

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о подписи:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.10.2024
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Колледж креативных индустрий и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.01 «СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ»

Специальность **43.02.16 «Туризм и гостеприимство»**

Тольятти 2024

Рабочая программа дисциплины «Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 «Туризм и гостеприимство», утвержденным приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 12 декабря 2022 г. N 1100

Разработчик РПД:

Грашина О.В.

(ФИО)

Преподаватель Колледжа креативных индустрий и
предпринимательства

(должность, ученая степень, ученое звание)

Рассмотрена на заседании предметно-цикловой комиссии по образовательной программе 43.02.16 Туризм и гостеприимство

Протокол от «22» 11 2024 № 3

Председатель ПЦК Емелина И.А. преподаватель Колледжа креативных индустрий и предпринимательства

(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции	Наименование компетенции
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
ПК 1.1	Планировать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.
ПК 1.2	Организовывать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства, своевременного ремонта и наличия сервисных контрактов на обслуживание инфокоммуникационных систем.
ПК 1.3	Координировать и контролировать деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

уметь:

- проводить поиск в различных поисковых системах;
- использовать различные виды учебных изданий;
- применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины;
- описывать методы мониторинга рынка услуг;
- воспроизводить правила обслуживания потребителей услуг;

знать:

- истории и теории в сфере туризма и гостеприимства;
- классификаций услуг и сервиса;
- методов мониторинга рынка услуг;
- правил обслуживания потребителей услуг.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве» относится к общепрофессиональному циклу дисциплин основной профессиональной образовательной программы.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объём учебной дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **108 часов**. Их распределение по видам работ представлено в таблице:

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоёмкость, час
Общая трудоёмкость	108/108
Объём работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	68/14
лекции	32/6
лабораторные работы	
практические занятия	34/6
курсовое проектирование (консультации)	
Самостоятельная работа	40/94
Контроль (часы на дифференцированный зачет)	2/2
Консультация перед экзаменом	
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной, очно-заочной, заочной форм обучения

2.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Работа во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
3 семестр						
ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3	Тема 1. Основы теории услуг <i>Содержание темы:</i> 1. Понятие услуги. Свойства услуги. Типы услуг: производственные, распределительные, профессиональные, потребительские, общественные. 2. Классификация услуг по принципам: вещественности или невещественности, материальные и нематериальные, стандартизированные и творческие, производственные и непроизводственные, коммерческие и некоммерческие, чистые и смешанные, идеальные и реальные, легитимные и нелегитимные, личностные и безличные, простые и сложные и т.д. 3. Услуги в современной экономике и их особенности как товара. 4. Рынок услуг и его особенности. 5. Покупательский риск в сфере услуг. 6. Маркетинговая среда предприятия сервиса. 7. Сегментирование рынка услуг.	5/1				Устный /письменный опрос Выполнение практического задания
	Практическое занятие № 1. Основы теории услуг			5/1		
	Самостоятельная работа обучающихся , в т.ч.: подготовка к практическому занятию, поиск материала по теме				6/15	
ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3	Тема 2. Сущность системы сервиса <i>Содержание темы:</i> 1. Сервис как деятельность. 2. Основные задачи современного сервиса: консультирование, подготовка персонала и покупателя, передача необходимой технической документации, доставка изделия, приведение изделия в рабочее состояние, оперативная поставка запасных частей, сбор и систематизация информации, формирование постоянной клиентуры рынка. 3. Виды сервисной деятельности. Основные виды: технический, технологический, информационно-коммуникативный, транспортный, гуманитарный. 4. Классификация сервиса: по времени его осуществления, по содержанию работ, по направленности услуг, по степени адаптации к потребителям, по масштабу и т.д. 5. Основные подходы к осуществлению сервиса. 6. Тенденции современного сервиса. 7. Принципы современного сервиса.	5/1				Устный /письменный опрос Выполнение практического задания Реферат
	Практическое занятие № 2. Сущность			5/1		

Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Работа во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
	системы сервиса					
	Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч.: подготовка к практическому занятию, поиск материала по теме				6/16	
ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3	Тема 3. Предоставление основных видов услуг. <i>Содержание темы:</i> 1. Основные характеристики материальных и социально-культурных услуг. 2. Специфика предоставления услуг: помещение, оборудование, персонал, организация обслуживания, основные этапы исполнения услуг. 3. Требования по предоставлению услуг: обязательность предложения, необязательность использования клиентом, эластичность сервиса, удобство сервиса, информационная отдача сервиса, разумная ценовая политика, гарантированное соответствие производства сервису. 4. Сервис как потребность. 5. Роль сервиса в удовлетворении потребностей человека. 6. Фазы выбора потребителями товаров и услуг: цель, принятие решения, действия, удовлетворение потребности.	5/1				Устный /письменный опрос Выполнение практического задания Реферат
	Практическое занятие № 3. Предоставление основных видов услуг.			6/1		
	Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч.: подготовка к практическому занятию, поиск материала по теме				7/16	
ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3	Тема 4. Формы, методы, правила обслуживания потребителей. <i>Содержание темы:</i> 1. Формы и методы обслуживания потребителей. 2. Формы: обслуживание потребителей в стационарных условиях, обслуживание потребителей с выездом на дом, бесконтактное обслуживание по месту жительства потребителя, обслуживание с использованием обменных фондов товаров. 3. Методы: обслуживание специалистом по сервису, самообслуживание, экспресс-обслуживание и т.д. 4. Обслуживание потребителей в контактной зоне. Понятие «контактной зоны». Соответствие контактной зоны характеру и содержанию сервисной деятельности; техническая оснащенность; помещения; образцы изделий; описание услуг; стоимость услуг. 5. Показатели профессионального уровня персонала в контактной зоне.	6/1				Устный /письменный опрос Выполнение практического задания

Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Работа во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
	6. Профессиональные качества сотрудника: не причинять потребителю услуги неудобства без крайней необходимости, не допускать возникновения у него болезненных или неприятных ощущений, быть обходительным, любезным. 7. Культура сервиса. 8. Правила обслуживания потребителей. 9. Система законодательно-правовых, нормативных, технических документов по регулированию отношений между исполнителями услуг и потребителями, установлению правил конкурентной борьбы, ограничению рисков. 10. Договор как основание для оказания услуг потребителю. Расторжение договора. Ответственность сторон. Возмещение убытков. 11. Недостатки оказанной услуги. 12. Процедура оплаты услуги.					
	Практическое занятие № 4. Формы, методы, правила обслуживания потребителей.			6/1		
	Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч.: подготовка к практическому занятию, поиск материала по теме, изучения нормативных документов				7/16	
ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3	Тема 5. Качество сервисных услуг Содержание темы: 1. Качество услуги. Качество обслуживания. 2. Система показателей услуг: назначения, безопасности, надежности, социального назначения услуг, эстетические, информативности услуг, профессионализма персонала. 3. Основные характеристики качества: своевременность, скорость, комфортность, этика, эстетика, комплексность, информативность, достоверность, доступность, безопасность, экологичность и т.д. (по применению). 4. Контроль качества услуг. Система контроля качества. 5. Методы контроля: цели применения, физико-статистические признаки и процедуры, формирование результатов. 6. Нормативно-правовая база: ФЗ, Правила, система ГОСТов.	5/1				Устный /письменный опрос Выполнение практического задания
Практическое занятие № 5. Качество сервисных услуг			6/1			
Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч.: подготовка к практическому занятию, поиск материала по теме, изучения нормативных документов				7/15		
ОК 01 ОК 02	Тема 6. Осуществление услуг Содержание темы:	6/1				Устный /письменный

Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Работа во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3	1. Социально-культурные услуги. 2. Туристические услуги. 3. Экскурсионные услуги. 4. Виды туров. 5. Виды туристского сервиса: внутренний, въездной, выездной, самостоятельный туризм. 6. Виды сервисной деятельности: услуги туроператора, услуги турагента, услуги при самостоятельном туризме, экскурсионные услуги, услуги предприятия питания. 7. Комплекс услуг. 8. Дополнительные услуги.					опрос Выполнение практического задания Реферат
	Практическое занятие № 6. Осуществление услуг			6/1		
	Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч.: подготовка к практическому занятию, поиск материала по теме				7/16	
	ИТОГО за 3 семестр	32/6	-	34/6	40/94	

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной, очно-заочной, заочной форм обучения

**2.3. Формы и критерии текущего контроля успеваемости
(технологическая карта для студентов очной формы обучения)**

Формы текущего контроля	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр. точку	Макс. возм. кол-во баллов
Устный/письменный опрос	6	5	30
Выполнение практического задания	6	5	30
Реферат	3	10	30
Дополнительные баллы за своевременное выполнение заданий	1	10	10
		Итого по дисциплине	100 баллов

2.4. Шкала оценки результатов освоения дисциплины, сформированности результатов обучения

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
		Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Дифференцированный зачет	допускаются все студенты	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
		пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
				70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде университета (далее - ЭИОС). В случае проведения части контактной работы по дисциплине в ЭИОС (в соответствии с расписанием учебных занятий), трудоемкость контактной работа в ЭИОС эквивалентна аудиторной работе.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- электронное обучение;
- разбор конкретных ситуаций.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии за набранными за семестр баллами. Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень), 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 результатов обучения.

Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень), 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 результатов обучения.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

3.2. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 4.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут использовать в специализированных аудиториях для самостоятельной работы компьютеры, обеспечивающему доступ к программному обеспечению, необходимому для изучения дисциплины, а также доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

3.3. Методические указания для выполнения курсового проекта / работы

Не предусмотрено учебным планом

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Основная литература:

1. Калачев, С. Л. Сервисная деятельность : учеб. для вузов / С. Л. Калачев, М. А. Николаева. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2024. - 298 с. - (Учебные издания для вузов). - Прил. - URL: <https://znanium.ru/read?id=439577> (дата обращения: 21.11.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-05342-9. - Текст : электронный.

2. Николенко, П. Г. Организация обслуживания в сфере гостеприимства : учебник / П. Г. Николенко, М. В. Ефремова. - Документ read. - Санкт-Петербург [и др.] : Лань, 2024. - 546 с. - Прил. - URL: <https://reader.lanbook.com/book/380714> (дата обращения: 21.11.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-507-48342-6. - Текст : электронный.

3. Сервис: организация, управление, маркетинг : учеб. для вузов по направлениям подгот. "Сервис", "Туризм", "Гостинич. дело", "Менеджмент" (уровень бакалавриата) / Е. Н. Волк, А. И. Зырянов, А. А. Лимпинская, Н. В. Харитоновна. - 3-е изд. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2022. - 250 с. - (Учебные издания для бакалавров). - Тест. задания. - URL: <https://znanium.ru/read?id=431948> (дата обращения: 21.11.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-04914-9. - Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Бражников, М. А. Сервисология: учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 144 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-13343-1. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/476975>
2. Жираткова, Ж. В. Основы экскурсионной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ж. В. Жираткова, Т. В. Рассохина, Х. Ф. Очилова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 189 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-13031-7. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/476413>
3. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности: учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 392 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-13873-3. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/470587>
4. Свириденко, Ю. П. Сервисная деятельность : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот. 43.03.03 "Гостинич. дело", 43.03.02 "Туризм" (квалификация (степень) "бакалавр") / Ю. П. Свириденко, В. В. Хмелев. - 2-е изд., испр. и доп. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 173 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Тесты. - Ключи. - URL: <https://znanium.com/read?id=400299> (дата обращения: 21.11.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-105613-4. - Текст : электронный. URL: <https://znanium.com/read?id=400299>

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в РФ» № 132ФЗ от 24.11.96 г. (посл. ред. от 28.05.2022 N 148-ФЗ)
2. Постановление Правительства РФ от 18.07.2007 N 452 (ред. от 23.11.2020) «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта»
3. Приказ Минфина РФ от 09.07.2007 N 60н «Об утверждении формы бланка строгой отчетности» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 17.07.2007 N 9857)
4. Федеральный закон «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» от 15.08.1996 N 114-ФЗ (посл. ред. от 25.06.2020 N 29-П)
5. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред. От 05.12.2022 N 478-ФЗ)
6. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года»

4.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: Справочная правовая система. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
2. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru/> - Загл. с экрана.
3. Электронно-библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/>. – Загл. с экрана.
4. Электронно-библиотечная система «Издательство Лань» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>. – Загл. с экрана.
5. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Загл с экрана.
6. Polpred.com. Обзор СМИ. Полнотекстовая, многоотраслевая база данных (БД) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://polpred.com/>. – Загл. с экрана.
7. Университетская информационная система Россия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru/>. – Загл. с экрана.
8. Официальная статистика. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.gks.ru/> – Загл. с экрана.

4.3. Программное обеспечение

Информационное обеспечение учебного процесса по дисциплине осуществляется с использованием следующего программного обеспечения (лицензионного и свободно распространяемого), в том числе отечественного производства:

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	Microsoft Office	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

5. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы, мастерские и лаборатории, оснащенные оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования международных стандартов.

