

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Институт управления и государственной службы
Кафедра управления персоналом и экономической теории



УТВЕРЖДАЮ:

Директор Института управления и

государственной службы

Р.Г. Харьковский

(подпись)

25 апреля 2023 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОСНОВЫ ОТРАСЛЕВЫХ ЗНАНИЙ»

По направлению подготовки 43.03.01 Сервис

Профиль: «Управление бизнес-процессами в сфере услуг»

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы отраслевых знаний» по направлению подготовки 43.03.01 Сервис. – 29 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы отраслевых знаний» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 Сервис (утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 514, с изменениями и дополнениями от 26 ноября 2020 г.).

СОСТАВИТЕЛЬ:

старший преподаватель кафедры управления персоналом и экономической теории
Кондратьев С.А.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления персоналом и экономической теории 21.03.2023 г., протокол № 13.

Заведующий кафедрой

управления персоналом и экономической теории _____ Чумаченко Г.В.

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института управления и государственной службы 12.04.2023 г., протокол №8.

Председатель учебно-методической

комиссии института управления и государственной службы _____ Резник А.А.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся мышления, базирующегося на знании основ сервисной деятельности для осуществления их профессиональной деятельности в сфере, связанной с услугами.

Задачи:

ознакомление с историей развития сервиса, видами сервисной деятельности, принципами классификации услуг и их характеристиками;

изучение теории организации обслуживания, особенностей формирования клиентурных отношений;

освоение основ работы в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности;

овладение методами выявления потребностей потребителя, приемами обслуживания и бесконфликтной работы в процессе сервисной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Основы отраслевых знаний» относится к обязательной части образовательной программы (Б1.О.22).

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

знания:

основных понятий и категорий управления сервисной деятельностью;

основных понятий и категорий организации сервисной деятельности.

умения:

осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью;

организовать работу исполнителей, принимать решения об организации сервисной деятельности.

навыки:

управления сервисной деятельностью;

принятия решений об организации сервисной деятельности.

Содержание дисциплины является логическим продолжением школьного курса.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ОПК-2. Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью	ОПК-2.1. Осуществляет основные функции управления сервисной деятельностью	знать: основные понятия и категории управления сервисной деятельностью уметь: осуществлять основные функции управления

		сервисной деятельностью владеть: навыками управления сервисной деятельностью
--	--	--

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	108 (3 зач. ед)	108 (3 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего)	72	8
в том числе:		
Лекции	18	4
Семинарские занятия	-	
Практические занятия	54	4
Лабораторные работы	-	
Курсовая работа (курсовой проект)	-	
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	
Самостоятельная работа студента (всего)	34	96
Форма аттестации	зачет	зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину. Место и роль сервисной деятельности в жизнедеятельности человека

Предмет, содержание и задачи дисциплины. Сущность понятий «сервис», «сервисная деятельность», «обслуживание», «услуга», «сфера услуг». Принципы, функции и задачи сервиса. Дифференциация занятий и социальных ролей в первобытной культуре и архаических сообществах. Зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира. Услуги в средневековом обществе. Влияние индустриального производства на сервисную деятельность. Сервисная деятельность в обществе постиндустриального типа.

Тема 2. Сущность, роль и история сервисной деятельности.

Понятие сервисной деятельности. Циклы индустриального развития общества. Факторы, влияющие на развитие сервиса. Понятие «сервисная революция». Роль сервиса в современном мире. Сервисная деятельность в социально-экономической жизни страны и социальные предпосылки ее развития.

Тема 3. Услуга как экономическая категория.

Понятие «услуга». Содержательная сущность услуги как товара. Услуга с позиций ситуационного и процессного подходов. Характеристики услуг с позиции ситуационного подхода. Дифференциация услуг от физического продукта на основе системного подхода. Классификационная модель услуги (производственно-технологический и функционально-специализированный подход). Классификация услуг. Классификация и характеристика потребностей в услугах. Рынок услуг.

Тема 4. Основные подходы к осуществлению сервиса.

Понятие «сервис». Принципы современного сервиса. Классификация различных видов сервиса. Сервисная политика. Предпродажный сервис. Послепродажный сервис. Виды сервиса по содержанию работ. Стратегии послепродажного обслуживания.

Тема 5. Современный сервис, его виды, проблемы и перспективы развития.

Задачи современного сервиса. Усиление роли сервиса в современной экономике. Виды сервиса по времени его осуществления. Воздействие факторов роста сферы услуг. Виды сервиса по содержанию работ. Эволюция понятия товар. Основные подходы к осуществлению сервиса. Качество сервисных услуг и его показатели.

Тема 6. Психология сервиса. Особенности процесса обслуживания потребителя.

