой сервисного предприятия.

Основные признаки предпринимательской деятельности. Направления осуществления предпринимательской деятельности сервисного предприятия. Платные услуги. Особенности информационного обеспечения управления экономикой сервисного предприятия. Стратегии управления мощностью организаций сферы услуг. Стратегия управления спросом.

Ценообразование. Реклама. Способы повышения использования мощностей организаций сферы услуг. Риски и их снижение.

6. Разработчик

Каунов Александр Михайлович, доктор технических наук, профессор кафедры технологии, туризма и сервиса ФГБОУ ВО «ВГСПУ».