Занятия лекционного типа. Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Практические занятия. Для проведения практических занятий используется учебная аудитория, укомплектованная мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (переносной набор демонстрационного оборудования (проектор, экран, /ноутбук).

Промежуточная аттестация. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются: компьютерные классы университета; библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС). Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационнотелекоммуникационной сети «Интернет», как на территории университета, так и вне ее.

6. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости рабочая программа может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

К предметным результатам освоения дисциплины дополнительно относятся:

- 1) для слепых, слабовидящих обучающихся:
 - сформированность навыков письма на брайлевской печатной машинке;
- 2) для глухих, слабослышащих, позднооглохших обучающихся:
 - сформированность и развитие основных видов речевой деятельности обучающихся - слухозрительного восприятия (с использованием слуховых аппаратов и (или) кохлеарных имплантов), говорения, чтения, письма;
- 3) для обучающихся с расстройствами аутистического спектра:
 - овладение основными стилистическими ресурсами лексики и фразеологии языка, основными нормами литературного языка, нормами речевого этикета; приобретение опыта их использования в речевой и альтернативной коммуникативной практике при создании устных, письменных, альтернативных высказываний; стремление к возможности выразить собственные мысли и чувства, обозначить собственную позицию.

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости

Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям

Тема 1. Основы теории услуг

Цель занятия: провести классификацию и сравнительный анализ основных этапов развития сервисной деятельности в России.

Задание. Проведите классификацию и сравнительный анализ основных этапов развития сервисной деятельности в России в форме таблицы.

Содержание работы.

В доиндустриальном обществе промышленность либо еще не возникла, либо давала работу намного меньшему числу людей, чем сельское хозяйство. Перепись населения, проведенная в Великобритании в 1851 году, показала, что наиболее распространенные в стране профессии - сельскохозяйственные работники и домашние слуги. Именно домашняя прислуга занимала основное место в сфере услуг.

Прислугу держали все более или менее состоятельные люди. Сложился огромный слой, даже класс людей, профессионально выполнявших функции домашних слуг иногда на протяжении многих поколений. У этого класса сформировались свой образ жизни, традиции и привычки.

В индустриальном, т.е. зрелом капиталистическом и социалистическом, обществе, развитие промышленности привело к резкому сокращению численности домашней прислуги. Главная задача экономики в эту эпоху - массовое производство товаров.

Скрытая роль служанки в домашнем хозяйстве переходит к женщине. Как показывают многочисленные социологические исследования, в современном обществе женщина тратит на ведение домашнего хозяйства во много раз больше времени, чем мужчина.

В России и во многих других странах укоренилась культурная традиция, признающая ряд трудоемких видов деятельности в быту (стирка, уборка и т.п.) преимущественно «женским» занятием.

Многочисленные услуги, которые ранее выполнялись самими членами семьи, передаются мелким фирмам и независимым частным предпринимателям. Создаются разнообразные приспособления, облегчающие домашний труд, а также сеть предприятий, занятых их ремонтом и обслуживанием.

Постиндустриальное общество начало формироваться в промышленно развитых странах во второй половине XX века. Главным видом деятельности в нем становится уже не производство товаров, а обработка информации и оказание услуг. Поэтому постиндустриальный развития цивилизации определяют как «информационное общество» и «экономику услуг».

Развитие промышленности приводит к распространению преимущественно транспортных услуг и вообще услуг, связанных с движением товаров.

В условиях массового потребления благ начинается рост сферы распределения (оптовая и розничная торговля), финансовых услуг, операций с недвижимостью и страхования.

Во второй половине XX века в промышленно развитых странах довольно быстро растет число занятых в сфере социальных, распределительных и бытовых услуг, несколько медленнее - в области услуг производителям. Согласно прогнозам специалистов, в начале XXI века наиболее высокими темпами будут развиваться услуги производителям, услуги в области образования и здравоохранения.

В настоящее время Россия значительно отстает от ведущих промышленно развитых стран по важнейшим экономическим показателям: национальному доходу на душу населения, величине заработной платы, производительности труда, эффективности производства и т.п.

Контрольные вопросы:

1. Что такое сервисная деятельность?
2. Что такое услуга?

Тема 2. Сущность системы сервиса

Цель занятия: провести анализ структуры и видов сервисной деятельности, как источника удовлетворения разнообразных потребностей человека

Задание.

Проведите анализ структура и видов сервисной деятельности, как источника удовлетворения разнообразных потребностей человека в форме таблицы.

Содержание работы.

Основными потребностями человека являются биологические потребности. К числу основным относятся потребности человека в пище, в одежде, в жилье, в безопасности, в лечении при заболеваниях и т.д.

В связи с научно-техническим прогрессом, с постоянными изменениями, которые происходят в различных сферах жизни общества, возникают и развиваются новые потребности, направленные на достижение комфорта, потребности, затрагивающие все сферы жизни человека (образование, общение, путешествия, развлечения, любимые занятия и т.п.).

Сфера сервиса представляет собой социально - экономическую систему, развитие которой определяется функционированием двух структур: материально - вещественной (здания, оборудования, сооружения) и личностной (рабочая сила).

В сфере сервиса можно выделить следующие виды услуг:

- бытовые;
- услуги пассажирского транспорта;
- услуги связи;
- жилищно-коммунальные;
- услуги культуры;
- услуги туристско-экскурсионные;
- услуги физической культуры и спорта;
- медицинские, санитарно - оздоровительные и ветеринарные услуги;
- услуги правового характера;
- услуги системы образования.

Сервисная деятельность, стимулируемая его потребностями, не только выступает как способ удовлетворения конкретных потребностей, но и создает новые потребности, стимулирующие новую деятельность.

Сервис - то особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями.

Потребности человека разнообразны и образуют сложно структурированную систему. Сервисная деятельность также разделяется на большое количество направлений (сфер, форм, секторов и т. п.). Структура сервисной деятельности должна в общих чертах повторять структуру потребностей, соответствовать ей. Наличие индивидуальных, групповых и общечеловеческих потребностей выражается в существовании иерархии форм сервисной деятельности, охватывающей различные общности людей:

- уровень микрорайона (бытовое обслуживание и ремонт);
- уровень района;
- уровень города (транспортная система);
- уровень региона внутри государства;
- уровень отдельного государства (правовые услуги, финансовая система, здравоохранение, образование);
- уровень региона, группы государств;
- общемировой уровень (на нем пытаются действовать средства массовой информации и сервисные службы транснациональных корпораций).