Понятия психологии, психологии сервиса. Задачи психологии сервиса. Структура личности. Психологические компоненты деятельности работника сферы сервиса. Психология процесса обслуживания при оформлении и выдаче заказа. Виды темпераментов клиентов и работников сервисного предприятия.

Тема 7. Этическая и эстетическая культура сервиса.

Понятие культуры сервиса, культуры обслуживания. Этические основы, деловой этикет и эстетические аспекты сервисной деятельности. Кодекс профессиональной этики. Эстетические особенности внешнего оформления зданий, интерьера и рабочего места предприятий сферы услуг.

Тема 8. Фирменный сервис.

Преимущества фирменного сервиса. Фирменный сервис по всему жизненному циклу. Служба сервиса и ее функции. Основные варианты организации сервисной деятельности, в т.ч. по управлению многоквартирным домом. Сервисный центр, структура и основные подходы к размещению сервисных центров (предприятий).

Тема 9. Понятие контактной зоны сервисных предприятий. Психологическая и этическая культура сервиса.

Понятие контактной зоны как сферы реализации сервисной деятельности; особенности организации контактной зоны на сервисных предприятиях. Сервис как форма взаимодействия между субъектами. Культура сервиса и ее составляющие. Психологические особенности делового общения и его специфика в сфере обслуживания. Понятие об этической культуре сервиса: профессиональная этика, профессиональное поведение, культура общения работника предприятия сервиса с потребителями услуг, этика взаимоотношений в трудовом коллективе.

Тема 10. Организация сервисной деятельности.

Особенности организации деятельности предприятий сферы сервиса. Виды предприятий сферы сервиса. Роль обслуживания потребителей в повышении конкурентоспособности предприятия сферы сервиса. Формы обслуживания населения. Основные подходы к осуществлению сервиса. Принципы сервиса. Отраслевая структура сервисной деятельности. «Контактная зона» сервисных предприятий. Эффективные коммуникации в сервисе.

Тема 11. Сервис в маркетинговой деятельности предприятия.

Организация сервисного обслуживания. Техническое обслуживание. Гарантийное обслуживание. Организация обеспечения клиентов запасными частями. Организация ремонта. Организация сервисного обслуживания клиентов. Принципы технического обслуживания. Особенности запасных частей как товара. Система обеспечения клиентов запасными частями. Принципы эффективной работы склада запасных частей. Формы организации и виды ремонтного обслуживания. Резервы уменьшения объема ремонтных работ.

Тема 12. Конфликты и жалобы при обслуживании клиентов.

Понятие конфликта и жалобы. Виды конфликтов. Основные причины конфликтов. Основные модели поведения личности в конфликте. Исходы и способы разрешения конфликтных ситуаций на предприятиях сервиса.

Тема 13. Качество сервисных услуг и эффективность сервисной деятельности предприятия.

Система оценки качества обслуживания клиентов. Стандарты обслуживания. Цели разработки стандартов обслуживания. Параметры оценки качества услуг. Ожидания потребителя относительно качества услуг и их удовлетворения. Стандарты обслуживания. Требования к качеству обслуживания. Потребительские ожидания при оценке качества услуг. Модель качества обслуживания. Показатели эффективности сервисной деятельности организации. Мониторинг соблюдения технических и иных

требований к качеству работ и услуг, предусмотренных договорами с подрядными, ресурсоснабжающими организациями.

Тема 14. Логистика сервисного обслуживания.

Сервисное обслуживание с точки зрения логистики. Предмет и объект логистического сервиса. Этапы формирования логистического сервиса. Логистический сервис как элемент логистики распределения. Виды логистического обслуживания.

Тема 15. Новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания населения.

Понятие и содержание сервисных технологий. Понятие новых видов услуг для рынка и для данного региона; необходимость продвижения на рынок новых видов услуг. Прогрессивные формы в индустрии красоты. Разработка и продвижение на рынок новых видов услуг и форм обслуживания, влияние их на себестоимость, цену, удовлетворённость потребителей ассортиментом и качеством услуг, уровнем и качеством обслуживания. Оценка эффективности внедрения новых видов услуг и форм обслуживания.

Тема 16. Сервисное право.

Функция сервисного права. Принципы сервисного права. Институты сервисного права. Нормы сервисного права. Понятия, содержание и виды сервисных правоотношений. Государственное регулирование деятельности в сфере сервиса. Правовое регулирование качества продукции, работ и услуг (сертификация и стандартизация в сфере сервиса) Регулятивная и охранительная функции сервисного права. Субъекты сервисных правоотношений. Объекты сервисных правоотношений. Субъективная сервисная обязанность. Лицензирование в сфере сервиса. Налоговое регулирование в сфере сервиса. Правовое регулирование в сфере сервиса. Документооборот в соответствии с нормативными требованиями.

Тема 17. Пути повышения качества услуг и обслуживания населения.

