

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению практических работ
по дисциплине «Исследования рынка сферы услуг»
для студентов направления подготовки
43.03.01 Сервис

Направленность (профиль) «Логистика»

Ставрополь, 2026 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
3. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
4. ЛИТЕРАТУРА И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Исследования рынка сферы услуг» является формирование компетенций ПК-1; ПК-2 будущего специалиста по направлению подготовки 43.03.01 Сервис. Основная цель курса заключается в изучении и приобретении теоретических знаний и практических навыков современной теории, принципов, технологий и инструментов, применяемых для исследования рынка сферы услуг.

Задачами освоения дисциплины являются:

- формирование у студентов общего представления об организации и функционировании рынка услуг;
- ознакомление с отраслевой специализацией предприятий сферы услуг и принципами подбора методик исследования с учетом отраслевой специфики;
- приобретение навыков использования статистической информации для анализа процессов, имеющих место на мировых и отечественных рынках услуг;
- формирование навыков применения аналитических методик и современных принципов исследования рынка;
- изучение эффективных принципов использования ресурсов и технических средств с учетом специализации предприятий и организаций

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Введение в исследование рынка сферы услуг.

Сущность, роль и цели исследования рынка сферы услуг. Основные виды анализа рынка. Анализ спроса и предложения. Анализ конкурентной среды. Анализ потребителей.

Тема 2. Рынок сферы услуг: основные понятия, состав. Роль и место сферы услуг в мировой экономике и в экономике РФ.

Системы классификации услуг. Особенности рынка услуг. Высокую динамичность рыночных процессов. Территориальную сегментацию. Локальный характер. Высокая скорость оборота капитала. Специфика организации производства услуг. Высокая степень дифференциации услуг. Высокая чувствительность к изменениям рыночной конъюнктуры. Специфика процесса оказания услуги. Неопределенность результата деятельности по оказанию услуги. Влияние сферы услуг на мировую и отечественную экономику.

Тема 3. Отраслевая специализация и кооперация на рынке услуг. Особенности использования ресурсов и технических средств с учетом отраслевой специализации.

Человеческий и информационный ресурс сферы услуг и его значение в эффективности. Методы анализа и прогнозирования развития рынка услуг. Особенность международной торговли.

Тема 4. Функционирование рынка сферы услуг. Предприятия, организации и предпринимательские структуры на рынке услуг.

Виды предпринимательских структур на рынке услуг. Факторы, определяющие деятельность предприятий, организаций сферы услуг. Экономический потенциал предприятий, организаций на рынке услуг (составные элементы, виды и их характеристика). Эффективность специализации и кооперирования производства для повышения результативности деятельности предприятия.

Тема 5. Особенности рынка социально – значимых услуг (здравоохранение,

образование, социальная защита, услуги государственного управления).

Состав отраслей социальной сферы. Общие признаки отраслей социальной сферы. Аспекты рассмотрения деятельности в социальной сфере (организационно-технологический; экономический; политический; социально-организационный; социально-культурный). Примеры организаций, предоставляющих социально-значимые услуги. Рыночный, общественный секторы экономики. Тенденции развития форм государственных организаций в социальной сфере.

Тема 6. Особенности рынка деловых услуг.

Характеристики и особенности деловых услуг. Изменчивость качества или гетерогенность деловых услуг. Маркетинговые особенности деловых услуг. Принцип классификации услуг делового характера. Аудиторские и консалтинговые услуги, информационные услуги, услуги по связям с общественностью, услуги на рынке недвижимости.

Тема 7. Особенности рынка досуговых услуг.

Особенности услуг туризма и гостиничного бизнеса, общественного питания; услуг физкультуры и спорта. Основные характеристики рынка досуговых услуг. Отличительные особенности рынка досуговых услуг. Влияние рынка досуговых услуг на социально-экономическое развитие.

Тема 8. Основные направления и методы исследований рынка сферы услуг.

Изучение потребителей, анализ основных сегментов рынка, исследование продуктов, анализ конкурентной среды. Методы маркетинговых исследований в сфере услуг.

3. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Введение в исследование рынка сферы услуг.

Задание:

Подготовка к семинарскому занятию по следующим вопросам

1. Раскройте причины стремительного развития сферы услуг.
2. Приведите известные вам определения услуги и сопоставьте их.
3. Опишите изменения, которые могут произойти в связи с получением услуги.
4. Как соотносятся понятия «услуга» и «сервис»?
5. Чем обусловлена необходимость классификации услуг?
6. По каким признакам могут быть классифицированы услуги?
7. Дайте определение рынка услуг, раскройте его особенности.
8. Какие факторы влияют на развитие рынка услуг, а какие сдерживают развитие рынка услуг в России?