Общероссийский классификатор услуг населения ОК 002-93. Классификатор включает в себя следующие группы услуг:

- 01 - бытовые услуги;

- 02 - услуги пассажирского транспорта;
- 03 - услуги связи;
- 04 - жилищно-коммунальные услуги;
- 05 - услуги учреждений культуры;
- 06 - туристские и эксплуатационные услуги;
- 07 - услуги физической культуры и спорта;
- 08 - медицинские услуги, санаторно-оздоровительные услуги, ветеринарные услуги;
- 09 - услуги правового характера;
- 10 - услуги банков;
- 11 - услуги в системе образования;
- 12 - услуги торговли и общественного питания, услуги рынков;
- 80 - прочие услуги.

Контрольные вопросы:

1. Что такое сервис?
2. Какие услуги включает в себя общероссийский классификатор услуг населения ОК 002-93?

Тема 3. Предоставление основных видов услуг.

Цель занятия: провести анализ конкуренции и выявить ее роль на рынке услуг г.о. Тольятти.

Задание № 1. Проведите классификацию предприятий сферы сервиса, оказывающие услуги населению в г.о. Тольятти.

Задание № 2. Проведите анализ работы предприятий сферы сервиса (согласно классификации из задания № 1), оказывающие услуги населению в г.о. Тольятти.

Задание № 3. Перечислите достоинства и недостатки в работе предприятий сферы сервиса г.о. Тольятти.

Содержание работы.

Современное предприятие представляет собой сложную производственную социально-экономическую систему, состоящую из основного, вспомогательного и обслуживающего производств, которые состоят из многочисленных производственных и функциональных подразделений, выполняющих различные функции и задачи и объединенных единой целью – получение прибыли от производства и реализации продукции, удовлетворяющие те или иные потребности потребителей.

Организационные процессы на предприятии – это различные виды работ, направленные на достижение слаженности, согласованности при взаимодействии всех структур и компонентов, обеспечивающих бесперебойную и эффективную деятельность предприятия.

Цель деятельности предприятия – обеспечить необходимые условия для высокопроизводительной работы на каждом рабочем месте и на предприятии в целом на основе рационального сочетания всех элементов производства в пространстве и во времени.

Сфера услуг - это, с одной стороны ассортимент сервисных услуг, оказываемых населению, с другой - совокупность организаций и индивидуальных исполнителей, которые в рамках сервисной деятельности оказывают материальные и социально-культурные услуги потребителям.

Современные формы обслуживания приближают услугу к потребителю, сокращают время обслуживания, создают удобство потребления услуг. К таким формам относятся:

- 1) обслуживание потребителей в стационарных условиях;
- 2) обслуживание потребителей с выездом на дом;
- 3) бесконтактное обслуживание по месту жительства потребителя;
- 4) обслуживание с использованием обменных фондов товаров.

Таблица 1- Типы услуг в сфере сервиса

Типы услуг	Сферы услуг
Производственные.	инжиниринг, лизинг, обслуживание и ремонт

	оборудования и др.
Распределительные.	торговля, транспорт, связь.
Профессиональные.	банки, страховые, финансовые, консультационные, рекламные и др.
Потребительские (массовые).	услуги, связанные с домашним хозяйством и времяпровождением.
Общественные.	ТВ, радио, образование, культура.

Таблица 2 – Классификация услуг

Характеристика услуги	Вид услуг
Осязаемые действия, направленные на тело человека.	здравоохранение, пассажирский транспорт, спорт. заведения, салоны красоты, общественное питание, парикмахерские и т.д.
Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты.	грузовой транспорт, ремонт и обслуживание оборудования, охрана, бытовые услуги, ветеринарные услуги и др.
Неосязаемые действия, направленные на сознание человека.	образование, радио, ТВ, информационные услуги, театры, кино, музеи и т.д.
Неосязаемые действия с неосязаемыми активами.	банки, юридические и консультационные услуги, страхование, операции с ценными бумагами и т.д.

Приведенная классификация является основой классификации услуг в сфере нематериального производства. Ее можно дополнять и развивать.

Существует возможность также классифицировать услуги по сегментам потребителей, по трудоемкости, по степени контакта с потребителем.

Таблица 3 - Матрица сегментации услуг (потребителей)

Услуги	Потребитель	
	деловые услуги	личные услуги
Только услуга	франчайзинг, аудит, безопасность, путешествия и т.д.	образование, развлечения, путешествия, трудоустройство и т.д.
Услуга, увеличивающая ценность чего-либо материального	страхование, реклама и дизайн, уборка, ремонт и т.д.	ремонт, страхование и т.д.
Услуга, дающая что-либо материальное	перевозка, торговля, наем персонала и т.д.	перевозки, торговля

Контрольные вопросы:

1. Какова роль предприятий сферы сервиса в экономической системе России?
2. Что такое сфера слуг?
3. Что такое современное предприятие сферы сервиса?
4. Приведите пример осязаемой и неосязаемой услуги.

Тема 4. Формы, методы, правила обслуживания потребителей.

Цель занятия: провести оценку и анализ психологии процесса обслуживания при оформлении и выдаче заказа потребителю.

Задание № 1. Проведите оценку психологии процесса обслуживания при оформлении и выдаче заказа потребителю (сфера деятельности предприятия на выбор студента).

Задание № 2. Проведите анализ психологии процесса обслуживания при оформлении и выдаче заказа потребителю (сфера деятельности предприятия на выбор студента).

Содержание работы.

Форма обслуживания потребителей - это разновидность или сочетание методов (способов) обслуживания потребителей.

Метод обслуживания потребителей - метод реализации потребителям продукции, организационных мероприятий в процессе предоставления услуг.

Современные формы обслуживания приближают услугу к потребителю, сокращают время обслуживания, создают удобство потребителя услуг. К таким формам относятся:

- обслуживание потребителей в стационарных условиях;
- обслуживание потребителей с выездом на дом;
- бесконтактное обслуживание по месту жительства потребителей;
- обслуживание с использованием обменных фондов товаров.

Обслуживание потребителей в стационарных условиях выполняется в помещении сервисной организации в зале или салоне обслуживания. В стационарных условиях оказываются как материальные, так и социально-культурные услуги.

При оказании услуг общественного питания, гостиничных услуг, услуг по изготовлению изделий, стационарная форма обслуживания является наиболее удобной и, часто, единственно возможной формой исполнения услуг.

