

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК
Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

ТЕХНОЛОГИИ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.03.02 «Туризм»

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Комплексное развитие внутреннего и въездного туризма»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

Технологии сервисной деятельности
Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):

к.э.н., доцент, доцент кафедры ОСТиГ И.С. Ключевская

к.э.н., доцент, доцент кафедры ОСТиГ А.И. Мосалёв

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 7 от 27.02.2023 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2. Структура дисциплины.....	5
3. Содержание дисциплины.....	6
4. Образовательные технологии	9
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	10
5.1 Система оценивания	10
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	10
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	25
6.1 Список источников и литературы	25
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	26
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	27
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	27
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	27
9. Методические материалы.....	28
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	28
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	34
9.3 Иные материалы	35
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	36

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов мышления, базирующегося на знании основ сервисной деятельности для осуществления их профессиональной деятельности на туристском, гостиничном и других рынках, связанных с услугами, на основании получения необходимых теоретических знаний и формирования практических навыков в области сервиса.

Задачи дисциплины:

выявление исторических этапов развития услуг и сервисной деятельности в разных странах мира;

- определение сущностного характера сервисной деятельности и ее место в структуре общественной практики;
- изучение терминологии и освоение базовых основ сервисной деятельности;
- ознакомление с теорией и практикой сервиса обслуживания;
- освоение содержания сервисной деятельности и сущности сервиса обслуживания клиентов;
- ознакомление будущих специалистов с разными видами сервисной деятельности и культурой сервиса;
- овладение студентами организационными подходами, методами и правилами организации и управления сервисом в сфере малого и среднего бизнеса;
- изучение ассортимента и качества услуг сервиса, и их особенностей;
- рассмотрение взаимоотношений специалистов по сервису и потребителей в процессе осуществления сервисной деятельности с учетом национальных, региональных, этических, демографических, природно-климатических особенностей обслуживания

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-3 - Готов к реализации проектов в туристской индустрии	ПК-3.1 - Должен уметь оказывать туристам помощь в выборе туристских направлений, туристских маршрутов, времени проведения туристской поездки	Знать: особенности организации сервисной деятельности Уметь: использовать знания для организации международной сервисной деятельности Владеть: навыками применения знаний организации деятельности в области международной сервисной деятельности
	ПК-3.3 - Должен уметь предоставлять информацию об условиях договора, заключенного между туроператором и турагентом, реализующего туристский продукт	Знать: роль и предпосылки развития сервисной деятельности. Сервисная деятельность и удовлетворение потребностей человека. Услуга как специфический продукт сервисной деятельности Уметь: определять роль и предпосылки развития сервисной деятельности. Анализировать функции сферы услуг. Определять роль сервисной деятельности в удовлетворении потребностей

		<p>человека. Владеть: методами определения роли и предпосылок развития сервисной деятельности. Методами анализа функции сферы услуг. Методами анализа развития услуг и сервисной деятельности в российском обществе</p>
--	--	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (*модуль*) «Технологии сервисной деятельности» относится к части блока учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения дисциплины (*модуля*) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Экономика впечатлений, Поведенческая экономика в туриндустрии, Информационные технологии в туризме, Разработка концепции туристской услуги, Основы гостиничной деятельности.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Принятие управленческих решений в индустрии туризма, Внутрикорпоративное управление, Организационно-управленческая практика.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	18
4	Семинары	24
Всего:		42

Объем дисциплины (*модуля*) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
7	Лекции	8
7	Семинары	16
Всего:		24

Объем дисциплины (*модуля*) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Сервисная деятельность, как форма удовлетворения человеческих потребностей	<p>Понятие «потребности». Деятельность как процесс удовлетворения потребностей. Сущность услуг и их роль в современной экономике. Определение сервиса и сервисной деятельности. Классификация и характеристики потребностей в услугах и сервисном обслуживании. Экономические, социальные потребности. Мотивация и мотивирующие факторы. Теории мотивации. Процесс удовлетворения потребности. Характеристика потребителя. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение: личностные, социальные, психологические, культурного порядка. Модель покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке, услуге. Сфера сервиса, как способ ведения бизнеса, сфокусированный на клиенте. Сервисная деятельность в туризме, гостеприимстве и ресторанном бизнесе.</p>
2	Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности	<p>Возрастающее значение сферы обслуживания на современном этапе. Эволюция понятия товар. Принципы современного сервиса. Основные задачи системы сервиса. Виды сервиса по времени его осуществления. Фирменный сервис. Основные задачи системы сервиса в социально-культурной сфере. Виды сервиса по содержанию работ. Основные подходы к осуществлению сервиса. Роль специалиста по сервису.</p>
3	Вопросы истории развития сервиса в России	<p>Исторические этапы появления сервиса. Услуги в первобытной культуре и архаических сообществах (доисторическое время). Дифференциация занятий и социальных ролей. Зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира (3000-4000 гг. до н.э. и V в. н.э.). Услуги в средневековом обществе. Дифференциация хозяйства и создание услуг нового типа. Зарождение капиталистических отношений в сфере экономики. Развитие услуг и сервисной деятельности в индустриальном и постиндустриальном обществе. Сервисная деятельность в развивающихся странах. Своеобразие отечественной сферы услуг в России. Хозяйственное и этнокультурное многообразие российского общества (народы с разным укладом жизни и привычками, различные религии). Роль государственных механизмов в развитии услуг. Развитие единого хозяйственного механизма. Влияние политики на развитие услуг. Развитие социокультурных услуг и других услуг в разные</p>

		<p>периоды экономического развития. Сфера услуг как самостоятельная область предпринимательства.</p> <p>Влияние индустриального производства на организацию услуг. Развитие средств передвижения, пищевой промышленности. Кредитно-банковских услуг. Услуги в досуговой области, особенности свободного времяпрепровождения. Становление индустриальной культуры, переход от традиционных к индустриально-массовым формам развития. Уровень жизни населения и сфера обслуживания в советский и постсоветский периоды. Либерально-рыночные преобразования 1990-х годов. Адаптация социальной сферы к рыночным условиям хозяйствования.</p>
4	Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности	<p>Определение «контактной зоны». Деление «контактной зоны» на виды: пассивная и активная. Функции пассивной «контактной зоны» и методы воздействия с клиентом в ее пространстве. Функции и уровни активности «контактной зоны». Первый уровень – первый контакт с клиентом. Второй уровень – вспомогательный сервис, обязательный сервис, представленный клиенту. Третий уровень – дополнительный сервис. Психологическая культура сервиса: психология службы сервиса; трудовая деятельность работников сферы обслуживания. Этическая культура сервиса: профессиональная этика; культура общения работников с клиентами. Эстетическая культура: техническая эстетика и дизайн; эстетика внешнего оформления интерьера сервиса и рабочих мест обслуживающего персонала; внешний облик работника. Этикет работника «контактной зоны».</p>
5	Виды сервисной деятельности	<p>Современный сервис, его виды и перспективы развития. Характеристика видов сервисной деятельности. Научный анализ сервисной деятельности. Сервисология – наука о сервисной деятельности. Теоретический анализ сервисной деятельности. Методология анализа сервисной деятельности. Экономический, социологический, управленческий анализ сервисной деятельности. Сервисная деятельность как внутренняя (психическая) и внешняя (физическая) активность человека. Структура деятельности (постановка цели, осознание задач, выработка плана действия). Внутренние регуляторы действия. Основные виды деятельности (игра, учение, труд). Характеристика деятельности. Знания, навыки, умения, привычка, опыт.</p>
6	Взаимоотношения специалиста по сервису и туризму с клиентом в процессе осуществления	<p>Специфика услуг индустрии гостеприимства и туризма. Проблемы качества продукта. Условия создания качественного сервиса. Постоянство</p>