Тема 2. Рынок сферы услуг: основные понятия, состав. Роль и место сферы услуг в мировой экономике и в экономике РФ.

Задание:

Подготовка презентации по одной из следующих тем

1. Тенденции развития первого и второго секторов экономики в современной России.
2. Факторы развития сферы услуг в России.
3. Особенности развития сферы услуг постсоветских странах.
4. Сфера услуг в условиях командной экономики.
5. Сфера услуг: структура и роль в современном обществе
6. Сфера услуг и факторы ее развития в современных условиях
7. Какие отрицательные и положительные тенденции в развитии сферы услуг присущи современной России

Тема 3. Отраслевая специализация и кооперация на рынке услуг. Особенности использования ресурсов и технических средств с учетом отраслевой специализации.

Задание:

Подготовка докладов по одной из следующих тем

1. Тенденции и особенности развития рынка услуг на современном этапе
2. Особенности использования технических средств в индустрии туризма и гостеприимства с учетом отраслевой специализации.
3. Регулирование рынка услуг в современной экономике
4. Тенденции и особенности функционирования рынка услуг в России
5. Современное состояние и развитие рынка услуг в странах с рыночной экономикой
6. Экономическое содержание рынка услуг и закономерности его функционирования
7. Теоретические подходы к структуризации услуг и рынка услуг
8. Основы формирования теоретической модели сервисной экономики

Тема 4. Функционирование рынка сферы услуг. Предприятия, организации и предпринимательские структуры на рынке услуг.

Задание:

Подготовка групповых презентации по одной из следующих тем

1. Объективность возникновения, тенденции и закономерности развития сферы услуг.
2. Система классификации услуг. Специализация и кооперация в сфере услуг: сущность, кооперация в сфере услуг: сущность, критерии обоснования эффективности.
3. Частные предпринимательские структуры на рынке услуг.
4. Некоммерческие организации как субъект рынка услуг.
5. Основные субъекты рыночных отношений в сфере услуг.
6. Конкурентные стратегии и возможности их применения предприятиями сферы услуг
7. Факторы, определяющие развитие рынка услуг.

Тема 5. Особенности рынка социально – значимых услуг.

Задание:

Подготовка к семинарскому занятию по следующим вопросам

1. Особенности и характеристика **услуг здравоохранения.**
2. Особенности и характеристика **услуг социальной защиты.**
3. Особенности и характеристика **услуг образования.**
4. Особенности и характеристика **государственного управления.**
5. Определить отличительные особенности вышеперечисленных услуг и выделить общие.

Тема 6. Особенности рынка деловых услуг.

Задание:

Подготовка групповых докладов по одной из следующих тем

1. Особенности и характеристика аудиторских и консалтинговых услуг.
2. Особенности и характеристика информационных услуг
3. Особенности и характеристика услуг по связям с общественностью
4. Особенности и характеристика услуг на рынке недвижимости
5. Маркетинговые особенности деловых услуг.
6. Примеры классификаций услуг делового характера.

Тема 7. Особенности рынка досуговых услуг.

Задание:

1. Проанализировать наиболее востребованные услуги бизнес-отелей
2. Проанализировать наиболее востребованные услуги Resort-отель
3. Проанализировать наиболее востребованные услуги бутик-отель

4. Определить причину востребованности именно этих услуг, объяснить закономерность и определить схожие услуги, которые приобретают во всех вышеперечисленных видах отелей.

Тема 8. Основные направления и методы исследований рынка сферы услуг.

Задание:

1. Провести анализ потребителей услуг отельного бизнеса (на примерах конкретных отелей)
2. Проанализировать целевую аудиторию ресторанов бизнес сегмента (привести примеры конкретных предприятий)
3. Проанализировать маркетинговые инструменты, используемые для продвижения туристских услуг региона.

4. ЛИТЕРАТУРА И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

4.1 Основная литература

1. Марусева, И. В.; Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) : учебное пособие / И.В. Марусева, А.В. Кокарева ; под общ. ред. И. В. Марусева. - Изд. 2-е, перераб. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 591 с. : ил., схем., табл. - <http://biblioclub.ru/>. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9885-3, экземпляров неограничено

2. Васильева, Е.А.; Система маркетинговых исследований и информации в сервисе Электронный ресурс : учебное пособие / Я.О. Гришанова / Е.А. Васильева. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2020. - 70 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-4486-0198-9, экземпляров неограничено.