На втором этапе задача работника контактной зоны состоит в том, чтобы умело стимулировать решение клиента сделать заказ. Работнику следует грамотно обосновать цену изделия, подчеркнуть его качество, отметить соответствие требованиям моды и т.п. Крайне желательно свою речь с клиентом строить не как монолог, а в виде диалога.

Третий этап - завершение процесса обслуживания. Не следует задерживать клиента при окончательном оформлении документации. Выполненный заказ вручается аккуратно и красиво упакованным.

На каждом из указанных этапов очень важно профессиональное поведение специалиста, рассмотрим его подробнее.

Поведение человека характеризует его потребности, вкусы, взгляды, особенности темперамента и характера, личность в целом. На поведение человека накладывает отпечаток не только тип его нервной деятельности, но и сиюминутное состояние.

Поведение человека, как сложное, многогранное явление, включает в себя оценку ситуации общения, прогноз её развития и выработку ответного действия. Так, взаимодействуя с посетителем, работник сервиса решает ряд профессионально - этических задач, например:

- оценку своей осведомленности о запросах клиента;
- выбор способа подхода к нему (установление контакта);
- определение своей линии поведения в целом.

Контрольные вопросы:

1. Что такое метод обслуживания потребителей.? Что такое форма обслуживания потребителей?
2. Какие формы и методы обслуживания применяют на предприятиях сферы туризма и гостеприимства?

Тема 5. Качество сервисных услуг

Цель занятия: научиться анализу качества услуг предоставляемых предприятиями сферы сервиса в г.о. Тольятти.

Задание № 1. Проведите анализ качества услуг предоставляемых предприятиями сферы сервиса в г.о. Тольятти (гостиницы).

Задание № 2. Проведите анализ качества услуг предоставляемых предприятиями сферы сервиса в г.о. Тольятти (туристские предприятия).

Задание № 3. Проведите анализ качества услуг предоставляемых предприятиями сферы сервиса в г.о. Тольятти (предприятия питания по видам).

Задание № 4. Проведите анализ качества услуг предоставляемых предприятиями сферы сервиса в г.о. Тольятти (фитнес-залы, спа услуги).

Содержание работы.

Качество – это совокупность свойств продукции, обслуживающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением.

Под качеством услуги, сервисного продукта понимается комплекс их полезных свойств, нормативно-технологических характеристик обслуживания, благодаря которым общественные и индивидуальные потребители удовлетворяются на уровне установленных требований, сопоставимых как с национальными традициями, так и с мировыми стандартами.

Полезными свойствами услуги выступают ее объективные характеристики, которые проявляются при ее потреблении, отвечают запросам и нуждам потребителей, а также государственно-нормативным правовым критериям.

Оценочные показатели качества услуг могут быть определены на основе действующих нормативных документов.

Качество исполнения заказа определяется для производственных видов услуг по созданию новых изделий или по ремонту и обновлению ранее созданных изделий.

Качество обслуживания клиентов определяется для непроизводственных видов услуг (фотографии, парикмахерские, гостиничные и т.д.).

Качество продукции оценивается на основе качественного измерения определяющих ее свойств. Широко распространена классификация свойств продукции по десяти группам:

- показатели назначения;
- показатели надежности;
- показатели технологичности;
- показатели стандартизации и унификации;
- эргономические показатели;
- эстетические показатели;
- показатели транспортабельности;
- патентно-правовые показатели;
- экологические показатели;
- показатели безопасности характеризуют особенности использования продукции с точки зрения безопасности для покупателя и обслуживающего персонала при монтаже, обслуживании, ремонте, хранении, транспортировании, потреблении продукции.

Содержание процессов, происходящих в рамках управления качеством, в зарубежной литературе изображается как «петля качества», включающая 11 этапов, на которых должен осуществляться контроль качества.

С помощью «петли качества» удастся на предприятии организовать такую систему управления качеством, которая обеспечивает взаимосвязь производителя с потребителем и со всеми этапами контроля качества.

Контрольные вопросы:

1. Что такое качество услуги?
2. Что является полезными свойствами услуги?
3. Что включает в себя качество обслуживания клиентов?

Тема 6. Осуществление услуг

Цель занятия: научиться разрабатывать «памятку» профессионального поведения, культура общения работника предприятия сервиса с потребителями услуг.

Задание № 1. Разработайте «памятки» профессионального поведения работника предприятия сервиса с потребителями услуг.

Задание № 2. Разработайте «памятки» культуры общения работника предприятия сервиса с потребителями услуг.

Содержание работы.

При исполнении какой-либо социальной роли человек действует по вполне определенной программе, которая может или содержаться в официальных документах, или закрепляться традициями, обычаями. Человек может исполнять свою роль как сознательно, так и неосознанно. Исполнение роли строго контролируется окружающими.

Профессиональное поведение должно не только выделять работника контактной зоны среди посетителей, но и выполнять также защитную функцию, оберегая его нервную систему от чрезмерных перегрузок. Ему следует выработать линию профессионального поведения с учетом своих индивидуально - психологических особенностей. К примеру, сангвинику следует развивать удовлетворительно себя большую ответственность в работе, холерику - сдержанность, флегматику - активность, меланхолику - эмоциональную устойчивость.

Работник должен правильно взаимодействовать и с так называемыми трудными клиентами. При их обслуживании работник должен быть дипломатичен, не поддаваться эмоциям.

Помимо деловой компетентности, надо уметь производить на посетителя приятное впечатление. Это, как утверждают психологи, во многом достигается умелым контактом взглядов. Если на лице работника безразличие и скука, то клиент понимает, что здесь он лишний, поэтому работник всегда должен выглядеть доброжелательным, с приветливой улыбкой на лице. Уметь выслушать клиента - это большое искусство, которое дано, к сожалению, не очень многим.

Профессиональное поведение работника контактной зоны должно отвечать следующим требованиям:

- доброжелательность и радушие.
- приветливость, вежливость.
- обходительность, любезность.
- сдержанность, тактичность.
- заботливость.
- мастерство.
- эрудированность.
- владение навыками воспитательной работы.
- умение пользоваться улыбкой.

Контрольные вопросы:

1. Что должно включать в себя профессиональное поведение работника сферы сервиса?
2. Что такое культура общения?
3. Что такое любезность?

Типовые вопросы (задания) для устного / письменного опроса

Тема 1. Основы теории услуг

1. Что входит в понятие «сфера услуг»?
2. Дайте определения понятиям «услуга» и «сервис».
3. Поясните понятия «обслуживание» и «услуга».
4. Определите роль сферы услуг в общественном разделении труда.
5. Перечислите функции сферы услуг.
6. Особенности развития сферы услуг в СССР.
7. Эволюция сервисной деятельности за рубежом.
8. Исторические этапы развития сервисной деятельности в США.
9. Специфика и развитие сервисной деятельности в России.
10. Особенности сервиса в индустриальном обществе.
11. Особенности сервиса в постиндустриальном обществе.
12. Развитие сферы сервиса в современной России.