	сервисной деятельности	качества обслуживания. Улучшение качества сервиса на предприятия сферы социально-культурного сервиса и туризма. Взаимоотношения специалиста по сервису и потребителя с клиентом. Понятие об общении. Структура общения. Форма, стиль, культура общения. Этапы взаимодействия. Особенности общения в «контактной зоне». Психологические особенности процесса обслуживания. Механизм межличностных взаимоотношений в процессе общения. Этические и эстетические особенности сервисной деятельности. Жалобы и конфликты с клиентами (потребителями). Способы разрешения конфликтов. Деловой (профессионально-служебный) этикет. Философия обслуживания. Требования к обслуживающему персоналу. Модель профессионального поведения.
7	Теория организации обслуживания	Сервисная деятельность как процесс. Сущность оказания услуг в социально-культурном сервисе и туризме. Отрасли сферы обслуживания. Новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания клиентов. Совершенствование сервиса. Адаптационно-динамические характеристики сервисной деятельности. Развитие сервиса в рамках экономической деятельности (малые, большие и сезонные циклы экономической культуры). Характеристика российской экономической конъюнктуры. Внедрение инновации в сферу услуг. Жизненный цикл услуги и его особенности в предпринимательской деятельности. Понятие процесса обслуживания. Методы и формы обслуживания. Специфика обслуживания. Организация обслуживания в контактной зоне. Виды обслуживания в социально-культурной сфере. Закон о защите прав потребителя
8	Предприятия, оказывающие услуги населению	Организационно – правовые формы сервисных предприятий, оказывающих различные услуги. Особенности управления сервисным предприятием, основные функции и задачи управления. Организационная структура сервисного предприятия, ее типы и организационные подходы. Производственный менеджмент и основные стадии сервиса обслуживания потребителей. Турбизнес и его особенности. Деятельность туроператоров и турагентов. Виды туризма: въездной, зарубежный, экстремальный, рекреационный, автомобильный, деловой. Предприятия ресторанно-гостиничного бизнеса. Особенности взаимоотношений турфирм с предприятиями ресторанно-гостиничного бизнеса.
9	Разновидность услуг и их характеристика. Маркетинг услуг	Услуги в современной экономике. Характеристика услуг. Особенности рынка услуг. Современное состояние и тенденции развития сферы услуг.

		<p>Состояние мирового рынка услуг. Социально-экономическое значение и виды туризма. Классификация услуг и сервисных процессов, материальные и нематериальные услуги. Классификация услуг по функциональной направленности. Общероссийские классификаторы услуг населению. Классификация услуг по отраслевому принципу. Комплексная классификация услуг. Классификация услуг по Стентону и Джадду, Чейзу, Шостаку, Хиллу. Позиционирование сервисных услуг. Жизненный цикл товара и услуги, оценка качества услуг. Характеристика основных видов сервисных услуг. Ассортимент новых услуг. Задачи и функции маркетинга сервисного предприятия, маркетинг взаимоотношений потребителя и персонала.</p>
10	Теория и практика сервиса с учетом национальных, региональных, этнических, демографических и природно-климатических особенностей обслуживания	<p>Территориальные аспекты развития рынка услуг. Сервис с учетом национальных, природно-климатических и других особенностей обслуживания. Компактный тип рынка услуг. Дисперсный тип рынка услуг. Региональная конъюнктура рынка услуг. Факторы, влияющие на потребительское поведение: ландшафтно-климатические и экологические условия жизни; этно-национальные, религиозные и другие культурные традиции; территориальное разделение труда и социально-экономические условия жизни людей. Основные требования национальных стандартов. Региональные нормативные регламентирующие документы.</p>
11	Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности	<p>Процесс обслуживания индивидуальных потребителей, его основные формы, методы и правила обслуживания. Прогрессивные формы обслуживания индивидуальных потребителей. Основные типы сервисных посредников, посреднические и досуговые услуги. Внедрение новых форм обслуживания и новых видов сервисных услуг. Правовое обеспечение сервисной деятельности. Жалобы и претензии индивидуальных потребителей, защита их прав</p>

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-5)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 6-11)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – зачёт с оценкой		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ C	хорошо/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Контрольные вопросы для проведения зачёта с оценкой

1. Дифференциация занятий и социальных ролей в первобытной культуре и архаических сообществах.
2. Зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира.
3. Услуги в средневековом обществе Западной Европы.
4. Влияние индустриального производства на сервисную деятельность.
5. Сервисная деятельность в обществе постиндустриального типа.
6. Сервисная деятельность в развивающихся странах.
7. Объективные факторы развития хозяйствования и услуг в России.
8. Роль государственных механизмов в развитии услуг.
9. Отечественные услуги: от традиционных форм к современным.
10. Уровень жизни населения и сфера обслуживания в советский и постсоветский периоды.
11. Методологические основы и междисциплинарный характер научного анализа сервисной деятельности.
12. Подход к изучению сервисной деятельности в рамках «общественного потребления».
13. Теоретические основания анализа сервисной деятельности постиндустриального общества.
14. Классификация услуг и сервисной деятельности в научном анализе.
15. Экономическая сущность сервисной деятельности.
16. Сервисная деятельность в структуре хозяйственной практики.
17. Сервисная деятельность как способ удовлетворения общественных потребностей.
18. Зависимость сервисной деятельности от географических, поселенческих и демографических факторов.

19. Государственно-правовое регулирование сервисной деятельности и выполнение государством сервисных функций.
20. Изменение роли сервисной деятельности в экономическом и общественном развитии.
21. Интенсификация международного обмена услугами.
22. Экономические и организационные аспекты сервисной деятельности современного типа.
23. Сервисная деятельность как процесс и его связь с экономической конъюнктурой.
24. Особенности процесса внедрения инноваций в сферу услуг.
25. Жизненный цикл услуги и учет его особенностей в предпринимательской деятельности.
26. Проблема качества и безопасности услуг в практике современного сервиса.
27. Управление качеством услуг, контроль стандартов и безопасности обслуживания.
28. Культура сервиса.
29. Этические основы, деловой этикет и эстетические аспекты сервисной деятельности.
30. Особенности предпринимательства сферы услуг и специфика его размещения на территории России.
31. Сервисный бизнес в структуре властных и имущественно-правовых отношений на местах.
32. Индивидуально-личностные и социально-корпоративные предпосылки развития сервисного бизнеса.
33. Особенности общего управления сервисным предприятием.
34. Организационная структура сервисного предприятия.
35. Производственный менеджмент.
36. Использование основ социального менеджмента на сервисном предприятии.
37. Менеджмент персонала.
38. Взаимодействие с потребителями услуг как управленческая задача.
39. Стратегия и тактика маркетинга сервисного предприятия.
40. Определение общей эффективности работы предприятия сервиса.

Задания и ситуации для выполнения контрольного задания

1. Выберите услугу, с которой вы хорошо знакомы и оцените ее качество и конкурентоспособность в рамках сравнительного анализа сервисной деятельности двух однопрофильных предприятий. Опишите ваши ожидания и степень удовлетворенности их сервисом.
2. Представьте себя в роли инспектора, проверяющего работу предприятий сферы услуг. Опишите критерии, по которым вы будете оценивать их качество сервиса и услуг. Можете ли вы определить степень удовлетворенности или неудовлетворенности клиентов, если да, то как?
3. Выберите какую-либо фирму, предоставляющую услуги, направленные на потребителя. Разработайте стратегии поведения персонала с разными психотипами клиентов в процессе выбора и покупки услуг или товаров.
4. Вспомните, когда вам пришлось в последнее время столкнуться с обслуживанием плохого качества. Опишите свое поведение и поведение сотрудников предприятия сервиса. Чем закончился ваш данный контакт и что вы вынесли из этого для себя?
5. Опишите ситуацию, при которой вы стали потерянными клиентами. Почему Вы прекратили покупку товара этой фирмы (услуги этой фирмы) из-за низкого качества, низкого уровня обслуживания и т.д. Что должна делать фирма для того чтобы вновь вернуть своего постоянного клиента? Обоснуйте свой ответ.
6. Расскажите, объясните, в чем суть абонементного обслуживания, бесконтактной формы обслуживания, обслуживания с помощью обменного фонда машин и приборов, выездного обслуживания. Какие «плюсы и минусы» несут они клиенту и сервисной фирме?

7. Каким образом интерьер помещения, в котором проводится обслуживание потребителей, влияет на степень их удовлетворенности и эффективность работы обслуживающего персонала? Приведите примеры и расчеты

8. Оцените ситуацию. Клиент говорит: «В моем салате с креветками сами креветки отсутствуют». Официант: «Ой, извините. Сейчас». После чего берет блюдо и уходит. Гость сидит в недоумении и через 10 минут понимает, что официант не собирается снова подходить и решать проблему. Клиент вышел из себя, заявленный сервис себя не оправдал. Он требует администрацию, грозитя не вернуться больше, жалуется на основную проблему или все косвенные.