Понятие, значение и способы контроля качества услуг и обслуживания. Пути повышения качества услуг и обслуживания. Стандарты обслуживания как внутренняя форма контроля качества услуг и обслуживания на предприятиях сервиса. Критерии качества работы и способы мотивации работников сервисных предприятий. Контроль удовлетворенности потребителей услуг.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Введение в дисциплину. Место и роль	1	1

	сервисной деятельности в жизнедеятельности человека.		
2.	Сущность, роль и история сервисной деятельности.	1	
3.	Услуга как экономическая категория.	1	
4.	Основные подходы к осуществлению сервиса.	1	
5.	Современный сервис, его виды, проблемы и перспективы развития.	1	1
6.	Психология сервиса. Особенности процесса обслуживания потребителя.	1	
7.	Этическая и эстетическая культура сервиса.	1	
8.	Фирменный сервис.	1	
9.	Понятие контактной зоны сервисных предприятий. Психологическая и этическая культура сервиса.	1	
10.	Организация сервисной деятельности.	5	1
11.	Сервис в маркетинговой деятельности предприятия.	1	
12.	Конфликты и жалобы при обслуживании клиентов.	1	
13.	Качество сервисных услуг и эффективность сервисной деятельности предприятия	1	1
14.	Логистика сервисного обслуживания.	1	
15.	Новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания населения.	1	
16.	Сервисное право.	1	
17.	Пути повышения качества услуг и обслуживания населения.	1	
Итого:		18	4

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Введение в дисциплину. Место и роль сервисной деятельности в жизнедеятельности человека.	2	1
2.	Сущность, роль и история сервисной деятельности.	2	
3.	Услуга как экономическая категория.	4	
4.	Основные подходы к осуществлению сервиса.	2	
5.	Современный сервис, его виды, проблемы и перспективы развития.	4	1
6.	Психология сервиса. Особенности процесса обслуживания потребителя.	2	
7.	Этическая и эстетическая культура сервиса.	2	
8.	Фирменный сервис.	4	
9.	Понятие контактной зоны сервисных предприятий. Психологическая и этическая	4	

	культура сервиса.		
10.	Организация сервисной деятельности.	4	1
11.	Сервис в маркетинговой деятельности предприятия.	2	
12.	Конфликты и жалобы при обслуживании клиентов.	4	
13.	Качество сервисных услуг и эффективность сервисной деятельности предприятия	4	1
14.	Логистика сервисного обслуживания.	4	
15.	Новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания населения.	4	
16.	Сервисное право.	2	
17.	Пути повышения качества услуг и обслуживания населения.	4	
Итого:		54	4

4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Введение в дисциплину. Место и роль сервисной деятельности в жизнедеятельности человека.	4	5
2.	Сущность, роль и история сервисной деятельности.	4	6
3.	Услуга как экономическая категория.	4	6
4.	Основные подходы к осуществлению сервиса.	4	6
5.	Современный сервис, его виды, проблемы и перспективы развития.	4	6
6.	Психология сервиса. Особенности процесса обслуживания потребителя.	4	6
7.	Этическая и эстетическая культура сервиса.	4	6
8.	Фирменный сервис.	4	6
9.	Понятие контактной зоны сервисных предприятий. Психологическая и этическая культура сервиса.	4	6
10.	Организация сервисной деятельности.	6	6
11.	Сервис в маркетинговой деятельности предприятия.	4	6
12.	Конфликты и жалобы при обслуживании клиентов.	4	6
13.	Качество сервисных услуг и эффективность сервисной деятельности предприятия	4	5
14.	Логистика сервисного обслуживания.	4	5
15.	Новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания населения.	4	5
16.	Сервисное право.	4	5
17.	Пути повышения качества услуг и обслуживания населения.	6	5

Итого:	72	96
--------	----	----

4.6. Курсовые работы/проекты по дисциплине не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования;

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной,

диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Тарасова Н.В. Введение в сервисную деятельность / Н.В. Тарасова, Н.В. Тарасова. - Липецк: Изд-во ЛГТУ, 2023 – 298 с. <http://www.rucont.ru/efd/236039?cldren=0>

2. Сервисная деятельность: учебное пособие [Электронный ресурс] Новосибирск: НГТУ, 2019 - 130 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229143>

3. Романович Ж.А. Сервисная деятельность: учебник [Электронный ресурс] / Ж.А. Романович, С.Л. Калачев. - М.: Дашков и Ко, 2020 – 284 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221313>

б) дополнительная литература:

1. Аванесова, Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: Учебное пособие для студентов вузов / Г.А. Аванесова. – М.: Аспект, 2021. – 225 с.

2. Виноградова, М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: Учебное пособие для студентов вузов / М.В. Виноградова, З.И. Панина. - М., 2016. – 187 с.

3. Карнаухова, В.К. Сервисная деятельность: учебное пособие / под общ. Ред. Ю.М. Краковского. – М.: ИКЦ «Март», 2016 – 256 с.

4. Морозов, М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие для студентов вузов/ М. А. Морозов. - М.: Дашков и Ко, 2020. – 215 с.

5. Романович, Ж.А. Сервисная деятельность: Учебник/ Ж. А. Романович, С. Л. Калачев/ под общ. ред. проф. Ж.А. Романовича/. – М.: ИТК «Дашков и К», 2020. – 284 с.

6. Сервисная деятельность. Учебное пособие / Под общ. ред. И.П. Павловой, В.К. Романович. - СПб.: СПбГУАП, 2022. – 190 с.

в) интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary – Режим доступа: URL: <http://elibrary.ru/>

2. Справочная правовая система «Консультант Плюс» – Режим доступа: URL: <https://www.consultant.ru/sys/>

3. Научная библиотека имени А. Н. Коняева – Режим доступа: URL: <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Основы отраслевых знаний»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
------	-----------------	-------------------------------------	---------------------------------

Начальный	ОПК-2 Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью	Пороговый	знать: основные понятия и категории управления сервисной деятельностью; основные понятия и категории организации сервисной деятельностью
Основной		Базовый	уметь: осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью; организовать работу исполнителей, принимать решения об организации сервисной деятельности
Заключительный		Высокий	владеть: навыками управления сервисной деятельностью навыками принятия решений об организации сервисной деятельности

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ОПК-2	Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью	ОПК-2.1. Осуществляет основные функции управления сервисной деятельностью	Тема 1. <i>Введение в дисциплину. Место и роль сервисной деятельности в жизнедеятельности человека.</i> Тема 2. <i>Сущность, роль и история сервисной деятельности</i> Тема 3. <i>Услуга как экономическая категория</i> Тема 4. <i>Основные подходы к осуществлению сервиса</i> Тема 5. <i>Современный сервис, его виды, проблемы и перспективы развития</i> Тема 6. <i>Психология сервиса. Особенности процесса</i>	1

				<i>обслуживания потребителя</i> Тема 7. <i>Этическая и эстетическая культура сервиса</i> Тема 8. <i>Фирменный сервис</i>	
--	--	--	--	---	--

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ОПК-2. Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью	ОПК-2.1. Осуществляет основные функции управления сервисной деятельностью	Знать основные понятия и категории управления сервисной деятельностью; Уметь осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью; Владеть навыками управления сервисной деятельностью	Тема 1. <i>Введение в дисциплину. Место и роль сервисной деятельности в жизнедеятельности человека.</i> Тема 2. <i>Сущность, роль и история сервисной деятельности</i> Тема 3. <i>Услуга как экономическая категория</i> Тема 4. <i>Основные подходы к осуществлению сервиса</i> Тема 5. <i>Современный сервис, его виды, проблемы и перспективы развития</i> Тема 6. <i>Психология сервиса. Особенности процесса обслуживания потребителя</i> Тема 7. <i>Этическая и эстетическая культура сервиса</i> Тема 8. <i>Фирменный сервис</i>	тестовые задания, разноуровневые задания и задачи, практическое (прикладное) задание

1. Типовые тестовые задания
(пороговый уровень)

1. Активность людей, вступающих в специфическое взаимодействие по реализации услуг называется:

- 1) оказание услуг
- 2) родственное взаимодействие
- 3) общение
- 4) сервисная деятельность

2. Все необходимые и дополнительные мероприятия, предназначенные для фактического удовлетворения существующих потребностей, составляют:

- 1) сервисную деятельность
- 2) права потребителей
- 3) социальную сферу
- 4) заботу государства

3. Важнейшей задачей сферы услуг и каждого предприятия является:

- 1) прибыль
- 2) качество услуги
- 3) удовлетворение растущих потребностей клиентов в разнообразных услугах на высоком культурном уровне
- 4) условия оплаты труда сотрудников

4. Полезное действие или комплекс мероприятий, совершаемых для нас и оплачиваемый за наш счет называется:

- 1) спонсорством
- 2) услугой
- 3) социальным пакетом
- 4) помощью

5. Уровень обслуживания можно оценить на этапе:

- 1) предпродажном
- 2) сопутствующем процессу продаж
- 3) послепродажном
- 4) на всех уровнях

6. Полная информация об услуге, время ожидания обслуживания, предоставление покупателю различных вариантов оплаты, надежность качества услуги, послепродажное обслуживание и гарантии, культура обслуживания - есть:

- 1) компоненты сервисной деятельности
- 2) условия выживания предприятия сервиса
- 3) условия труда
- 4) этапы обслуживания

7. Какая прикладная наука раскрывает социальное значение сервисной деятельности в обществе и жизни людей, обосновывает тот вклад, который может быть сделан в этом направлении персоналом предприятия:

- а) сервисология;
- б) сервисная деятельность;
- в) философия обслуживания;
- г) все ответы не верны.

8. Целью сервисной деятельности является:

- а) удовлетворение человеческих потребностей;
- б) исследование рынка услуг;
- в) производство услуг;
- г) все ответы не верны.

9. Отношения в доисторических сообществах строились на принципе:

- а) товарно-денежных отношений;
- б) взаимопомощи;
- в) самообслуживания;
- г) верны ответы а) и б).

10. Что является прогрессивной основой развития сферы услуг постиндустриального общества 1960-1970-х годов:

- а) научно-техническая революция;
- б) информационная революция;
- в) сервисизация экономики;
- г) все ответы не верны.

11. Какой принцип не является принципом современного сервиса?

- а) эластичность сервиса;
- б) удобство сервиса;
- в) обязательность предложения;
- г) обязательность использования.

12. К какому виду сервисной деятельности относится информационный сервис:

- а) познавательному сервису;
- б) коммуникативному сервису;
- в) образовательному сервису;
- г) деловому сервису.

13. Термин «услуга» был введен в научный оборот:

- а) в начале XIX в.;
- б) в начале XX в.;
- в) в начале XVIII в.;
- г) в конце XIX в.

14. Термин «услуга» ввел в научный оборот:

- а) К. Маркс;

- б) Ж.Б. Сэй;
- в) Д. Белл;
- г) Ф. Бастиа.

15. Согласно определению услуги Т. Хилла, услуга - это деятельность, которая:

- а) вызывает изменение состояния человека или предмета;
- б) не вызывает изменения состояния человека или предмета;
- в) не приводит к новому качеству состояния человека или материального блага;
- г) все ответы не верны.

16. Какое из перечисленных свойств не присуще услугам?

- а) качественная определенность;
- б) недолговечность;
- в) невозможность перепродажи;
- г) невозможность транспортировки традиционным способом.

17. В чем заключается неосвязаемость услуги:

- а) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
- б) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
- в) услуги во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.
- г) верны ответы а) и в).

18. В сферу услуг, различающихся по функциональной направленности сектора, не входят:

- а) услуги, ориентированные на производство;
- б) услуги, ориентированные на общество;
- в) услуги, ориентированные на демографию населения;
- г) услуги, ориентированные на домашнее хозяйство.

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

- а) на стадии 2 – внедрение
- б) на стадии 3 – рост
- в) на стадии 4 – насыщение рынка
- г) на стадии 5 – сокращение реализации услуг.

20. Совокупность отраслей производства, корпораций, учреждений и фирм, производящих, реализующих и предоставляющих услуги на определенной территории – это:

- а) инфраструктура сферы услуг;
- б) индустрия сферы услуг;
- в) организация сервиса;
- г) нет верного ответа.

21. Совокупность предприятий сферы сервиса и их сервисная деятельность – это:

- а) индустрия сферы услуг;
- б) инфраструктура сферы услуг;
- в) третичный сектор экономики;
- г) индустрия сервиса.

22. Персонал организации - это:

- а) совокупность работников организации, объединенных в специализированные службы;
- б) выделение работников по социально-демографическим группам;
- в) совокупность отдельных лиц работников, объединенных по какому-либо признаку;
- г) личный состав организации, работающий по найму и обладающий определенными признаками.

23. К какой группе управления относятся руководящие работники, которые трудятся в стабильном режиме найма и осуществляют общественное руководство, контроль субподрядных работ:

- а) руководящей группе;
- б) основной группе;
- в) дополнительной группе;
- г) все ответы не верны.

24. Главной задачей обеспечения качества услуги является:

- а) удовлетворение ожиданий потребителей;
- б) превышение ожиданий потребителей;
- в) все ответы не верны;
- г) верны варианты а), б).

25. Что понимается под техническим качеством услуги?

- а) процесс предоставления услуги;
- б) персонал;
- в) то, что осталось у клиента после получения услуги;
- г) этический аспект ответственности фирмы перед клиентом.

26. Что является нормативным условием обеспечения качества, безопасности и конкурентоспособности услуг:

- а) «петля качества»;

- б) сертификация;
- в) стандартизация;
- г) верны варианты б), в).

27. Какую типологию личности предложил Эверетт Шостром?

- а) манипулятивную;
- б) психо-геометрическую;
- в) по типам темперамента;
- г) по типам ведущей модальности.

28. Теория, сущность которой заключается в том, что в контактах с разными людьми (в том числе и в деловых контактах) мы ведем себя по-разному, и наше поведение продиктовано логикой одного из трех эго-состояний (состояний сознания): Родитель, Взрослый, Ребенок, – это:

- а) психо-геометрическая теория;
- б) ролевая теория;
- в) возрастная теория;
- г) все ответы верны.