Тема 2. Сущность системы сервиса

1. Дайте классификацию сферы услуг в соответствии с функциональной направленностью.
2. Дайте классификацию сервисных процессов с процессной (операционной) точки зрения.
3. Общероссийские классификаторы услуг населению. Отраслевая классификация услуг.
4. Какова структура кодового обозначения объекта классификации по Общероссийскому классификатору услуг населению ОК 002-93 (ОКУН)?
5. Какие два основных подхода используются для периодизации развития человеческого общества?
6. В чем заключаются сущность формационного подхода и его ограниченность?
7. В чем проявляется преимущество цивилизационного подхода?
8. Поясните идеи Д. Белла о формировании постиндустриального общества.
9. Каковы особенности развития сферы услуг в России?
10. Какие этапы можно выделить в сфере развития бытовых услуг в России?
11. Определите свойства услуги как товара.
12. Назовите три уровня товара (согласно Ф. Котлеру) и место сервисной деятельности в создании «подкрепления» товару.

Тема 3. Предоставление основных видов услуг.

1. Назовите основные характеристики услуг.
2. Какими средствами архитектор может повысить осязаемость своей услуги?
3. В чем причина непостоянства качества услуг или гетерогенность услуг?
4. О какой характеристике услуг идет речь в следующем примере? Служащий банка способен обслужить 20 клиентов в час. В период с 10 до 11 часов нет клиентов, в следующий час к нему собралась очередь в 40 человек.
5. В чем отличие услуг от материального продукта? Что в них общего.
6. Дайте основное содержание понятия ценности в отношении услуг.
7. Определите сущность понятия воспринимаемое качество.
8. Раскройте понимание модели ценности услуги.
9. Каким образом можно использовать модель ценности услуги при разработке услуги?
10. Каким образом можно повысить ценность услуги?
11. Объясните, какие типы услуг помогут потребителю удовлетворить каждый уровень потребностей в иерархии потребностей по Маслоу?
12. Объясните, как внешние и внутренние факторы влияют на появление наших потребностей в услугах.
13. Поясните сущность треугольной модели маркетинга услуг Ф. Котлера.
14. В чем особенность модели, построенной на разделении услуги на различные по своей природе компоненты?
15. Какую цель ставит перед собой сервисная организация, предоставляя потребителям комплексную услугу?

Тема 4. Формы, методы, правила обслуживания потребителей.

1. Перечислите основные источники информации, используемые потенциальным клиентом для принятия решения о покупке. На ваш взгляд, какой из них является наиболее эффективным?
2. Существует мнение, что, принимая решение, клиент не следует какой-либо схеме, а делает свой выбор в большей или меньшей степени случайно. Какова ваша позиция по этому вопросу? Ответ обоснуйте.
3. Одни клиенты останавливаются в различных гостинцах, другие – предпочитают отели одной той же гостиничной сети, некоторые – только влюбившихся гостиницах. Как вы можете объяснить эти ситуации?
4. Почему потребители оценивают услуги иначе, чем товары?
5. В чем особенности поведения потребителей деловых услуг?

6. Назовите основные психологические факторы, субъективно обуславливающие единоличное принятие решения деловых физических лиц и институциональных структур.
7. Определите основное содержание SERVUCTION модели.
8. Поясните понятия «бэк-офис» и «фронт-офис».
9. Что представляет собой система маркетинга услуг?
10. Какие процессы оценивают клиенты, получающие услуги?
11. В чем состоит особенность предоставления услуг через электронные каналы?
12. Какие средства и инструменты используются компаниями для достижения желаемых изменений целевого рынка?
13. Назовите основные виды общения в «контактной зоне».
14. Каким условиям должен отвечать процесс контакта между клиентом и исполнителем?
15. В чем сущность содержания контакта?
16. Какова роль общения в построении процесса продажи?
17. Назовите основные требования, предъявляемые к пространству контакта.
18. Определите особенности организации пространства контакта в различных сервисных предприятиях.
19. Какие задачи реализуются в технике продаж, основанных на нейролингвистическом программировании?
20. Какие специфические характеристики услуг приводят к несоответствующему уровню обслуживания потребителя?
21. Какие цели преследуют потребители подающие жалобы на плохое обслуживание? Опишите действия персонала.
22. Дайте определение понятиям «метод обслуживания» и «форма обслуживания».
23. Каково основное содержание предоставления услуг методом поточной линии?
24. Основное содержание предоставления услуг методом индивидуального подхода.
25. Объясните сущность кастомизации и персонализация при предоставлении услуг.
26. Назовите основные формы обслуживания потребителей.
27. В чем сущность и особенности обслуживания потребителей в стационарных условиях и с выездом на дом к потребителю?
28. В чем преимущество бесконтактного обслуживания потребителей?

Тема 5. Качество сервисных услуг

1. В чем заключаются основные сложности определения качества услуг?
2. Концепция воспринятого или объективного качества лежит в основе определения качества услуг. Поясните концепцию воспринятого качества К. Гронруза.
3. Перечислите детерминанты качества услуг.
4. Какие компоненты определенной услуги в сфере гостиничной деятельности включают техническое, функциональное качество и социальное качество?
5. Какие компоненты определенной услуги в автосервисе включают техническое, функциональное качество и социальное качество?
6. Каким образом модель качества услуг, основанная на разрыве, используется для определения качества услуг?
7. Объясните причину возникновения разрывов в модели.
8. Каков механизм оценки продукта потребителем?
9. С какой целью организации внедряют сервисные гарантии?
10. Назовите основные способы повышения труда в сфере услуг.

Тема 6. Осуществление услуг

1. Чем объясняется необходимость ремонта.
2. Опишите существующие системы проведения ремонтных работ.
3. Что такое аутсорсинг.
4. В каких случаях исполнителем сервисных работ может быть предприятие изготовитель.

5. В чем состоит отличие жесткой системы проведения ремонтов от системы «прогрессивного ремонта».
6. Дайте характеристику фирменному сервису.
7. Определите понятия информационные технологии, компьютерные технологии, телекоммуникационные технологии, новые информационные технологии.
8. Как информационные услуги применяются в сфере услуг.
9. Почему в сфере услуг не прослеживается связь между затраченными инвестициями в информационные технологии и производительностью труда.
10. Какие причины заставляют фирмы, предоставляющие услуги, инвестировать в новые технологии.
11. В каких областях сферы услуг применяются новые технологии.