4.2. Дополнительная литература

1. Васильев, Г.А.; Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг Электронный ресурс : учебное пособие / Е.М. Деева / Г.А. Васильев. - Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг, 2021-10-10. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2021. - 192 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-238- 01578-1, экземпляров неограничено

2. Васильева, Е.А.; Маркетинг в сервисе Электронный ресурс : практикум / А.В. Васильева / Е.А. Васильева. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2020. - 208 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-4486-0141-5, экземпляров неограничено

4.3 Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по выполнению практических занятий по дисциплине «Исследования рынка сферы услуг» для студентов специальности 43.03.01 Сервис [Электронная версия].

2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Исследования рынка сферы услуг» для студентов специальности 43.03.01 Сервис [Электронная версия].

4.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Сервисная деятельность – Режим доступа:

https://spravochnick.ru/turizm/servisnaya_deyatelnost/.

2. Сервисные технологии – Режим доступа: <https://economy-ru.info/info/196165/>.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по организации самостоятельной работы
по дисциплине «Исследования рынка сферы услуг»
для студентов направления подготовки
43.03.01 Сервис

Направленность «Логистика»
(профиль)

Ставрополь, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

2. ВАРИАНТЫ САМОСТОЯТЕЛЬНО ВЫПОЛНЯЕМОЙ РАБОТЫ

**3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ
ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ТВОРЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ**

4. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

ВВЕДЕНИЕ

Выполнение самостоятельной работы требует проявления творчества, умения отбирать необходимый материал и анализировать информацию.

Учебный план высших учебных заведений предусматривает студентами направления 43.03.01 Сервис самостоятельное решение ситуационных заданий по дисциплине «Исследования рынка сферы услуг», которая является важным звеном в выработке студентами навыков самостоятельного изучения науки и приобретении опыта самостоятельного получения и накопления знаний, что необходимо будущему дипломированному специалисту в его трудовой деятельности.

Настоящие методические указания обозначают порядок выполнения и оформления самостоятельной работы. Теоретическая часть работы должна отражать понимание студентом теоретического значения исследуемого вопроса. В итоге студент должен показать свою подготовленность к самостоятельному выполнению конкретной исследовательской и аналитической работы по изучению особенностей и технологий сервисной деятельности.

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

Выполнение самостоятельной работы, является самостоятельной учебной работой студента, при этом цель ее выполнения состоит в систематизации знаний и представлений об особенностях делового общения в туризме.

Самостоятельная работа состоит из подготовки ответа на вопросы. Выбор вопроса производится в соответствии с п. 2.1.

Перед выполнением самостоятельной работы студенту необходимо:

- изучить теоретический и практический материал в соответствующих источниках литературы по данной дисциплине;
- ознакомиться со статистическими данными, публикуемыми в периодической печати и в статистических сборниках;
- ознакомиться со статьями периодической печати, освещающими вопросы самостоятельной работы.

Выполняемая самостоятельная работа должна соответствовать выбранному вопросу, содержание вопросов должно быть раскрыто полностью, при этом необходимо избегать шаблонного переписывания текстов учебников. Для доказательства определенной закономерности, обоснования выводов требуется привести цифровой материал, который служит доказательной базой. При решении поставленных задач необходимо использовать знания, полученные при самостоятельном изучении материала. Работа должна быть написана грамотно и разборчивым почерком. Ответы на вопросы самостоятельной работы должны быть конкретными, точными, без лишних отступлений. В процессе самостоятельного изучения материала и выполнения самостоятельной работы студенты могут пользоваться консультацией преподавателей.

2. ВАРИАНТЫ САМОСТОЯТЕЛЬНО ВЫПОЛНЯЕМОЙ РАБОТЫ

2.1 Вопросы (задача, задание) для проверки уровня обученности:

1. Основные характеристики услуг
2. Ценовая система, адаптирующаяся к рынку
3. Источники маркетинговой информации и принципы их отбора
4. Проведение маркетинговых исследований
5. Стратегические перспективы развития рынков услуг на российских территориях
6. Конкуренты и их производственные зоны по сегментам рынка услуг
7. Оценка экономической эффективности рынка услуг
8. Интегрированные маркетинговые коммуникации
9. Конкурентная среда рынка услуг
10. Фазы развития систем потребления
11. Анализ спроса на рынке услуг
12. Оценка удовлетворенности клиентов качеством предоставляемых услуг
13. Определение ёмкости рынка в долгосрочном периоде
14. Выявление перспективных рыночных ниш
15. Анализ общего влияния на рынок услуг внешних и внутренних факторов.
16. Анализ спроса на услугу в выбранном регионе.
17. Изучение портрета потребителя данной услуги.
18. Изучение каналов сбыта и распространения услуги; изучение ценовой политики.
19. Исследование эффективности рекламных мероприятий.
20. Этапы подготовки к анализу рынка.
21. Составление и изучение социально-демографического портрета потребителя услуг.
22. Оценка удовлетворенности клиентов качеством предоставляемых услуг.
23. Популярность поставщиков услуг среди целевой аудитории.
24. Изучение ожиданий клиентов, относительно ценовых факторов выбора, уровня сервиса и многих других.
25. Анализ особенностей ключевых потребителей, доля расходов которых на приобретение услуги больше в сравнении с другими группами клиентов.
26. Изучение жалоб и предложений клиентов для недопущения или устранения подобных прецедентов в будущем.

27. Определение ёмкости и изменений рынка в долгосрочном периоде.
28. Оценка доли рынка, которую занимает компания и её конкуренты.
29. Анализ внешних факторов и условий, оказывающих влияние на

рынок услуг

30. Методы оценки эффективности рекламы

2.2 Вопросы для подготовки к практическим занятиям:

1. Стимулирование сбыта в деятельности предприятия, задачи и методы.
2. Классификация планов маркетинга по продолжительности, охвату и методу разработки.
3. Маркетинговое управление: функциональная структура.
4. Товарно-функциональная структура управления.
5. Рыночно-функциональная структура управления.
6. Товарно-рыночная структура управления.
7. Планирование в маркетинге.
8. Управление отношениями с клиентами.
9. Аудит маркетинга.
10. Аутсорсинг в системе маркетинга.
11. Концепция международного маркетинга.
12. Особенности комплекса маркетинга на международном рынке.
13. Ценовая политика в международном маркетинге.
14. Глобализация рынка и интернационализация предпринимательства.
15. Анализ зарубежного рынка и внешней среды маркетинга.
16. Особенности исследования потребительских рынков.
17. Особенности исследования промышленных рынков.
18. Особенности исследования рынков госучреждений.
19. Ситуационный анализ, сущность и содержание.
20. Модель покупательского поведения.
21. Логистика маркетинга. Цели, задачи, сущность.
22. Аналитико-прогностические методы маркетинга.
23. Маркетинговые исследования каналов распределения.
24. Современные технологии маркетинга.
25. Электронный маркетинг. Цели, задачи, сущность.
26. Маркетинговые информационные системы.
27. Правовые основы системы защиты информации на предприятии.
28. Составляющие понятия качества товара в маркетинге.
29. Виды конкуренции и их значение в современный период.
30. Этапы разработки нового продукта в маркетинге.
31. Эластичность спроса, методы оценки.
32. Методы определения базовой цены.
33. Маркетинговые исследования проекта и генерации идей о новых продуктах.
34. Персональные продажи как метод продвижения продукции.

3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

3.1 Основная литература

1. Марусева, И. В.; Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) : учебное пособие / И.В. Марусева, А.В. Кокарева ; под общ. ред. И. В. Марусева. - Изд. 2-е, перераб. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 591 с. : ил., схем., табл. - <http://biblioclub.ru/>. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9885-3, экземпляров неограничено.

2. Васильева, Е.А.; Система маркетинговых исследований и информации в сервисе Электронный ресурс : учебное пособие / Я.О. Гришанова / Е.А. Васильева. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2020. - 70 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-4486-0198-9, экземпляров неограничено.

3.2. Дополнительная литература

1. Васильев, Г.А.; Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг Электронный ресурс : учебное пособие / Е.М. Деева / Г.А. Васильев. - Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг, 2021-10-10. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2021. - 192 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-238- 01578-1, экземпляров неограничено.

2. Васильева, Е.А.; Маркетинг в сервисе Электронный ресурс : практикум / А.В. Васильева / Е.А. Васильева. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2020. - 208 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-4486-0141-5, экземпляров неограничено.

3.3 Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по выполнению практических занятий по дисциплине «Исследования рынка сферы услуг» для студентов специальности 43.03.01 Сервис [Электронная версия].

2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Исследования рынка сферы услуг» для студентов специальности 43.03.01 Сервис [Электронная версия].

3.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Сервисная деятельность – Режим доступа:

https://spravochnick.ru/turizm/servisnaya_deyatelnost/.

2. Сервисные технологии – Режим доступа: <https://economy-ru.info/info/196165/>.