29. Какой из этико-психологических типов личности обладает следующими характеристиками: деловой внешний вид, консервативная одежда, выражение лица обычно хмурое, отрицательно реагирует на тактику «упорного намерения продать», как правило, сразу ничего не покупает?

- а) «ромб»;
- б) «треугольник»;
- в) «круг»;
- г) «квадрат».

30. Какими из этих черт обладает этико-психологический тип «треугольник»?

- а) спокойные, плавные, уверенные движения;
- б) поначалу ведет себя робко, застенчиво, неуверенно;
- в) всегда куда-то спешит;
- г) все ответы верны.

31. Какое расстояние характерно для социальной дистанции общения:

- а) 400-750 см;
- б) 45-120 см;
- в) 120-400 см;
- г) 150 -500 см.

32. Контактная зона – это:

- а) любое место, где производится услуга;
- б) место, где услуга может храниться;

- в) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы;
- г) верны варианты а), б).

33. Контактной зоной может считаться:

- а) стойка администратора в гостинице;
- б) цех по ремонту оборудования;
- в) строительная площадка;
- г) зона ремонта бытовой техники.

34. Сервисная деятельность – это:

- а) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
- б) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара;
- в) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
- г) все вышеперечисленные.

35. Сервис- это:

- а) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг;
- б) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой;
- в) предпродажное и гарантийное обслуживание;
- г) все вышеперечисленные.

36. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:

- а) потребительская (пользовательская);
- б) коммуникативная (общение);
- в) исследовательская;
- г) все вышеперечисленные.

37. Одной из существенных отличий услуги от товара является:

- а) различие мест хранения;
- б) более высокая стоимость;
- в) совмещение производства и потребления;
- г) все вышеперечисленные.

38. К сфере обслуживания населения относятся:

- а) государственный сектор;
- б) коммерческий сектор;
- в) некоммерческий сектор;

г) все вышеперечисленные

39. Культуры сервиса - это:

- а) оказание услуги потребителю;
- б) совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению;
- в) населению;
- г) это система эталонных трудовых норм, высоких духовных ценностей и этики поведения;

40. Общественными услугами являются:

- а) телевидение, радио, образование;
- б) услуги, связанные с досугом;
- в) услуги, связанные с транспортом.
- г) все вышеперечисленные.

41. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- а) выездное обслуживание;
- б) самообслуживание;
- в) обслуживание на дому;
- г) все вышеперечисленные.

42. Маркетинг - это:

- а) организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям;
- б) организация производства и сбыта продукции, основанная на изучении потребности рынка в товарах и услугах;
- в) деятельность, направленная на удовлетворение рыночных потребностей с целью извлечения прибыли;
- г) все вышеперечисленные

43. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- а) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
- б) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку;
- в) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку;
- г) все вышеперечисленные

44. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- а) мотив;

- б) социальный статус;
- в) выгода;
- г) все вышеперечисленные.

45. Период времени, в течение которого потребитель взаимодействует с исполнителем услуги это:

- а) нормативное время;
- б) время обслуживания;
- в) ресурсное время;
- г) все вышеперечисленные.

46. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:

- а) бытовые услуги;
- б) услуги грузового и пассажирского транспорта, связи;
- в) управленческие услуги;
- г) все вышеперечисленные.

47. Формы обслуживания- это:

- а) способ предоставления услуг, состоящий из набора конкретных сервисных операций;
- б) организационный прием, представляющий собой разновидность или сочетание методов обслуживания потребителей;
- в) это вид труда, обусловленный содержанием услуги;
- г) все вышеперечисленные.

48. Качество услуг тесно переплетается:

- а) с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия;
- б) со сбалансированным соотношением цены и качества продукции;
- в) со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания;
- г) все вышеперечисленные.

49. Выделите два главных уровня сервиса в познавательной деятельности:

- а) эмпирический и теоретический;
- б) оценочный и информационный;
- в) аналитический и экспертный;
- г) все вышеперечисленные.

50. В сферу услуг, различающихся по функциональной направленности сектора, не входят:

- а) услуги, ориентированные на производство;

- б) услуги, ориентированные на общество;
- в) услуги, ориентированные на демографию населения;
- г) услуги, ориентированные на домашнее хозяйство.

Методические рекомендации:

При использовании формы текущего контроля «Тестирование» студентам могут предлагаться задания на бумажном носителе.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тестирование»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	85-100%правильныхответов
4	71-85%правильныхответов
3	61-70%правильныхответов
2	60% правильных ответов и ниже

2. Разноуровневые задачи и задания (базовый уровень)

1. Сформулируйте конкретные мероприятия (5–6 мероприятий) по привлечению потребителей с целью увеличения спроса на гостиничные услуги.
2. Сформулируйте конкретные мероприятия (5–6 мероприятий) по привлечению потребителей с целью увеличения спроса на услуги общественного питания.
3. Сформулируйте конкретные мероприятия (5–6 мероприятий) по привлечению потребителей с целью увеличения спроса на анимационные услуги.
4. Сформулируйте конкретные мероприятия (5–6 мероприятий) по привлечению потребителей с целью увеличения спроса на услуги фитнес-центров.
5. Сформулируйте конкретные мероприятия (5–6 мероприятий) по привлечению потребителей с целью увеличения спроса на рекреационные услуги.
6. Сформулируйте конкретные мероприятия (5–6 мероприятий) по привлечению потребителей с целью увеличения спроса на туристические услуги.
7. Сформулируйте конкретные мероприятия (5–6 мероприятий) по привлечению потребителей с целью увеличения спроса на санаторно-оздоровительные услуги.
8. Составьте список, как минимум из 10 услуг, которыми вы пользовались за последнее время. Разделите их на категории с учетом типа сервисного процесса.

9. 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?

10. Приведите примеры в каких случаях клиент может заменить физическое посещение места оказания услуги удаленным способом обслуживания?

11. Женщина в туристической фирме просит совета менеджера, каким видом транспорта ей добираться до санатория. Прежде чем посоветовать, какие вопросы он должен ей задать?

12. Потребитель сначала звонит по телефону. Он вернулся из поездки и имеет претензии к туристической фирме. Опишите действия сотрудника.

13. Потребитель пришел с жалобой после предварительного звонка. При правильном проведенном телефонном разговоре человек готов к тому, что ему в любом случае постараются помочь. Опишите действия сотрудника.

14. В офис неожиданно ворвался разгневанный потребитель и грозит расширением конфликта до непредсказуемых размеров. Опишите действия сотрудника.

15. 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 фирмы?

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

17. 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.

18. 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?

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«разноуровневые задания и задачи»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
5	Обучающийся полностью и правильно выполнил задание. Показал отличные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Работа оформлена аккуратно в соответствии с предъявляемыми требованиями

4	Обучающийся выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках освоенного учебного материала. Есть недостатки в оформлении работы
3	Обучающийся выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач
2	Обучающийся выполнил задание неправильно. При выполнении обучающийся продемонстрировал недостаточный уровень знаний, умений и владения ими при решении задач в рамках усвоенного учебного материала

3. Практическое (прикладное) задание (заключительный уровень)

Ситуация 1.

«Виктория» - небольшой отель на островке в Карибском море. В нем нет ни телевизора, ни газетного киоска, есть только один телефон. Глядя на океан с пляжа, примыкающего к отелю, гости могут видеть волны, разбивающиеся о барьерный риф, -прекрасное место для рыбалки и подводной охоты. Рекламные брошюры отеля обещают туристам отдых от стресса деловой жизни в этом тропическом раю, о прелестях которого они могут судить по фотографиям с бунгало под соломенной крышей и пальмами.

Но когда гости прибывали в этот рай, первое впечатление разительно отличалось от образа созданного рекламой. Отель состоял из главного корпуса (регистратура, ресторан и бар на 1-м этаже, комнаты для гостей- на 2-м этаже), дома для сотрудников и 12 бунгало для гостей. Водитель автобуса, доставлявшего отдыхающих, высаживал их между главным корпусом и домом для сотрудников. Вместо морских просторов гости вынуждены были созерцать заднюю дверь кухни, свисающие с бельевой веревки простыни и стоящую над домкратом машину. Администрация отеля не слишком заботилась о том, какое у гостей будет первое впечатление. Подъезд к отелю был спроектирован так, чтобы обслуживающему персоналу было удобнее таскать чемоданы гостей.

Руководство не задумывалось о том, что многие из гостей настроены на иной прием. Между тем, поток клиентов стал уменьшаться. Необходимо было что-то предпринимать. Директор отеля пригласил консультанта по маркетингу и попросил совета

Вопросы и задания:

1. Проведите анализ сложившейся ситуации.
2. Внесите рекомендации по улучшению сложившейся ситуации в отеле.

3. Многие менеджеры считают целью бизнеса получение прибыли, в то время как другие видят эту цель в создании и удержании клиентуры. Объясните, как эти противоположные точки зрения могут влиять на взаимоотношения туристического предприятия со своими клиентами. Если менеджер считает своей целью привлечь и удержать клиента, значит ли это, что его не интересует прибыль.

Ситуация 2.

«Луна-Хилтон» так будет называться первый лунный отель компании «Хилтонинтернэшнл». О своем намерении построить на Луне первую пятизвездочную гостиницу заявила компания, которой принадлежат самые престижные отели в мире. Это заявление последовало после того, как на Луне была обнаружена вода. Предполагается, что в комплексе будут 5000 номеров. Он будет оснащен двумя солнечными панелями, которые дадут электроэнергию. Проектом также предусмотрены собственный пляж, «море» и ферма для обеспечения постояльцев продуктами питания.

Компания «Хилтон-интернэшнл» работает в тесном контакте с экспертами из НАСА, которое, как предполагается, будет доставлять гостей в комплекс. На осуществление этой идеи «Хилтон» уже израсходовал около 170 тыс. евро. Британский архитектор Петер Инстон, разработавший «лунный проект», предложил возвести на Луне 325-м комплекс, который станет самым высоким отелем во Вселенной. Там будут рестораны, медицинский центр, церковь и даже школа. Скоростные лифты будут доставлять гостей к номерам. Подача питьевой воды будет обеспечиваться за счет недавно открытого ледяного запаса. Эта же вода будет использована и для «моря». В качестве «пейзажа» предполагается оставить естественные лунные горы. В будущем отеле предусмотрен даже «автобус» для проведения экскурсий по Луне. Внутри всех помещений комплекса, по планам «Хилтона», будет поддерживаться нормальное, земное давление. Дабы компенсировать недостаток земного притяжения, посетители будут ходить в обуви с магнитной подошвой. Кроме того, проектом предусмотрен собственный космодром, где будут причаливать «шаттлы».

Вопросы и задания:

1. Как вы оцениваете идею подобного туристского продукта?
2. Какие условия необходимы для его коммерческого успеха?
3. Каким образом можно уменьшить риск?

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «Практическое (прикладное) задание»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Практические задания выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Практические задания выполнены на среднем уровне

	(правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Практические задания выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Практические задания выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)

1. «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности»
2. Виды сервисной деятельности.
3. Влияние этнической культуры на поведение потребителя.
4. Деловые и межличностные конфликты в сфере сервиса.
5. Договорные отношения в сфере сервиса.
6. Документы, фиксирующие отношения сервисной организации и потребителей услуг.
7. Документы, фиксирующие отношения сервисной организации и потребителей услуг.
8. Жизненный цикл услуг
9. Значение репутации предприятия сферы сервиса.
10. Значение эстетики среды сервисной деятельности.
11. Индивидуальный подход к потребителю сервисных услуг.
12. Инновации в сфере сервиса.
13. Компоненты качества услуги.
14. Компьютеризация в сервисной деятельности.
15. Конкуренция в деятельности предприятия сферы сервиса.
16. Критерии качества и эффективности сервисной деятельности.
17. Место сервиса в индустриальном и постиндустриальном обществе.
18. Методы управления сервисной деятельностью.
19. Нормативные документы по обслуживанию населения.
20. Обеспечение безопасности сервисной деятельности.
21. Общероссийский классификатор услуг населению.
22. Основные группы услуг и их характеристики.
23. Основные стратегии поведения в конфликте.
24. Особенности поведения потребителей в сервисной деятельности.
25. Особенности сферы сервиса в Советской России.
26. Периодизация истории сервисной деятельности в России.
27. Повышение профессионализма кадров и производительности труда.
28. Позитивные и негативные тенденции в развитии сферы сервиса в 90-е гг. 20 века и в начале 3-го тысячелетия.
29. Понятие «индустрия сервиса».
30. Понятие «инфраструктура сервиса».
31. Понятие «культура сервиса».
32. Понятие «послепродажный сервис».
33. Понятие «сервисная деятельность».

34. Понятие «услуга».
35. Понятие «фирменное обслуживание».
36. Понятия «сервис» в широком и узком смысле слова.
37. Правила поведения в конфликтных ситуациях.
38. Практика сервиса с учетом национальных и демографических особенностей.
39. Предприятия сервиса, классификация, особенности.
40. Принципы профессионального поведения организатора сервиса.
41. Принципы современного сервиса.
42. Производственные объединения в сфере сервисной деятельности.
43. Процесс личной продажи: особенности сервисной коммуникации.
44. Психология процесса сервисной деятельности.
45. Разновидности услуг и их характеристика.
46. Рациональная организация пространственной среды сервисной деятельности.
47. Роль общения в сервисной деятельности.
48. Сегментация рынка услуг.
49. Сервисная деятельность и самообслуживание: отличительные черты.
50. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.
51. Стандарты и нормативы сервисной деятельности.
52. Стратегия и приоритеты сервисной деятельности.
53. Сфера сервиса в России во второй половине 19-начале 20 века.
54. Типология конфликтных личностей.
55. Требования к персоналу сферы сервиса.
56. Услуга и товар: сходство и различие.
57. Учреждения и организации сферы сервиса в России.
58. Формы обслуживания потребителей.
59. Формы обслуживания потребителей.
60. Этапы продажи услуги.

Критерии и шкала оценивания к промежуточной аттестации «зачет»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания	Шкала оценивания (зачёт)
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объёме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено

хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы	не зачтено

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)