Темы докладов и рефератов

Тема 2. Сущность системы сервиса

1. Понятие «сервисная деятельность». Сервисная деятельность в системе современных экономических отношений. Эволюция понятия «говар».
2. «Информатизация» и «сервизация» как основные тенденции перехода от индустриального общества экстенсивного типа развития постиндустриальному обществу интенсивного типа развития. Концепция Д. Белла.
3. Основные тенденции роста сферы услуг. Факторы, влияющие на развитие сферы услуг.
4. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека, Потребности и их классификация.
5. Ориентация на потребителя в сервисной деятельности. Классификация потребителей. Потребительское удовлетворение.
6. Услуга как результат сервисной деятельности. Понятие «услуга». Виды услуг. Особенности обслуживания с учетом особенностей региона (национальных, демографических, природных и т.п.).
7. Нормативно-правовые документы в области обслуживания и предоставления услуг в РФ.
8. Правовое регулирование сервисной деятельности в России.
9. Сертификация и лицензирование сервисной деятельности.
10. История развития сервисной деятельности в России. Современные концепции предоставления услуг.

Тема 3. Предоставление основных видов услуг.

1. Стандартизация. Стандарты обслуживания в сервисной деятельности. Уровни стандартов. Структура стандарта обслуживания.
2. Основные участники рынка услуг и их функции.
3. Принципы современного сервиса. Основные задачи системы сервиса.
4. Понятие сервиса и виды сервиса на предприятии. Методы и формы обслуживания.
5. Производственный сервис. Фирменный сервис. Преимущества фирменного сервиса.
6. Основные варианты организации системы сервиса. Служба сервиса. Контактная зона.
7. Потребительская среда в сфере услуг. Факторы потребительского поведения.
8. Предпродажное обслуживание и обслуживание во время продаж.
9. Коммерческое предложение в сервисной деятельности. Принципы составления коммерческого предложения.
10. Взаимодействие продавца и покупателя в процессе предоставления услуги. Процесс личной продажи.
11. Принципы оценки работы фирмы. Классификатор параметров сервиса.

Тема 6. Осуществление услуг

1. Послепродажное обслуживание, Этапы послепродажного обслуживания. Политика технического обслуживания.
2. Роль послепродажного обслуживания на современном этапе развития экономических отношений. Понятие «тотальное качество».
3. Гарантия, Гарантийное обслуживание, Принципы гарантийного обслуживания.
4. Инструкции. Ориентация инструкции на потребителя, Принципы составления инструкции. Теория «приверженности-и-новаторства».
5. Жизненный цикл услуги. Факторы развития цикла услуги и отличительные особенности от жизненного цикла товара.
6. Этапы жизненного цикла услуг и особенности управления услугами на различных этапах.
7. Понятие «технологии» и виды технологий в сервисной деятельности.
8. Этапы и механизмы получения кокурентных преимуществ предприятием сервиса. Факторы конкурентной среды. Стратегии создания конкурентных преимуществ.
9. Этапы разработки услуги-новинки. Принципы и инструменты разработки услуги.
10. Особенности послепродажного обслуживания в рамках стратегии дифференциации услуг. Способы дифференциации услуг.
11. Анализ конкурентов. Конкурентная карта рынка.
12. Техники и модели индивидуального обслуживания. Типы клиентов и методы работы с ними.
13. Виды и показатели качества обслуживания, Методы определения величины показателей качества. Производительность труда. Фэсилити- менеджмент.
14. Управление снижением затрат в сервисной деятельности. Принципы и методы управления затратами. Резервы снижения себестоимости.
15. Ценовая политика предприятия сервисной деятельности, Стратегии ценообразования. Маржинальный анализ как инструмент оптимизации ценовой политики.

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе промежуточной аттестации

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: дифференцированный зачет (по результатам накопительного рейтинга или в форме компьютерного тестирования). Контроль и оценка результатов освоения дисциплины в части сформированности общих компетенций и их частей (ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09) осуществляется преподавателем в ходе текущего контроля успеваемости (в процессе проведения практических занятий, опросов).

В ходе проведения промежуточной аттестации осуществляется контроль и оценка результатов освоения профессиональных компетенций и их частей.

Перечень вопросов и заданий для подготовки к дифференцированному зачету

ПК 1.1 Планировать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства

1. Основы теории услуг
2. Понятие услуги. Свойства услуги.
3. Типы услуг: производственные, распределительные, профессиональные, потребительские, общественные.
4. Классификация услуг по принципам: вещественности или невещественности, материальные и нематериальные, стандартизированные и творческие, производственные и непроизводственные, коммерческие и некоммерческие, чистые и смешанные, идеальные и реальные, легитимные и нелегитимные, личностные и безличные, простые и сложные и т.д.
5. Услуги в современной экономике и их особенности как товара.
6. Рынок услуг и его особенности. Покупательский риск в сфере услуг.
7. Маркетинговая среда предприятия сервиса.
8. Сегментирование рынка услуг.

9. Сущность системы сервиса

10. Сервис как деятельность. Основные задачи современного сервиса: консультирование, подготовка персонала и покупателя, передача необходимой технической документации, доставка изделия, приведение изделия в рабочее состояние, оперативная поставка запасных частей, сбор и систематизация информации, формирование постоянной клиентуры рынка.

11. Виды сервисной деятельности. Основные виды: технический, технологический, информационно-коммуникативный, транспортный, гуманитарный.

12. Классификация сервиса: по времени его осуществления, по содержанию работ, по направленности услуг, по степени адаптации к потребителям, по масштабу и т.д.

ПК 1.2 Организовывать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства, своевременного ремонта и наличия сервисных контрактов на обслуживание инфокоммуникационных систем

13. Основные подходы к осуществлению сервиса.

14. Тенденции современного сервиса. Принципы современного сервиса.

15. Основные характеристики материальных и социально-культурных услуг.

16. Специфика предоставления услуг: помещение, оборудование, персонал, организация обслуживания, основные этапы исполнения услуг.

17. Требования по предоставлению услуг: обязательность предложения, необязательность использования клиентом, эластичность сервиса, удобство сервиса, информационная отдача сервиса, разумная ценовая политика, гарантированное соответствие производства сервису.

18. Сервис как потребность. Роль сервиса в удовлетворении потребностей человека.

19. Фазы выбора потребителями товаров и услуг: цель, принятие решения, действия, удовлетворение потребности.