9. Клиент заявляет, что столик не подходит для него, потому что «тянет с двери», а ему сейчас этот сквозняк дискомфортен и даже опасен для здоровья. Официант удаляется выяснить, есть ли возможность пересадить. Администратор прикидывает варианты, на что уходит время. Официант уже отвлекается на потребности других столов, администратор выяснила, что вариантов нет, или есть но значительно позже и сообщить об этом клиенту не посчитала нужным, предположив, что это сделает официант. Клиент же не получив обратной связи своевременно, стремительно накапливает напряжение и злится.

Примерные задания для аудиторной контрольной работы

Ниже приводятся определения важнейших терминов по данной теме. Выберите правильное определение для каждого термина из списка:

1. Сфера услуг.
2. Внутреннее обслуживание
3. Деловые (профессиональные) услуги.
4. Институциональные услуги.
5. Потребитель.
6. Потребительские услуги.
7. Предложение.
8. Провайдер.
9. Продуцент.
10. Сфера обслуживания.
 - a. Система отраслей народного хозяйства, продукты, потребительская стоимость которых выражается в предоставлении удобств. В сфере услуг труд не материализуется в вещах.
 - b. Услуги, которые оказываются предприятиям, организациям, учреждениям и другим хозяйственно-управленческим структурам, а также отдельным физическим лицам, что способствует успешной профессиональной деятельности или получению прибыли.
 - c. Потребителями услуг являются физические лица, цель получения услуг - удовлетворение личных потребностей, источник оплаты - личные средства этих лиц.
 - d. То количество и качество услуг, а также сопутствующих им материальных товаров, которое продуценты готовы предоставить конкретному потребителю в конкретное время и в конкретном месте.
 - e. Физическое лицо, имеющий намерение приобрести либо приобретающий или использующий товары, работы услуги исключительно для личных целей, не связанных с извлечением прибыли.
 - f. Совокупность отраслей хозяйства, продукция которых выступает в виде услуг. g. Поставщик услуг
 - h. Услуги, потребителями которых выступают не физические лица, а предприятия, организации, учреждения и другие хозяйственно-управленческие структуры.
 - i. Услуги, предоставляемые всем подразделениям и службам внутри организации для поддержания жизнедеятельности самой организации. Услуги такого рода включают такие функции, как обработка данных, уборка помещений, инженерные разработки и техническое

обслуживание. Клиентами в данной системе являются различные отделы предприятия, нуждающиеся в этих услугах.

j. Производитель услуг.

Ключ: 1-a, 2-i, 3-b, 4-h, 5-e, 6-c, 7-d, 8-g, 9-j, 10-f

Образцы тестов для проведения зачета и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы обучающегося

Тест № 1

1. Как называется работа, выполняемая для удовлетворения нужд потребителей, которая в основном неосязаема:

- а) услугой
- б) производством
- в) бытовым обслуживанием

2. Какая из функций не относится к непроизводственной сфере:

а) распределение и обмен товаров, продуктов, веществ
 б) преобразование веществ природы с целью их приспособления к человеческим потребностям

в) охрана общественного порядка

г) формирование общественного сознания

3. Какой из перечисленных принципов не должен быть положен в основу развития сферы услуг:

а) максимизация прибыли за счет создания новых потребностей

б) услуги должны быть доступны каждому члену общества

в) отождествлять сферу услуг с бытовым обслуживанием

4. Под сроком оказания услуг понимается:

а) время на подготовительные работы

б) время на производство услуг

в) время от приема заказа до момента выдачи

5. Из каких процессов состоит процесс оказания услуг:

а) прием и выдача услуг заказчику

б) принятие заказа, исполнение и выдача заказчику

в) производство услуг и контроль качества исполнения

6. При каком из трех возможных исходов конфликтов спор выигрывает один из участников:

а) возврат к исходному состоянию

б) частичное разрешение конфликта

в) полное разрешение конфликта.

7. Каковы специфические особенности общения в сфере обслуживания:

а) продавец и покупатель предстают друг перед другом как обезличенные фигуры

б) необходимо достигать взаимопонимания с посетителями

в) необходимо проявлять высокую культуру общения

8. Что подразумевается под эстетикой заказов:

а) это красивый внешний вид изделий

б) это организация пространства окружающего заказчика

в) это этический облик работников обслуживания

9. Что подразумевается под понятием «высокое качество» услуг:

а) превышение ожиданий потребителя за более низкую цену, чем он предполагал

б) удовлетворение потребности потребителя за установленную цену

в) удовлетворение ожиданий потребителя за высокую цену

10. Какой этап не включается в методику выявления относительного качества услуг:

- а) оценка важнейших с точки зрения потребителя критериев
- б) выявление критериев, которые приводят к приобретению услуг
- в) выявление ценового предпочтения

11. С чего начинается процесс разработки новой услуги:

- а) с проведения рыночных испытаний
- б) с поиска идеи новой услуги
- в) с внедрения новой услуги

12. С помощью чего предприятие услуг может укрепить свои позиции в конкурентной среде, кроме как с помощью цены и качества услуги:

- а) с помощью экономических решений
- б) с помощью имиджа предприятия и услуг
- в) с помощью увеличения объема производства

13. Как изменился состав производителей услуг в ходе рыночных преобразований в России:

- а) увеличилась доля государственных предприятий
- б) увеличилась доля предприятий частной и негосударственной форм собственности
- в) доля государственных предприятий и предприятий частной и негосударственной форм собственности равна.

14. Прогрессивные формы обслуживания призваны:

- а) приближать услуги к потребителю
- б) создавать новые виды услуги
- в) внедрять услуги на рынке

15. От чего не зависит оценка услуги потребителем:

- а) от опыта обращения к производителям подобных услуг
- б) от личных желаний клиента
- в) от воспитания потребительского сознания клиента

16. Какое из перечисленных качеств не должно присутствовать в профессиональном поведении работника сферы сервиса:

- а) вежливость
- б) умение навязывать услуги
- в) компетентность

17. Каким требованиям должно отвечать рабочее место работника сферы сервиса:

- а) должно быть обеспечено дорогим оборудованием
- б) должно обеспечивать обзор офиса
- в) должно быть выдержана в яркой цветовой гамме

18. Какой из перечисленных типов риска подразумевает переживания покупателя о том, как услуга повлияет на его имидж:

- а) психологический риск
- б) физический риск
- в) социальный риск

19. Какие потребности общества призвана удовлетворять сфера услуг:

- а) все виды потребностей
- б) социальные потребности
- в) первичные потребности

20. К одному из путей сглаживания сезонного характера производства услуг относится:

- а) хорошее выполнение заказов
- б) регулирование сезонных цен на услуги
- в) снизить объем реализации.

Тест № 2

1. Что включает в себя экономический комплекс:

- а) сферу материального производства

б) материальное производство и непроизводственную сферу

в) сферу, в рамках которой организуется общество.

2. Что является важнейшей задачей предприятия сферы услуг:

а) обеспечение постоянного процесса обслуживания населения

б) производство услуг отвечающих спросу населения

в) удовлетворение растущих потребностей населения в услугах с учетом культурных особенностей

3. Какой из перечисленных принципов должен быть положен в основу развития сферы услуг:

а) сфера сервиса должна развиваться в единстве с материальным производством

б) максимизация прибыли предприятий

в) услуги не должны быть доступны всем членам общества

4. Как изменился состав производителей услуг в ходе рыночных преобразований в России:

а) увеличилась доля государственных предприятий

б) большую часть составляют организации частной и негосударственной форм собственности

в) доля государственных и частных организаций на рынке услуг равна

5. Какие модели организационных структур выделяют в современном менеджменте:

а) механическую и термодинамическую

б) механистическую и динамическую

в) органическую и механистическую

6. Какие потребности общества призвана удовлетворять сфера услуг

а) идеологические потребности

б) политические потребности

в) социальные потребности

7. Под сроком оказания услуги понимается

а) время на подготовительно-заключительные работы

б) время на производство услуги

в) время от момента приема заказа до момента выдачи

8. На каком этапе процесса совершения заказа, продавцу необходимо использовать наглядный материал, рекламные проспекты, демонстрацию моделей:

а) на первом этапе - первое посещение предприятия сервиса

б) на втором этапе - принятия решения сделать заказ или отказаться

в) на третьем этапе - совершение заказа или отказ от него

9. При каком, из трех возможных исходов конфликтов, спор остается неразрешенным:

а) возврат к исходному состоянию

б) компромисс в конфликте

в) полное разрешение конфликта

10. Культура речи работника сферы сервиса – это:

а) нормативность, содержательность речи

б) экспрессивность речи

в) категоричность речи

11. Степень совершенства какого аспекта обслуживания характеризует культуру сервиса:

а) психологического аспекта обслуживания

б) организационно-технологического аспекта

в) совокупность этих аспектов сервисной деятельности

12. Какое из трех составляющих частей качества показывает, насколько услуга соответствует тому, что было запланировано производителем товара:

- а) требуемое качество
- б) базовое качество
- в) желаемое качество

13. От чего зависит оценка услуги потребителем:

- а) от опыта производителя
- б) от личных желаний клиента
- в) от воспитания потребительского сознания клиента

14. На какой стадии жизненного цикла услуги растут объемы реализации услуги, что позволяет преодолеть точку убыточности:

- а) на стадии 2 - внедрения
- б) на стадии 3 - роста
- в) на стадии 4 – насыщения рынка

15. Какая из трех конкурентных стратегий подразумевает сосредоточение усилий на одном или нескольких сегментах рынка и достижение там лидерства:

- а) лидерство в области затрат
- б) стратегия диверсификации
- в) стратегия концентрации

16. Каким требованиям должно отвечать рабочее место работника сферы сервиса:

- а) должно быть обеспечено дорогим оборудованием
- б) должно обеспечивать обзор офиса
- в) должно быть выдержана в яркой цветовой гамме

17. Современные здания предприятий сервиса предполагают использование следующих художественно-выразительных средств:

- а) перечень товаров
- б) средства коммуникации между производителем и потребителем
- в) наименование предприятия, эмблему, информацию о видах услугах

18. Кто разработал модель качества услуг:

- а) М. Вебер
- б) А. Файоль
- в) Л. Берри

19. С чего начинается процесс разработки новой услуги:

- а) с проведения рыночных испытаний
- б) с поиска идеи новой услуги
- в) с наблюдения за ходом внедрения новой услуги

20. Какие услуги входят в ассортиментную группу «А»:

- а) услуги находящиеся на стадии роста
- б) услуги находящиеся в стадии зрелости и насыщения
- в) услуги находящиеся в инновационной стадии.

Тест № 3

1. Какой из перечисленных видов деятельности не относится к непроизводственной сфере:

- а) транспорт и связь по обслуживанию организаций непроизводственной сферы
- б) финансово-кредитная и страховая деятельность
- в) хранение и производство продуктов

2. Что включает в себя понятие «сервисная экономика»:

- а) глобализацию экономических процессов
- б) возникновение психологической напряженности населения
- в) формирование потребностей людей
- г) падение общей культуры и духовности общества

3. В какой форме не должно осуществляться государственное регулирование сферы услуг:

- а) субсидирование потребителей и производителей услуг
- б) в форме государственной собственности на факторы производства
- в) в форме ценовой дискриминации

4. На кого распространяются «Правила бытового обслуживания населения в РФ»:

- а) на все юридические лица, независимо от организационно-правовой формы
- б) на все юридические лица и граждан, занимающихся оказанием услуг

- в) на лиц занимающихся грузовыми перевозками

5. Какое из перечисленных профессиональных качеств должно присутствовать в поведении работника сферы сервиса:

- а) милосердие
- б) умение навязывать клиенту услугу
- в) компетентность

6. Действия работников предприятия сервиса при возникновении жалобы от клиента на некачественное обслуживание:

- а) согласиться с жалобой: «клиент всегда прав»
- б) быстро решить возникшую проблему
- в) привлечь нового клиента

7. Каким требованиям должно отвечать рабочее место работника сферы сервиса:

- а) должно быть обеспечено самым дорогим оборудованием
- б) должно обеспечивать обзор салона и свободу движений
- в) должно быть оформлено рекламными буклетами и плакатами,

8. К чему всегда стремиться покупатель при оценке услуги:

- а) к определенному им соответствию цены и качества
- б) к выявлению главных характеристик услуги
- в) «подогнать» услугу под свои ожидания и потребности

9. Какой этап не включается в методику выявления относительного качества услуг:

- а) оценка важнейших с точки зрения потребителя критериев
- б) выявление критериев, которые приводят к приобретению услуг
- в) выявление ценового предпочтения

10. Каким образом выявляется соответствие услуг характеру общественных потребностей:

- а) по решению директора сервисного предприятия
- б) в ходе сравнения услуг-конкурентов
- в) методом случайного отбора

11. В какую ассортиментную группу входят услуги, находящиеся на заключительной фазе стадии внедрения:

- а) основную
- б) поддерживающую
- в) стратегическую
- г) разрабатываемую

12. Какие модели организационных структур выделяют в современном менеджменте:

- а) механическую и термодинамическую
- б) механистическую и динамическую
- в) органическую и механистическую

13. На какой стадии жизненного цикла услуги от коллектива требуется усовершенствовать прежнюю, либо внедрить новую услугу:

- а) на стадии 2 - внедрения
- б) на стадии 3 - роста
- в) на стадии 4 - насыщения рынка

г) на стадии 5 - сокращения реализации услуг

14. Какими свойствами услуги определяется ее конкурентоспособность:

- а) свойствами, которые представляют интерес для потребителя
- б) свойствами, которые представляют интерес для сервисной организации
- в) свойствами, которые представляют интерес для государства

15. Кто разработал механистическую модель организационных структур:

- а) М. Вебер
- б) А. Файоль
- в) Л. Берри

16. Какой из перечисленных типов рисков подразумевает переживания покупателя о том, как услуга повлияет на его имидж

- а) психологический риск
- б) физический риск
- в) социальный риск

17. Какие потребности общества призвана удовлетворять сфера услуг:

- а) все виды потребностей
- б) социальные потребности
- в) первичные потребности

18. С чего начинается процесс разработки новой услуги:

- а) с проведения рыночных испытаний
- б) с поиска идеи новой услуги
- в) с наблюдения за ходом внедрения новой услуги

19. Прогрессивные формы обслуживания призваны:

- а) приближать услугу к потребителю
- б) создавать новые виды услуг
- в) внедрять новые услуги на рынок

20. Какая из перечисленных услуг не является услугой рыночной новизны

- а) услуга, вышедшая на новый рынок
- б) услуга, ранее имеющая аналог на рынке
- в) услуга для новой сферы применения.

Тест № 4

1. Что включает в себя экономический комплекс:

- а) сферу материального производства
- б) материальное производство и непромышленную сферу
- в) сферу, в рамках которой организуется общество.

2. Что является важнейшей задачей предприятия сферы услуг:

- а) обеспечение постоянного процесса обслуживания населения
- б) производство услуг отвечающих спросу населения
- в) удовлетворение растущих потребностей населения в услугах с учетом культурных особенностей

3. Какой из перечисленных принципов должен быть положен в основу развития сферы услуг:

- а) сфера сервиса должна развиваться в единстве с материальным производством
- б) максимизация прибыли предприятий
- в) услуги не должны быть доступны всем членам общества

4. Как изменился состав производителей услуг в ходе рыночных преобразований в России:

- а) увеличилась доля государственных предприятий
- б) большую часть составляют организации частной и негосударственной форм собственности
- в) доля государственных и частных организаций на рынке услуг равна

5. Какие модели организационных структур выделяют в современном менеджменте:

- а) механическую и термодинамическую
- б) механистическую и динамическую
- в) органическую и механистическую

6. Какие потребности общества призвана удовлетворять сфера услуг:

- а) идеологические потребности
- б) политические потребности
- в) социальные потребности

7. Под сроком оказания услуги понимается:

- а) время на подготовительно-заключительные работы
- б) время на производство услуги
- в) время от момента приема заказа до момента выдачи

8. На каком этапе процесса совершения заказа, продавцу необходимо использовать наглядный материал, рекламные проспекты, демонстрацию моделей:

- а) на первом этапе - первое посещение предприятия сервиса
- б) на втором этапе - принятия решения сделать заказ или отказаться
- в) на третьем этапе - совершение заказа или отказ от него

9. При каком, из трех возможных исходов конфликтов, спор остается неразрешенным:

- а) возврат к исходному состоянию
- б) компромисс в конфликте
- в) полное разрешение конфликта

10. Культура речи работника сферы сервиса – это:

- а) нормативность, содержательность речи
- б) экспрессивность речи
- в) категоричность речи

11. С чего начинается процесс разработки новой услуги:

- а) с проведения рыночных испытаний
- б) с поиска идеи новой услуги
- в) с внедрения новой услуги

12. С помощью чего предприятие услуг может укрепить свои позиции в конкурентной среде, кроме как с помощью цены и качества услуги:

- а) с помощью экономических решений
- б) с помощью имиджа предприятия и услуг
- в) с помощью увеличения объема производства

13. Как изменился состав производителей услуг в ходе рыночных преобразований в России:

- а) увеличилась доля государственных предприятий
- б) увеличилась доля предприятий частной и негосударственной форм собственности
- в) доля государственных предприятий и предприятий частной и негосударственной форм собственности равна.

14. Прогрессивные формы обслуживания призваны:

- а) приближать услуги к потребителю
- б) создавать новые виды услуги
- в) внедрять услуги на рынке

15. От чего не зависит оценка услуги потребителем:

- а) от опыта обращения к производителям подобных услуг
- б) от личных желаний клиента
- в) от воспитания потребительского сознания клиента

16. Какое из перечисленных качеств не должно присутствовать в профессиональном поведении работника сферы сервиса:

- а) вежливость
- б) умение навязывать услуги
- в) компетентность

17. Каким требованиям должно отвечать рабочее место работника сферы сервиса:

- а) должно быть обеспечено дорогим оборудованием
- б) должно обеспечивать обзор офиса
- в) должно быть выдержана в яркой цветовой гамме

18. Какой из перечисленных типов риска подразумевает переживания покупателя о том, как услуга повлияет на его имидж:

- а) психологический риск
- б) физический риск
- в) социальный риск

19. Какие потребности общества призвана удовлетворять сфера услуг:

- а) все виды потребностей
- б) социальные потребности
- в) первичные потребности

20. К одному из путей сглаживания сезонного характера производства услуг относится:

- а) хорошее выполнение заказов
- б) регулирование сезонных цен на услуги
- в) снизить объем реализации.

Тест № 5

1. Какой из перечисленных видов деятельности не относится к непромышленной сфере.

- а) транспорт и связь по обслуживанию организаций непромышленной сферы
- б) финансово-кредитная и страховая деятельность
- в) хранение и производство продуктов

2. Что включает в себя понятие «сервисная экономика»:

- а) глобализацию экономических процессов
- б) возникновение психологической напряженности населения
- в) формирование потребностей людей
- г) падение общей культуры и духовности общества

3. В какой форме не должно осуществляться государственное регулирование сферы услуг:

- а) субсидирование потребителей и производителей услуг
- б) в форме государственной собственности на факторы производства
- в) в форме ценовой дискриминации

4. На кого распространяются «Правила бытового обслуживания населения в РФ»:

- а) на все юридические лица, независимо от организационно-правовой формы
- б) на все юридические лица и граждан, занимающихся оказанием услуг
- в) на лиц занимающихся грузовыми перевозками

5. Какое из перечисленных профессиональных качеств должно присутствовать в поведении работника сферы сервиса:

- а) милосердие
- б) умение навязывать клиенту услугу
- в) компетентность

6. Действия работников предприятия сервиса при возникновении жалобы от клиента на некачественное обслуживание:

- а) согласиться с жалобой: «клиент всегда прав»
- б) быстро решить возникшую проблему
- в) привлечь нового клиента

7. Каким требованиям должно отвечать рабочее место работника сферы сервиса:

- а) должно быть обеспечено самым дорогим оборудованием
- б) должно обеспечивать обзор салона и свободу движений
- в) должно быть оформлено рекламными буклетами и плакатами,

8. К чему всегда стремиться покупатель при оценке услуги:

- а) к определенному им соответствию цены и качества
- б) к выявлению главных характеристик услуги
- в) «подогнать» услугу под свои ожидания и потребности

9. Какой этап не включается в методику выявления относительного качества услуг:

- а) оценка важнейших с точки зрения потребителя критериев
- б) выявление критериев, которые приводят к приобретению услуг
- в) выявление ценового предпочтения

10. Каким образом выявляется соответствие услуг характеру общественных потребностей:

- а) по решению директора сервисного предприятия
- б) в ходе сравнения услуг-конкурентов
- в) методом случайного отбора

11. Степень совершенства, какого аспекта обслуживания характеризует культуру сервиса:

- а) психологического аспекта обслуживания
- б) организационно-технологического аспекта
- в) совокупность этих аспектов сервисной деятельности

12. Какое из трех составляющих частей качества показывает, насколько услуга соответствует тому, что было запланировано производителем товара:

- а) требуемое качество
- б) базовое качество
- в) желаемое качество

13. От чего зависит оценка услуги потребителем:

- а) от опыта производителя
- б) от личных желаний клиента
- в) от воспитания потребительского сознания клиента

14. На какой стадии жизненного цикла услуги растут объемы реализации услуги, что позволяет преодолеть точку убыточности:

- а) на стадии 2 - внедрения
- б) на стадии 3 - роста
- в) на стадии 4 – насыщения рынка

15. Какая из трех конкурентных стратегий подразумевает сосредоточение усилий на одном или нескольких сегментах рынка и достижение там лидерства:

- а) лидерство в области затрат
- б) стратегия диверсификации
- в) стратегия концентрации

16. Каким требованиям должно отвечать рабочее место работника сферы сервиса:

- а) должно быть обеспечено дорогим оборудованием
- б) должно обеспечивать обзор офиса
- в) должно быть выдержана в яркой цветовой гамме

17. Современные здания предприятий сервиса предполагают использование следующих художественно-выразительных средств:

- а) перечень товаров
- б) средства коммуникации между производителем и потребителем
- в) наименование предприятия, эмблему, информацию о видах услугах

18. Кто разработал модель качества услуг:

- а) М. Вебер

б) А. Файоль

в) Л. Берри

19. С чего начинается процесс разработки новой услуги:

а) с проведения рыночных испытаний

б) с поиска идеи новой услуги

в) с наблюдения за ходом внедрения новой услуги

20. Какие услуги входят в ассортиментную группу «А»:

а) услуги находящиеся на стадии роста

б) услуги находящиеся в стадии зрелости и насыщения

в) услуги находящиеся в инновационной стадии

Тест № 6

1. Как называется работа, выполняемая для удовлетворения нужд потребителей, которая в основном неосязема:

а) услугой

б) производством

в) бытовым обслуживанием

2. Какая из функций не относится к непроизводственной сфере:

а) распределение и обмен товаров, продуктов, веществ

б) преобразование веществ природы с целью их приспособления к человеческим потребностям

в) охрана общественного порядка

г) формирование общественного сознания

3. Какой из перечисленных принципов не должен быть положен в основу развития сферы услуг:

а) максимизация прибыли за счет создания новых потребностей

б) услуги должны быть доступны каждому члену общества

в) отождествлять сферу услуг с бытовым обслуживанием

4. Под сроком оказания услуг понимается:

а) время на подготовительные работы

б) время на производство услуг

в) время от приема заказа до момента выдачи

5. Из каких процессов состоит процесс оказания услуг:

а) прием и выдача услуг заказчику

б) принятие заказа, исполнение и выдача заказчику

в) производство услуг и контроль качества исполнения

6. При каком из трех возможных исходов конфликтов спор выигрывает один из участников:

а) возврат к исходному состоянию

б) частичное разрешение конфликта

в) полное разрешение конфликта.

7. Каковы специфические особенности общения в сфере обслуживания:

а) продавец и покупатель предстают друг перед другом как обезличенные фигуры

б) необходимо достигать взаимопонимания с посетителями

в) необходимо проявлять высокую культуру общения

8. Что подразумевается под эстетикой заказов:

а) это красивый внешний вид изделий

б) это организация пространства окружающего заказчика

в) это этический облик работников обслуживания

9. Что подразумевается под понятием «высокое качество» услуг:

а) превышение ожиданий потребителя за более низкую цену, чем он предполагал

б) удовлетворение потребности потребителя за установленную цену

в) удовлетворение ожиданий потребителя за высокую цену

10. Какой этап не включается в методику выявления относительного качества услуг:

- а) оценка важнейших с точки зрения потребителя критериев
- б) выявление критериев, которые приводят к приобретению услуг
- в) выявление ценового предпочтения

11. В какую ассортиментную группу входят услуги, находящиеся на заключительной фазе стадии внедрения:

- а) основную
- б) поддерживающую
- в) стратегическую
- г) разрабатываемую

12. Какие модели организационных структур выделяют в современном менеджменте:

- а) механическую и термодинамическую
- б) механистическую и динамическую
- в) органическую и механистическую

13. На какой стадии жизненного цикла услуги от коллектива требуется усовершенствовать прежнюю, либо внедрить новую услугу:

- а) на стадии 2 - внедрения
- б) на стадии 3 - роста
- в) на стадии 4 - насыщения рынка
- г) на стадии 5 - сокращения реализации услуг

14. Какими свойствами услуги определяется ее конкурентоспособность:

- а) свойствами, которые представляют интерес для потребителя
- б) свойствами, которые представляют интерес для сервисной организации
- в) свойствами, которые представляют интерес для государства

15. Кто разработал механистическую модель организационных структур:

- а) М. Вебер
- б) А. Файоль
- в) Л. Берри

16. Какой из перечисленных типов рисков подразумевает переживания покупателя о том, как услуга повлияет на его имидж:

- а) психологический риск
- б) физический риск
- в) социальный риск

17. Какие потребности общества призвана удовлетворять сфера услуг:

- а) все виды потребностей
- б) социальные потребности
- в) первичные потребности

18. С чего начинается процесс разработки новой услуги:

- а) с проведения рыночных испытаний
- б) с поиска идеи новой услуги
- в) с наблюдения за ходом внедрения новой услуги

19. Прогрессивные формы обслуживания призваны:

- а) приближать услугу к потребителю
- б) создавать новые виды услуг
- в) внедрять новые услуги на рынок

20. Какая из перечисленных услуг не является услугой рыночной новизны

- а) услуга, вышедшая на новый рынок
- б) услуга, ранее имеющая аналог на рынке
- в) услуга для новой сферы применения.

Примерная тематика докладов

1. Психологические аспекты сервисной деятельности.
2. Услуга: категориальный анализ.
3. Сервисная деятельность и потребности человека.
4. Материальные услуги как продукт материального производства.
5. Психологические аспекты профессиональной деятельности работника «контактной зоны»
6. Процесс обслуживания: социально-психологический аспект.
7. Социокультурный анализ понятия «сервис».
8. Профессионально-этические основы деятельности работника контактной зоны.
9. Исторический аспект возникновения и развития услуг.
10. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности.
11. Особенности бытового обслуживания в сфере туризма.
12. Инновационные формы обслуживания в сфере туризма.
13. Маркетинг сферы услуг.
14. Оценка качества услуг в сфере туризма.
15. Социокультурный анализ поведения потребителя на рынке услуг.
16. Новые формы обслуживания в сфере туризма.
17. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид деятельности в туризме.
18. Психологические механизмы взаимодействия между «клиентом» и «продавцом».
19. Ожидания российского потребителя от обслуживания в сфере современного туризма.
20. Культура общения специалиста, работающего в сфере услуг.
21. Конфликтные ситуации в сфере туристских услуг.
22. Общение как фактор взаимовлияния в выборе потребителем услуги.
23. Выбор потребителем услуг в сфере туризма: демографический аспект.
24. Этико-аксиологический аспект выбора услуги потребителем в сфере туризма.
25. Философские аспекты сервисной деятельности.
26. Анализ отраслевой структуры сферы услуг.
27. Культура коренного населения как фактор влияния на сферу услуг в туризме.
28. Анализ туристских услуг в поликультурном обществе.
29. Эстетические аспекты сервисной деятельности.
30. Развитие сферы услуг за рубежом.
31. Коммуникации в сфере сервиса.
32. Конкуренция в сфере обслуживания
33. Факторы развития сервиса.
34. Этикет в сфере обслуживания.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

Основные

Восколович Н. А. Маркетинг туристских услуг: учебник Юнити-Дана, 2015 / http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114712&sr=1

Колодий Н. А. Новая экономика – экономика впечатлений: учебное пособие. / Н. А. Колодий / Институт истории, международных и социальных исследований Ольборского университета, 2010. – 329 с. (4 экз.)

Котлер Ф., Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. Маркетинг: гостеприимство, туризм: учебник М.: Юнити-Дана, 2015 / http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114713&sr=1

Рассохина Т. В. Менеджмент туристских дестинаций: учебник М.: Советский спорт, 2014 / http://biblioclub.ru/index.php?page=author_red&id=97885

Назарка В. А., Владыкина Ю. О. Воротникова Е. Ю., Комарова О. С., Малетин С. С. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие Новосибирск: НГТУ, 2014 http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436302&sr=1 6.

Поведение потребителей М.: Юнити-Дана, 2015 http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=119438&sr=1

Дополнительные

Денисова Е. С. Поведение потребителей: учебно-практическое пособие Дисциплина: Маркетинг М.: Евразийский открытый институт, 2010 http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=444059&sr=1

Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник М.: Юнити-Дана, 2015 http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=112216&sr=1

Квартальнов В. А. Туризм: учебник М.: Финансы и статистика, 2014 http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=221449&sr=1

Трусова Н. М., Мухамедиева С. А., Ключев Ю. В. Туризм: междисциплинарный аспект: конспект лекций Кемерово: КемГУКИ, 2015 http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=438391&sr=1

Литература

Основная

1) Свириденко, Ю. П. Сервисная деятельность в обслуживании населения [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Ю. П. Свириденко. - Москва : Дашков и К, 2012. - 220 с. - ISBN 978-5-394-01503-8. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/415409> (дата обращения: 08.01.2020)

2) Неретина, Т.Г. Организация сервисной деятельности : учеб.- метод, комплекс для студентов высших профессиональных учреждений дневной и заочной форм обучения специальности «Социально-культурный сервис и туризм» / Т.Г. Неретина. - 4-е изд., стер. - Москва ФЛИНТА, 2019. - 102 с. - ISBN 978-5-9765-1205-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1040128> (дата обращения: 08.01.2020)

3) Романович, Ж. А. Сервисная деятельность / Романович Ж.А., Калачев С.Л., - 6-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 284 с.: ISBN 978-5-394-01274-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/430365> (дата обращения: 08.01.2020)

4) Резник, Г. А. Сервисная деятельность : учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 202 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/2680. - ISBN 978-5-16-101214-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/967867> (дата обращения: 08.01.2020)

5) Свириденко, Ю. П. Сервисная деятельность : учеб. пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 174 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/23520. - ISBN 978-5-16-105613-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1007976> (дата обращения: 08.01.2020)

Дополнительная

Привалова, М.В. инновационная деятельность как фактор совершенствования сбытовой политики предприятия сферы сервиса; Форум молодых ученых. 2019. № 2 (30). С. 1237-1242. - URL: <https://elibrary.ru>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

<https://buyingbusinesstravel.com.ru/glossary/term/MICE/>

<https://www.mice.ru/>

<https://www.coral.ru/concepts/korporativniy-otdih/corporate-travel/>

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может

проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA SE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Семинар1: Сервисная деятельность , как форма удовлетворения человеческих потребностей (2ч)

План занятия

1. Теоретический анализ международной сервисной деятельности.
2. Сервисная деятельность как внутренняя и внешняя активность человека. Основные виды деятельности (игра, учение, труд).
3. Структура сервисной деятельности.
4. Характеристика сервисной деятельности (знания, навыки, учение, привычка, ответ).
5. Сервисная деятельность как составная часть экономики.
6. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.
7. Сервисная деятельность в структуре социальных отношений.

Контрольные вопросы и задания

1. Охарактеризуйте сущность теоретического понимания сервисной деятельности.
2. В чем состоят трудности классификации услуг сервисной деятельности?
3. Объясните, в чем состоит взаимосвязь и взаимозависимость трудовой деятельности и психики.
4. В чем состоит процесс деятельности работника сферы услуг?
5. Каковы источники активной деятельности человека?
6. Каковы психологические компоненты работника контактной зоны?
7. Раскройте место современной сферы сервиса в структуре национальной экономики.
8. Каковы признаки сервисной деятельности как сферы производства сервисных

продуктов?

9. Укажите отличие труда в сфере сервиса от труда в промышленном производстве
10. Что означает понятие «индустрия сервиса», как учитываются многообразные индивидуальные потребительские запросы?
11. Какие общественные и индивидуальные потребности могут реализоваться посредством сервисной деятельности современного типа?
12. Какие факторы оказывают влияние на покупательское поведение?
13. В чем состоит принятие решения о покупке товара, услуги?
14. Как влияет на развитие сервисной деятельности географический фактор?
15. Как взаимосвязаны демографические процессы и сервисная деятельность в той или иной стране?
16. Раскройте сущность и структуру социально-культурного сервиса.
17. Каким образом могут быть включены в современный сервис результаты научных разработок

Семинар 2. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности. (1ч)

План занятия

1. Характеристика сферы услуг как быстро растущей и перспективной отрасли.
2. Роль специалиста по сервису.
3. Услуги и жизнедеятельность людей в первобытном сообществе.
4. Зарождение и развитие услуг в обществах Древнего мира.
5. Услуги в средневековом обществе.
6. Развитие услуг и сервисной деятельности в индустриальном и постиндустриальном обществе.

Контрольные вопросы и задания

1. Разработайте модель специалиста по сервису.
2. Укажите причины отсутствия услуг в доисторических обществах.
3. Назовите факторы, определившие появление в обществах древнего мира профессий, связанных с общественными услугами.
4. Какие новые услуги появились в средневековом обществе?
5. Охарактеризуйте важнейшие признаки сервиса индустриального общества.
6. Каковы отличительные особенности, характерные для сервисной деятельности, развивающихся стран?
7. Укажите объективные условия и важнейшие факторы, определяющие развитие услуг в российском обществе.
8. Раскройте важнейшие отличительные черты сферы услуг советского периода.
9. Опишите основные этапы реформирования советской сферы услуг и укажите особенности этого процесса в настоящее время.

Семинар 3 Вопросы истории развития сервиса в России (2ч)

План занятия

1. Особенности развития сервисных услуг в СССР
2. Современные особенности развития сервиса в России
3. Отличие в работе сервисных предприятий в РФ и за рубежом
4. Факторы, влияющие на современное развитие сервиса в РФ
5. Обсуждение доклада

Контрольные вопросы и задания

1. Каковы отличительные особенности, характерные для сервисной деятельности

- в СССР
2. Охарактеризуйте важнейшие признаки сервиса в РФ
 3. Какие новые услуги появились в современной России
 4. Противоречия в отношении к некоторым видам услуг, например: коррида, наркомания и т.п.
 5. Раскройте важнейшие отличительные черты современных видов услуг. Привести примеры.

Семинар 4 Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности (1ч)

План занятия

1. Понятие и характеристика «контактной зоны». Методы и формы обслуживания потребителей.
2. Процесс обслуживания.
3. Качество, безопасность услуг и культура сервисной деятельности.
4. Зависимость сервисной деятельности от психологических, этических и эстетических факторов.

5. Государственно-правовое регулирование сервисной деятельности.

6. Обсуждение доклада

Контрольные вопросы и задания

1. Какие особенности присущи сервисной деятельности современной России? Что отличает и сближает российский сервис с мировой практикой сервиса?
2. Каковы важнейшие этапы процесса обслуживания потребителей?
3. Что такое «контактная зона» обслуживания? В чем ее назначение и каковы функциональные особенности?
4. Что называется методом и формой обслуживания? Перечислите их разновидности на примере конкретного предприятия.
5. Раскройте понимание качества сервисной деятельности, закрепленное в мировой практике услуг.
6. Перечислите виды безопасности услуг.
7. В чем состоит процесс управления качеством услуг?
8. Из чего складывается культура сервиса в конкретном обществе?
9. Раскройте сущность этики обслуживания и перечислите ее основные компоненты.

Семинар 5 : Виды сервисной деятельности (2ч)

План занятия

1. Роль и виды сервисной деятельности в экономическом и общественном развитии.
2. Особенности и характеристика предпринимательства сферы услуг.
3. Понятие и предпосылки развития сервисного бизнеса.
4. Ресторанный бизнес в России. Развитие, современное состояние.
5. Стратегия и тактика маркетинга сервисного предприятия по развитию сервисной деятельности.
6. Эффективность работы предприятия сервиса.
7. Обсуждение доклада

Контрольные вопросы и задания

1. Какие факторы определяют развитие сервисного предпринимательства в современной России?
2. В каких направлениях отечественного сервиса чаще всего развивается предпринимательская деятельность?
3. Охарактеризуйте личностные предпосылки и индивидуальные качества человека, способствующие успешному предпринимательству в сфере сервиса.

4. Каковы социально-корпоративные характеристики российского бизнес-слоя нашего времени?
5. Что такое стратегия и тактика маркетинга сервисного предприятия?
6. В чем состоят особенности сегментирования внутреннего потребительского рынка России?
7. Какие существуют основные подходы к определению эффективности производственных предприятий?
8. В чем заключается расширенный подход к определению эффективности сервисного предприятия?

Семинар 6. Взаимоотношения специалиста по сервису и туризму с клиентом в процессе осуществления сервисной деятельности (2ч)

План занятия

1. Понятие общения. Стили общения.
2. Коммуникативный процесс.
3. Вербальные и невербальные коммуникации процесса общения.
4. Психологическая культура сервиса. Психология процесса обслуживания.
5. Этическая культура сервиса. Культура общения работника сферы услуг с потребителем.
6. Этикет работника контактной зоны.
7. Эстетическая культура сервиса.
8. Организационно-технологическая культура сервиса.
9. Требования к обслуживающему персоналу.
10. Обсуждение доклада

Контрольные вопросы и задания

1. Тест на определение коммуникативных и организаторских способностей.
2. Охарактеризуйте различные стили общения. Когда и какие стили предпочтительно применять?
3. Из чего складывается культура сервиса в конкретном обществе?
4. Какие типы гостей вы знаете? Как должен вести себя обслуживающий персонал?
5. Как избежать конфликтов с гостем?
6. Что такое суггестивное обслуживание? Приведите примеры.
7. Раскройте сущность обслуживания и перечислите ее основные компоненты.

Семинар 7 Теория организации обслуживания(2ч)

План занятия

1. Развитие сервиса в рамках экономической деятельности (малые, большие и сезонные циклы экономической культуры).
2. Характеристика российской экономической конъюнктуры.
3. Внедрение инновации в сферу услуг.
4. Жизненный цикл услуги и его особенности в предпринимательской деятельности.
5. Виды обслуживания в социально-культурной сфере.
6. Обсуждение доклада

Контрольные вопросы и задания

1. Основные причины определяющие развитие сервисного предпринимательства
2. Конъюнктура рынка сервисных услуг: от чего она зависит
3. Роль инноваций в развитии обслуживания
4. Стадии ЖЦТ их характеристика

5. Особенности обслуживания. Роль личностных качеств специалиста сервисной сферы

Семинар 8: Предприятия, оказывающие услуги населению (2ч)

План занятия

1. Организационно – правовые формы сервисных предприятий, оказывающих различные услуги.

2. Особенности управления сервисным предприятием.
3. Турбизнес и его особенности.
4. История возникновения гостиничного дела.
5. Становление гостиничного дела в России.
6. Предприятия ресторанно-гостиничного бизнеса.
7. Современный этап развития индустрии гостеприимства.
8. Туристическое и экскурсионное обслуживание.
9. Обсуждение доклада

Контрольные вопросы и задания

1. Охарактеризуйте важнейшие черты сервиса на разных этапах его развития.
2. Укажите объективные условия и важнейшие факторы, определяющие развитие сервиса в российском обществе.
3. Как проходило развитие туризма и гостиничного хозяйства в России?
4. Какие экономические категории входят в термин «туризм»?
5. Какие отрасли экономики составляют инфраструктуру туризма?
6. Что вам известно об индустрии развлечений?
7. Назовите критерии прогнозирования развития туристической инфраструктуры.
8. Расскажите о концепции развития туризма по местам религиозных святынь.
9. Дайте характеристику современной гостиничной базы России.
10. Расскажите о важности обеспечения питанием проживающих в гостиницах граждан?
11. Объясните политику гостиниц, направленную на индивидуальные и отличительные от других гостиниц приемы обслуживания. Приведите примеры.
12. Дайте расширенное толкование термина «гостиница».
13. Какие типы современных гостиниц вам известны?
14. Какие системы классификации гостиниц вам известны?
15. Дайте расширенное толкование термина «гостиничная сеть».
16. В чем состоит неразрывная связь туризма и гостиничного дела?
17. Назовите страны с высоким уровнем развития туризма и дайте ему характеристику.
18. Каково значение туризма в современном мире?
19. На какие туристические зоны подразделяют территорию РФ?
20. Что вы подразумеваете под технологией обслуживания в туризме?

Семинар 9: Разновидность услуг и их характеристика. Маркетинг услуг (2ч)

План занятия

1. Понятия и классификация услуг. Критерии классификации.
2. Цикл услуги. Процесс покупки-потребления.
3. Особенности жизненного цикла услуги в предпринимательской деятельности.
4. Качество услуг.
5. Производство услуг.
6. Управление услугами.
7. Обсуждение доклада

Контрольные вопросы и задания

1. В чем состоит трудность классификации услуг и сервисной деятельности? Как

преодолеваются эти трудности в практике разных стран и в мировой экономике?

2. Сопоставьте между собой разные типы классификации услуг. Укажите преимущества и ограничение разных типов классификации.

3. Раскройте место современной сферы сервиса в структуре национальной экономики.

4. Каким образом можно использовать в сервисном производстве знание о жизненном цикле услуги?

5. Перечислите виды безопасности услуг.

6. В чем состоит процесс управления качеством услуг?

Семинар 10. Теория и практика сервиса с учетом регионально-территориальных и индивидуальных особенностей обслуживания клиентов (2ч)

План занятия

1. Территориальные аспекты развития рынка услуг.

2. Сервис с учетом национальных, природно-климатических и других особенностей обслуживания.

3. Региональная конъюнктура рынка услуг.

4. Процесс обслуживания индивидуальных потребителей, его основные формы, методы и правила обслуживания.

5. Прогрессивные формы обслуживания индивидуальных потребителей.

6. Основные типы сервисных посредников, посреднические и досуговые услуги.

7. Внедрение новых форм обслуживания и новых видов сервисных услуг.

8. Правовое обеспечение сервисной деятельности.

9. Обсуждение доклада

Контрольные вопросы и задания

1. В чем заключаются территориальные аспекты развития рынка услуг?

2. Национальные, природно-климатические и другие особенности обслуживания.

3. Компактный тип рынка услуг. Дисперсный тип рынка услуг.

4. Региональная конъюнктура рынка услуг.

5. Факторы, влияющие на потребительское поведение: ландшафтно-климатические и экологические условия жизни; этнонациональные, религиозные и другие культурные традиции; территориальное разделение труда и социально-экономические условия жизни людей.

6. Основные требования национальных стандартов. Региональные нормативные регламентирующие документы.

7. Особенности обслуживания индивидуальных потребителей, его основные формы.

8. Основные типы сервисных посредников,

9. Дайте характеристику посредническим и досуговым услугам.

10. В чем заключается правовое обеспечение сервисной деятельности?

Семинар 11: Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности (2ч)

План занятия

1. Процесс обслуживания индивидуальных потребителей

2. Основные типы сервисных посредников,

3. Внедрение новых форм обслуживания и новых видов сервисных услуг

4. Жалобы и претензии индивидуальных потребителей, защита их прав

Контрольные вопросы и задания

5. В чем состоят особенности процесса обслуживания индивидуальных потребителей

6. Какие типы сервисных посредников существуют. Перечислить и характеризовать

7. Какие новые формы обслуживания вы знаете

8. Охарактеризовать новые виды сервисных услуг, появившиеся в последнее время в нашей стране
 9. Перечислить и охарактеризовать наиболее частые причины жалоб клиентов
 10. В чем заключается правовое обеспечение прав индивидуальных потребителей
- Обсуждение доклада

Материально-техническое обеспечение занятия:

Компьютер с выходом в интернет.

Устройство вывода изображения.

Звуковые колонки.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к выполнению письменных работ: введение, основная часть, список литературы. Работа оформляется в соответствии с общими требованиями к оформлению письменных работ в РГГУ: <http://liber.rsuh.ru/?q=node/1648>.

Распределение тем презентации между студентами и консультирование обучаемых по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату.

Приступая к подготовке работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучаемые представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу. В данной учебной дисциплине в презентации важно показать основные ресурсы для развития туризма, а также созданные на этих ресурсах туристские центры, курорты и крупные туристские маршруты.

По согласованию с преподавателем, материалы письменной работы и презентации студент может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов - это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами - не у всех это получается стильно;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;
- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;

- размер шрифта должен быть: 24-54 пункта (заголовки), 18-36 пунктов (обычный текст);

- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.

- каждый слайд должен иметь заголовок;
- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;
- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;
- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;
- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись. Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).

- списки на слайдах не должны включать более 5-7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов - в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

Требования к контрольной работе

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д. При оценке контрольной преподаватель руководствуется следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;
- обучающийся подобрал достаточный список литературы, которая необходима для осмысления темы контрольной;
- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;
- обучающийся анализирует материал;
- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;
- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;
- контрольная работа соответствует всем требованиям по оформлению;
- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

При выявлении заданий, выполненных несамостоятельно, преподаватель вправе провести защиту студентами своих работ. По результатам защиты преподаватель выносит решение либо о зачете контрольной работы, либо об ее возврате с изменением варианта. Защита контрольной работы предполагает свободное владение студентом материалом, изложенным в работе и хорошее знание учебной литературы, использованной при написании.

9.3 Иные материалы

Самостоятельная работа студентов в части подготовки докладов в виде домашних заданий реализуется на соответствующих занятиях в виде докладов-презентаций продолжительностью 5-10 минут с последующим обсуждением – дискуссией и выставлением оценки. Обсуждение докладов и презентаций проходит в дискуссионной форме.

Вносятся необходимые коррективы и проводится подготовка к выступлениям на конференции или форуме и опубликованию научных статей.

Стимулом для использования элементов научного поиска при изучении дисциплины является повышенный рейтинг при оценке отдельных видов СРС.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (модуль) реализуется на факультете востоковедения и социально-коммуникативных наук кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

Цель дисциплины – формирование у студентов мышления, базирующегося на знании основ сервисной деятельности для осуществления их профессиональной деятельности на туристском, гостиничном и других рынках, связанных с услугами, на основании получения необходимых теоретических знаний и формирования практических навыков в области сервиса.

Задачи дисциплины:

выявление исторических этапов развития услуг и сервисной деятельности в разных странах мира;

– определение сущностного характера сервисной деятельности и ее место в структуре общественной практики;

– изучение терминологии и освоение базовых основ сервисной деятельности;

– ознакомление с теорией и практикой сервиса обслуживания;

– освоение содержания сервисной деятельности и сущности сервиса обслуживания клиентов;

– ознакомление будущих специалистов с разными видами сервисной деятельности и культурой сервиса;

– овладение студентами организационными подходами, методами и правилами организации и управления сервисом в сфере малого и среднего бизнеса;

– изучение ассортимента и качества услуг сервиса, и их особенностей;

рассмотрение взаимоотношений специалистов по сервису и потребителей в процессе осуществления сервисной деятельности с учетом национальных, региональных, этических, демографических, природно-климатических особенностей обслуживания

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-3.1 - Должен уметь оказывать туристам помощь в выборе туристских направлений, туристских маршрутов, времени проведения туристской поездки

ПК-3.3 - Должен уметь предоставлять информацию об условиях договора, заключенного между туроператором и турагентом, реализующего туристский продукт

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: особенности организации сервисной деятельности

Уметь: использовать знания для организации международной сервисной деятельности

Владеть: навыками применения знаний организации деятельности в области международной сервисной деятельности

По дисциплине (модулю) предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.