20. Формы и методы обслуживания потребителей.

21. Формы: обслуживание потребителей в стационарных условиях, обслуживание потребителей с выездом на дом, бесконтактное обслуживание по месту жительства потребителя, обслуживание с использованием обменных фондов товаров.

22. Методы: обслуживание специалистом по сервису, самообслуживание, экспресс-обслуживание и т.д.

23. Обслуживание потребителей в контактной зоне. Понятие «контактной зоны».

24. Соответствие контактной зоны характеру и содержанию сервисной деятельности; техническая оснащенность; помещения; образцы изделий; описание услуг; стоимость услуг.

25. Показатели профессионального уровня персонала в контактной зоне. Профессиональные качества сотрудника: не причинять потребителю услуги неудобства без крайней необходимости, не допускать возникновения у него болезненных или неприятных ощущений, быть обходительным, любезным.

26. Культура сервиса.

27. Правила обслуживания потребителей.

28. Система законодательно-правовых, нормативных, технических документов по регулированию отношений между исполнителями услуг и потребителями, установлению правил конкурентной борьбы, ограничению рисков.

29. Договор как основание для оказания услуг потребителю. Расторжение договора.

Ответственность сторон.

30. Возмещение убытков. Недостатки оказанной услуги.

31. Процедура оплаты услуги.

ПК 1.3 Координировать и контролировать деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства

32. Качество услуги. Качество обслуживания.

33. Система показателей услуг: назначения, безопасности, надежности, социального назначения услуг, эстетические, информативности услуг, профессионализма персонала.

34. Основные характеристики качества: своевременность, скорость, комфортность, этика, эстетика, комплексность, информативность, достоверность, доступность, безопасность, экологичность и т.д. (по применению).

35. Контроль качества услуг. Система контроля качества. Методы контроля: цели применения, физико-статистические признаки и процедуры, формирование результатов.
36. Нормативно-правовая база: ФЗ, Правила, система ГОСТ.
37. Социально-культурные услуги.
38. Туристические услуги.
39. Экскурсионные услуги.
40. Виды туров. Виды туристского сервиса: внутренний, въездной, выездной, самостоятельный туризм.
41. Виды сервисной деятельности: услуги туроператора, услуги турагента, услуги при самостоятельном туризме, экскурсионные услуги, услуги предприятия питания.
42. Комплекс услуг. Дополнительные услуги.
43. Туристские, экскурсионные, гостиничные услуги и услуги предприятия питания.
44. Формирование и продвижение новых услуг в сфере туризма и гостеприимства

Примерный тест для итогового тестирования

ПК 1.1 Планировать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства

- 1) Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса
 - :опрос, профессионализм, качество
 - :услуга, спрос, специалист
 - : деятельность, потребность и услуга
- 2) Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности
 - :исследовательская
 - :потребительская (пользовательская)
 - :ценностно-ориентационная
- 3) К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится
 - : бронирование номеров
 - : прием и размещение
 - : расчет при выезде
- 4) К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести
 - : рекламные услуги;
 - :организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
 - :психодиагностику
- 5) Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности
 - : уровень развития экономики и хозяйственная система
 - : мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе
 - : общественные структуры: политические партии
- 6) В чем заключается неосвязаемость услуги
 - : процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса
 - : услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит
 - : они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения
- 7) Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это
 - : спрос
 - : потребность
 - : мотивация
- 8) К отличительными особенностями услуг являются
 - : неразрывность производства и потребления услуги;
 - : несохраняемость услуг;
 - : незабываемость услуг

- 9) Под методом или формой обслуживания следует понимать
- : определенный способ предоставления услуг заказчику
 - : предоставление информации клиенту
 - : оказание услуги клиенту
- 10) Сервисная деятельность – это
- : активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг
 - : управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком)
 - : продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара

ПК 1.2 Организовывать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства, своевременного ремонта и наличия сервисных контрактов на обслуживание инфокоммуникационных систем

- 11) Услуга обладает следующими качествами
- : способность к хранению и транспортировке;
 - : неотделимость от своего источника;
 - : неизменностью качества
- 12) К некоммерческим услугам относят
- : услуги предприятий туризма и отдыха
 - : услуги организаций общественного питания
 - : услуги благотворительных фондов
- 13) Целью сервисной деятельности является
- : удовлетворение человеческих потребностей
 - : исследование рынка услуг
 - : производство услуг
- 14) Контактной зоной не является
- : зона ремонта бытовой техники
 - : рабочее место парикмахера
 - : рабочее место стоматолога
- 15) Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют
- : бесконтактным
 - : формальным
 - : бесплатным
- 16) Физические потребности это потребности в
- : в общественной деятельности;
 - : во сне;
 - : в творческой деятельности
- 17) Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей
- : бесконтактное обслуживание
 - : фирменное обслуживание
 - : неформальное обслуживание
- 18) Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий
- : поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке;
 - : осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку;
 - : реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку
- 19) В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Интимное расстояние - общение близких или хорошо знакомых людей
- : 0 – 45см
 - : 45 – 120 см
 - : 120 – 400 см
- 20) Франчайзинг – это...

-: компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли

-: компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества

-: компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании

ПК 1.3 Координировать и контролировать деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства

21) Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение

-: социальный статус

-: выгода

-: мотив

22) Характеристика услуг

-: неопределенность качества

-: могут накапливаться

-: передача собственности

23) Характеристика товаров

-: неоднородность

-: индивидуальность

-: осязаемость

24) Виды сервиса по содержанию работ. Жесткий сервис это

-: включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги)

-: включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него

-: сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем

25) Разработка новых товаров и услуг: сходства и различия. Основные сходства

-: разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду

-: соответствие техническим условиям и стандартам

-: требует многих ресурсов, таких как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила и энергия

26) Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления

-: жилищно-коммунальные услуги;

-: научно-исследовательские услуги;

-: услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги

27) Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности

-: материально-преобразовательная

-: исследовательская

-: потребительская (пользовательская)

28) Какие из перечисленных услуг ресторана относятся к вспомогательным?

-: резервирование столиков;

-: вызов такси;

-: кондиционирование воздуха

29) Реклама, экспертиза, психодиагностика, имиджмейкерские услуги, художественно-оформительские услуги – это область сервиса в

-: материально-преобразовательной деятельности

-: познавательной деятельности

-: ценностно-ориентационной деятельности

30) Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней

-: потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, физиологические потребности, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении;

-: физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении);

-: потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности