

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»
(ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»)**

**Северодонецкий технологический институт
Кафедра экономики и управления**

УТВЕРЖДАЮ:
Врио. директора СТИ (филиал)
ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»
Ю.В. Бородач
(подпись)
« 26 » 09 2024 года



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»**

По направлению подготовки 43.03.02 Туризм

Программа: «Технология и организация туроператорских и турагентских
услуг»

Северодонецк – 2024

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Сервисная деятельность» по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, программа «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» – ____ с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Сервисная деятельность» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 954 22 февраля 2018 г. № 124 (с изменениями и дополнениями от 26 ноября 2020 г., 27 февраля 2024 г.)

СОСТАВИТЕЛЬ:

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры Экономики и управления «_02_» ____09__ 2024 г., протокол № _1_.

Врио заведующего кафедрой  Ю. В. Бородач
Переутверждена: «__» ____20__ г., протокол № ____.

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии Северодонецкого технологического института (филиала) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» «_16_» ____09__ 2024 г., протокол № ____1__.

Председатель учебно-методической комиссии
СТИ (филиала) ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»  Ю.В. Бородач

Структура и содержание дисциплины

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

Цель изучения дисциплины – комплексное представление о задачах, направлениях и методах сервисной деятельности, ознакомление с современным рынком услуг; формирование у будущего бакалавра комплекса знаний, умений и навыков в сервисной деятельности, представление об основных и перспективных направлениях сервисной деятельности; а также создание системы знаний о сервисной деятельности, услугах, формах обслуживания, принципах формирования новых услуг с учетом инноваций в технике, технологии, социально-экономической сфере.

Задачами освоения дисциплины является:

изучение особенностей сервисной услуги и ее роли в жизни социума;

ознакомление с принципами организации сервисной деятельности, показателями качества услуг и обслуживания;

углубление теоретических знаний в сервисной деятельности путем использования средств экономического и математического анализа и современных компьютерных и информационных технологий;

овладение основами методологии исследования сервисной деятельности в туристическом и гостиничном бизнесе;

приобретение базовых навыков практической работы по сбору необходимых материалов, их комплексной оценке, анализу и систематизации;

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Сервисная деятельность» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений рабочего учебного плана.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплины: «Введение в специальность» и служит основой для освоения дисциплины «Управление туристской деятельностью», «Инновационные технологии в туризме».

Курс «Сервисная деятельность» является необходимой для освоения профессиональной компетенций по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, а также, самостоятельного занятия научно-исследовательской работой студента и написания выпускной квалификационной работы.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ПК-3. Способен организовать процесс обслуживания потребителей с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий	ПК-3.1. Умеет выбирать и обосновывать применение клиентоориентированных технологий туристского обслуживания на основе нормативных правовых актов и с учетом запросов потребителей	знать: нормативно-правовые акты, лежащие в основе обслуживания потребителей туристских услуг; уметь: исследовать и учитывать запросы потребителей при организации обслуживания туристов и других заказчиков туристских услуг; владеть: кlientoориентированными технологиями туристского обслуживания на основе нормативных правовых актов и с учетом запросов потребителей;

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)	288 (8 зач. ед)	288 (8 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего) в том числе:	108	20
Лекции	54	10
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	54	10
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)	180	268
Форма аттестации	экзамен	экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Природа и характер сервисной деятельности

Основные понятия и сущность сервисной деятельности. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Специфика рынка услуг. Виды сервисной деятельности.

Тема 2. Становление и развитие сервисной деятельности

Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности. Особенности сервисной деятельности в России.

Тема 3. Социально-культурная сфера

Характеристика социально-культурной сферы. Прогрессивные формы

обслуживания. Культура сервиса.

Тема 4. Психология процесса обслуживания

Понятие «контактной зоны». Тактика обслуживания. Жалобы и конфликты при обслуживании. Принципы ведения партнерской беседы.

Тема 6. Классификация услуг

Разновидности услуг и их характеристика. Классификация услуг по функциональной направленности. Общероссийские классификаторы услуг населению. Классификация услуг по отраслевому принципу. Комплексная классификация услуг.

Тема 7. Теория организации обслуживания

Предприятия, оказывающие услуги населению. Организация процесса обслуживания.

Тема 8. Государственное и региональное регулирование сервисной деятельности

Качество услуги в сервисной деятельности. Стандартизация и сертификация в управлении качеством услуг. Лицензирование услуг. Методы регулирования рынка услуг.

Тема 9. Характеристика инноваций в сервисной деятельности

Инновационный менеджмент в сервисной деятельности. Особенности жизненного цикла услуги.

Тема 10. Особенности функционирования отдельных групп услуг

Сфера бытового обслуживания населения. Посреднические услуги. Досуговые услуги. Сервисная деятельность в гостиницах. Туристская деятельность.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Природа и характер сервисной деятельности	2	2
2.	Становление и развитие сервисной деятельности	6	
3.	Социально-культурная сфера	4	2
4.	Психология процесса обслуживания	6	
5.	Этическая культура сервиса. Профессиональное поведение и этика взаимоотношений в сфере сервиса	6	2
6.	Классификация услуг	6	
7.	Теория организации обслуживания	6	2
8.	Государственное и региональное регулирование сервисной деятельности	6	
9.	Характеристика инноваций в сервисной деятельности	6	2
10.	Особенности функционирования отдельных групп услуг	6	
Итого:		54	10

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Природа и характер сервисной деятельности	2	2
2.	Становление и развитие сервисной деятельности	6	

3.	Социально-культурная сфера	4	2
4.	Психология процесса обслуживания	6	
5.	Этическая культура сервиса. Профессиональное поведение и этика взаимоотношений в сфере сервиса	6	2
6.	Классификация услуг	6	
7.	Теория организации обслуживания	6	2
8.	Государственное и региональное регулирование сервисной деятельности	6	
9.	Характеристика инноваций в сервисной деятельности	6	2
10.	Особенности функционирования отдельных групп услуг	6	
Итого:		54	10

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1.	Природа и характер сервисной деятельности	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	18	26
2.	Становление и развитие сервисной деятельности	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	18	26
3.	Социально-культурная сфера	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	18	28
4.	Психология процесса обслуживания	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	18	26
5.	Этическая культура сервиса. Профессиональное поведение и этика взаимоотношений в сфере сервиса	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	18	28
6.	Классификация услуг	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	18	26
7.	Теория организации обслуживания	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	18	28
8.	Государственное и региональное регулирование сервисной деятельности	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	18	26
9.	Характеристика инноваций в сервисной	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников	18	26

	деятельности	научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.		
10.	Особенности функционирования отдельных групп услуг	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	18	28
Итого:			180	268

4.7. Курсовые работы/проекты по дисциплине «Сервисная деятельность» 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. Вакуленко Р.Я., Управление гостиничным предприятием: учебное пособие / Р.Я. Вакуленко, Е.А. Кочкурова - М.: Логос, 2016. - 320 с. - ISBN 978-5-98704-272-7 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785987042727.html>
2. Организация сервисной деятельности / Т.Г. Неретина - М.: ФЛИНТА, 2019. - ISBN 978-5-9765-1205-4 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976512054.html>
3. Назаркина В.А., Сервисная деятельность (схемы и таблицы): учеб. пособие / Назаркина В.А. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2015. - 104 с. - ISBN 978-5-7782-2796-5 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778227965.html>
4. Назаркина В.А., Сервисная деятельность. Практикум: учеб. пособие / Назаркина В.А. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2014. - 100 с. - ISBN 978-5-7782-2529-9 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778225299.html>
5. Загорская Л.М., Теория и практика социально-культурного сервиса: учеб. пособие / Загорская Л.М. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2013. - 78 с. - ISBN 978-5-7782-2239-7 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778222397.html>
6. Свириденко Ю.П., Сервисная деятельность в обслуживании населения / Свириденко Ю. П. - М.: Дашков и К, 2012. - 220 с. - ISBN 978-5-394-01503-8 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394015038.html>
7. Романович Ж.А., Сервисная деятельность / Романович Ж. А. - М.: Дашков и К, 2013. - 284 с. - ISBN 978-5-394-01274-7 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394012747.html>
8. Н.И. Давыденко, Т.В.Крапива. Сервисная деятельность: Учебное пособие. - / Кемеровский технологический институт пищевой промышленности. - Кемерово, 2008. - 110с.
9. Лойко О.Т. Сервисная деятельность: Учеб.пособие. /Том. политех. ун-т. – Томск, 2003. – 164 с.
10. Гостева Л.Ф. Сервисная деятельность: учебное пособие. – Вологда: ВоГТУ, 2005. - с.
11. Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность: учебное пособие / Под общ. ред. Ю.М. Краковского. – М: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2006. – 256с. (Серия «Туризм и сервис»).

12. Романович Ж.А., Калачев С.Л. Сервисная деятельность: Учебник / Под общ. ред. проф. Ж.А. Романовича. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006. – 284с.

б) дополнительная литература

1. Аванесова Г. А. Сервисная деятельность: история и современная практика, предпринимательство, менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов. — М.: Аспект Пресс, 2010.

2. Введение в специальность: история сервиса: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по сервисным специальностям — М.: ИНФРА-М, 2009.

3. Власова Т.И. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма: учебное пособие. – СПб, 2010.

4. Гущин В.В., Пахомов В.Д., Приходько Е.П. Сервисное право: Учеб. пособие. – М.: Дашков и К, 2011.

г) 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.dahlniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Сервисная деятельность» 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	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	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 «Сервисная деятельность»

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	ПК-3. Способен организовать процесс обслуживания потребителей с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий	Пороговый	знать: нормативно-правовые акты, лежащие в основе обслуживания потребителей туристских услуг;
Основной		Базовый	уметь: исследовать и учитывать запросы потребителей при организации обслуживания туристов и других заказчиков туристских услуг;
Заключительный		Высокий	владеть: кlientoориентированными технологиями туристского обслуживания на основе нормативных правовых актов и с учетом запросов потребителей;

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

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-3.	Способен организовать процесс обслуживания потребителей с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий	ПК-3.1. Умеет выбирать и обосновывать применение клиентоориентированных технологий туристского обслуживания на основе нормативных правовых актов и с учетом запросов потребителей	<i>Тема 1. Природа и характер сервисной деятельности Тема 2. Становление и развитие сервисной деятельности Тема 3. Социально-культурная сфера Тема 4. Психология процесса обслуживания Тема 5. Этическая культура сервиса Тема 6. Классификация услуг гостиничного сервиса Тема 7. Теория организации обслуживания Тема 8. Государственное и региональное регулирование сервисной деятельности Тема 9. Характеристика инноваций в сервисной деятельности Тема 10. Особенности функционирования отдельных групп услуг</i>	3,4

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.	ПК-3. Способен организовать процесс обслуживания потребителей с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий	ПК-3.1. Умеет выбирать и обосновывать применение клиентоориентированных технологий туристского обслуживания на основе нормативных правовых актов и с учетом запросов потребителей	знать: нормативно-правовые акты, лежащие в основе обслуживания потребителей туристских услуг уметь: исследовать и учитывать запросы потребителей при организации обслуживания туристов и других заказчиков туристских услуг владеть: клиентоориентированными технологиями туристского обслуживания на основе нормативных правовых актов и с учетом запросов потребителей;	Тема 1. Природа и характер сервисной деятельности Тема 2. Становление и развитие сервисной деятельности Тема 3. Социально-культурная сфера Тема 4. Психология процесса обслуживания Тема 5. Этическая культура сервиса Тема 6. Классификация услуг гостиничного сервиса Тема 7. Теория организации обслуживания Тема 8. Государственное и региональное регулирование сервисной деятельности Тема 9. Характеристика инноваций в сервисной деятельности Тема 10. Особенности функционирования отдельных групп услуг	доклад, сообщение, тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)

1. Типовые тестовые задания

(пороговый уровень)

1. Идеальная услуга — это

а) абстрактная, теоретическая модель того или иного вида сервисной деятельности. Она включает правила обслуживания населения, стандарты качества, технологию оказания услуги.

б) это конкретные материальные действия, направленные на удовлетворение потребностей потребителя. Эти услуги индивидуализированы по исполнителям, потребителям, конкретным условиям их оказания.

в) это услуга, удовлетворяющая материальные потребности людей

2. Реальная услуга — это

а) это услуга, удовлетворяющая материальные потребности людей.

б) конкретные материальные действия, направленные на удовлетворение потребностей потребителя. Эти услуги индивидуализированы по исполнителям, потребителям, конкретным условиям их оказания.

в) это услуга, удовлетворяющая духовные, интеллектуальные потребности людей и поддерживающая их нормальную жизнедеятельность.

3. Материальные услуги - это

а) это услуги, удовлетворяющие духовные, интеллектуальные потребности людей и поддерживающие их нормальную жизнедеятельность.

б) это услуги, удовлетворяющие материальные потребности людей.

в) это конкретные материальные действия, направленные на удовлетворение потребностей потребителя.

4. Сфера обслуживания населения — это

а) совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению.

б) деятельность исполнителей при непосредственном контакте с потребителями услуг.

5. Услуга – это

а) это деятельность исполнителя, проходящая при непосредственном контакте с потребителем.

б) обслуживание потребителей, осуществляемое либо в специализированных помещениях сервисного предприятия, либо в любом другом месте.

в) работа (совокупность мероприятий), выполняемая для удовлетворения нужд и потребностей клиентов, обладающая законченностью и имеющая определенную стоимость.

6. Отличительными особенностями услуг являются:

а) неосвязаемость;

б) отчужденность от производителя;

в) изменчивость по своим качествам;

г) невозможность хранения;

7. Какие потребности относятся к базовым потребностям?

а) биологические

б) этические

в) материальные

г) социальные

8. Как классифицируются потребности по источникам (каналам) удовлетворения

а) не удовлетворяемые потребности;

б) потребности, удовлетворяемые в системе сервисного обслуживания;

в) потребности, удовлетворяемые путем самообслуживания.

г) потребности, удовлетворяемые индивидуальными предпринимателями;

9. По частоте возникновения потребности бывают:

- а) периодические;
 - б) поэтапные;
 - в) непрерывно продолжающиеся;
 - г) эпизодические.
10. В чем особенность рынка услуг в отличие от рынка товаров?
- а) для рынка услуг характерна большая степень локализации и привязанности его к местности;
 - б) рынок услуг отличается значительной сегментацией;
 - в) рынок услуг отличается не большой конъюнктурностью и предсказуемостью;
 - г) рынок услуг характеризуется большим динамизмом и гибкостью;
11. По масштабу сервис делится на:
- а) локальный,
 - б) региональный,
 - в) государственный,
 - г) международный.
12. По степени адаптации к потребителям сервис делится на:
- а) стандартизированный;
 - б) индивидуальный;
 - в) групповой;
13. По направленности услуг сервис делится на:
- а) косвенный сервис;
 - б) стандартный сервис;
 - в) прямой сервис;
14. По содержанию работ сервис делится на:
- а) прямой сервис;
 - б) мягкий сервис
 - в) жесткий сервис;
15. По времени осуществления сервис делится на:
- а) послепродажный сервис;
 - б) допродажный сервис;
 - в) предпродажный сервис;
16. Исполнитель услуги — это:
- а) предприятие, организация или предприниматель, оказывающие услугу потребителю;
 - б) предприятие, организация или предприниматель удовлетворяющие потребности людей;
17. Социально-культурные услуги — это
- а) услуги, удовлетворяющие материальные потребности людей и поддерживающие их нормальную жизнедеятельность.
 - б) услуги, удовлетворяющие духовные, интеллектуальные потребности людей и поддерживающие их нормальную жизнедеятельность.
18. Основой сервисной деятельности являются:
- а) персонал, выполняющий обслуживание,
 - б) средства обслуживания;
 - в) время обслуживания;
 - г) условия обслуживания.
19. Организационно-управленческая работа сервисного предприятия включает:
- а) восстановление (изменение, сохранение) потребительских свойств товара или услуги;
 - б) организацию контактной зоны для общения с потребителем услуги;
 - в) подбор сотрудников, обладающих психологическими способностями для работы с потребителями;

г) планирование сервисной деятельности организации, прогнозирование развития организации при изменении рынка или ассортимента услуг;

20. Какие потребности в иерархии потребностей играют определяющую роль:

а) материальные;

б) социальные;

в) духовные;

21. Цель сервисной деятельности:

а) удовлетворение потребностей населения в услугах.

б) восстановление (изменение, сохранение) потребительских свойств товара или услуги;

в) обслуживание потребителей, осуществляемое либо в специализированных помещениях сервисного предприятия, либо в любом другом месте;

22. В зависимости от субъекта, предъявляющего потребность, выделяют потребности:

а) индивидуума;

б) временно проживающего населения;

в) коллективные;

г) местного населения;

23. Обслуживание — это:

а) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги;

б) совокупность полезных свойств услуги, непосредственно направленных на удовлетворение той или иной потребности человека.

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% правильных ответов
4	71-85% правильных ответов
3	61-70% правильных ответов
2	60% правильных ответов и ниже

2. Вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений)

(пороговый уровень)

- 1) Различные подходы к понятию «сервис», «сервисная деятельность».
- 2) Понятие «услуга». Отличительные особенности услуг.
- 3) Функции сферы услуг.
- 4) Особенности рынка услуг.
- 5) Сервис как форма человеческой деятельности.
- 6) Сервисная деятельность как способ удовлетворения потребностей.
- 7) Потребности современного человека и возможности сервиса.
- 8) Классификация сервисной деятельности.
- 9) Зарождение и развитие услуг в античное время.
- 10) Особенности сервисной деятельности в Средневековье и Новое время.
- 11) Развитие сервиса в эпоху индустриализации.
- 12) Сервис и постиндустриальное общество.

- 13) Развитие сервиса в досоветский период.
- 14) Особенности и проблемы сервиса в СССР.
- 15) Современные тенденции и процессы в системе сервиса.
- 16) Характеристика социально-культурной сферы.
- 17) Характеристика социально-культурного сервиса и сферы культурной деятельности.
- 18) Прогрессивные формы обслуживания.
- 19) Культура сервиса и культура обслуживания
- 20) Дать определение понятию «контактная зона». Привести примеры контактных зон различных сервисных предприятий.
- 21) Особенности оснащения «контактной зоны».
- 22) Особенности работы специалистов по сервису в «контактной зоне».
- 23) Требования к словам и действиям обслуживающего персонала в «контактной зоне».
- 24) Жалобы и конфликты при обслуживании. Способы разрешения конфликтов.
- 25) Необходимость классификации услуг.
- 26) Отраслевая классификация услуг.
- 27) Классификация услуг по функциональной направленности.
- 28) Двойственный характер услуг.
- 29) Общероссийские классификаторы услуг.
- 30) Классификация предприятий, оказывающих услуги населению.
- 31) Способы предоставления услуг организациями сферы услуг.
- 32) Факторы, влияющие на работу с потребителем.
- 33) Организация процесса обслуживания.
- 34) Дать определение качества услуги и обслуживания, перечислить и раскрыть важнейшие характеристики услуги, обеспечивающие ее способность удовлетворять потребности клиента.
- 35) Качество услуги с позиции потребителя.
- 36) Относительное качество.
- 37) Цель, объект, область и уровни стандартизации.
- 38) Определение сертификации, система сертификации.
- 39) Обязательная и добровольная сертификация.
- 40) Сущность лицензирования.
- 41) Особенности процесса лицензирования.
- 42) Инновация, инновационная деятельность, инновационный процесс.
- 43) Раскрыть понятия: франчайзинг, франчайзер, франчайзи, роялти.
- 44) Сущность мерчандайзинга.
- 45) Особенности жизненного цикла услуги.
- 46) Сфера бытового обслуживания населения.
- 47) Посреднические услуги.
- 48) Досуговые услуги.
- 49) Сервисная деятельность в гостиницах.
- 50) Туристская деятельность.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «доклад, сообщение»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Доклад (сообщение) представлен(о) на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет

	профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Доклад (сообщение) представлен(о) на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Доклад (сообщение) представлен(о) на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Доклад (сообщение) представлен(о) на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

3. Разноуровневые задачи и задания

(базовый уровень)

Задание 1: Упражнение «Приветствие»

Вежливость в сфере обслуживания предполагает прежде всего приветствие. С древних времен люди оказывают друг другу почтение посредством приветствия. Хотя этикетом предусмотрено, что первым здоровается мужчина с женщиной, младший по возрасту со старшим, нижестоящий по должности с вышестоящим, то в сфере обслуживания не стоит соблюдать эти правила и лучше поприветствовать своего клиента первым.

Когда входит клиент, работнику нужно сделать легкий поклон головы и улыбнуться, приветствуя клиента одним из общепринятых выражений: «Добрый день», «Здравствуйте», «Рады с вами встретиться» и т.д. с соответствующей интонацией.

Задание группе. Разбейтесь на пары, распределите роли. Проиграйте различные варианты приветствия, поменяйтесь ролями и проанализируйте, какие чувства и настроение вызывают у вас различные формы приветствия.

Задание 2: Упражнение «Невербальное поведение»

Иногда важная для заключения сделки информация отражается в выражении лица, жестах и позах клиента. Эти средства невербального общения воздействуют и на клиента, помогая усилить значение слов работника сервиса.

Для того чтобы научиться эффективно использовать данный ресурс убеждения, необходимо тренироваться.

Задание группе

1. Попробуйте усилить с помощью жестов следующие фразы, которые вы произносите, общаясь с клиентом: «Наша фирма уверенно чувствует себя на рынке», «Наша забота – чтобы вы чувствовали себя комфортно», «Вы можете нам доверять», «Мы всегда готовы к сотрудничеству с вами». Понаблюдайте, какие жесты были использованы во время беседы.

2. Поговорите с собеседником 3 минуты. Сколько жестов и микродвижений вы уловили?

Задание 3: Подготовить материал об организации пространства контактной зоны различных сервисных предприятий (банки, офисы предприятий, медицинские учреждения, гостиницы, бутики и пр.). Выявить специфические особенности организации зоны обслуживания, эстетические решения, наличие специального оборудования, наличие персонала (в количестве и по должностям).

Определить удобства и проблемы, которые создают данные решения по оформлению контактной зоны для потребителей. Доклад обязательно должен сопровождаться иллюстративным материалом.

Задание 4: «Интонация»

Чтобы эффективно общаться с клиентами, необходимо хорошо владеть своей интонацией и уметь с ее помощью передавать различные оттенки чувств. Эмоциональная интонация позволяет обращаться непосредственно к потребностям клиента. Исследованиями установлено, что информация, переданная слушателю выразительным тоном, запоминается в полтора раза лучше. Выразительное интонационное чтение, например, дикторов радио, вызывает у слушателей яркие образные представления. С помощью широты диапазона собственного голоса и психологических пауз, подчеркивающих значимые слова, говорящий оказывает сильное влияние на собеседника.

Задание группе

1. Произнесите фразу «Что Вы хотите мне сказать?» с какой-либо интонацией, слушатели должны определить, что вы при этом чувствуете или хотите выразить.

2. Произнесите фразу «Наша услуга одна из самых лучших» с различной интонацией: с раздражением, с сомнением, с равнодушием, с гордостью, с интересом, с восхищением, с напором, с пониманием. Слушатели должны определить, какая интонация вызывает большее желание сотрудничать.

3. Произнесите одну и ту же фразу сначала как обычную, а затем делая паузы и выделяя голосом значимые слова. Обратите внимание, как меняется смысл и стиль высказывания.

Активное слушание позволяет завоевать доверие клиента, собрать максимально полную информацию о его интересах, потребностях, желаниях и убедительно воздействовать на его решение.

Когда клиента или партнера не слушают, то его захватывают эмоции, и он не может действовать разумно и эффективно. Менеджер, не слушающий клиента, проявляет неуважительное отношение к тем ценностям, о которых говорится. Как себя ведет плохой слушатель? Он обычно:

- старается не смотреть на клиента;
- имеет позу, которая демонстрирует, что он не слушает: руки скрещены, нога покачивается, корпус тела отклонен назад;
- говорит резко или нетерпеливо и голосом отталкивает, сучает во время разговора или презрительно воспринимает предложения;
- неожиданно меняет тему разговора и игнорирует то, о чем говорилось.

Хороший слушатель поддерживает:

– **ВИЗУАЛЬНЫЙ КОНТАКТ.** Если вы собираетесь говорить с кем-то, то смотрите на него. Глаза не только зеркало души, но и зеркало того, как вы воспринимаете другого.

– **ЯЗЫК ТЕЛА.** При общении важно сохранять открытую позицию, показывая интерес к собеседнику.

– **ТОН И СКОРОСТЬ РЕЧИ.** При внимательном слушании тон вашего голоса гармонирует с голосом партнера. Голосом можно передать теплоту, заинтересованность, значимость для нас мнения собеседника.

– **НЕИЗМЕННОСТЬ ПРЕДМЕТА РАЗГОВОРА.** Хороший слушатель позволяет собеседнику самому определить тему разговора.

Потренируйте приемы активного слушания (кивание головой, вопрос-эхо или «попугайские» вопросы, повторение, переформулирование, отражение эмоций) в беседе.

Старайтесь максимально точно «возвращать» смысл высказывания с помощью других слов, «возвращать» интонацию собеседника. Обычно при точном «попадании» приема активного слушания собеседник чуть заметно кивает головой.

Методические рекомендации:

На основе изучения основных теоретических положений следует сформулировать собственное обоснованное мнение по проблемам и

возможным путем их решения в данной области управления (в зависимости от конкретной постановки вопроса).

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 усвоенного 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

4. Практическое (прикладное) задание (заключительный уровень)

В процессе изучения дисциплины «Сервисная деятельность» для овладения практическими навыками студенты работают с кейсами (ситуационными задачами).

Кейс (в переводе с англ. - случай) представляет собой проблемную ситуацию, предлагаемую студентам в качестве задачи для анализа и поиска решения.

Кейс – описание ситуации, которая возникает в процессе разработки, производства и обмена товаров и услуг. Ситуации, как правило, связаны с поведением покупателя, которое трудно предсказать или измерить, в таких кейсах нет ясного решения и достаточного количества информации. Обычно кейс содержит схематическое словесное описание, статистические данные, а также мнения и суждения.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов:

- используйте знания, полученные в процессе лекционного курса;
- внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами;

- не смешивайте предположения с фактами.

Анализ кейса должен осуществляться в определенной последовательности:

- 1 Выделение проблемы.
- 2 Поиск фактов по данной проблеме.
- 3 Рассмотрение альтернативных решений.
- 4 Выбор обоснованного решения.

Кейс-задание 1: Часто, получая какую-то услугу, клиент пытается еще «выговориться», рассказать о своих проблемах. А у менеджера в данный момент нет

времени на лишние разговоры. Как он поступит в данной ситуации, чтобы клиента не «отпугнуть», не обидеть его? Предложите свои варианты.

Кейс-задание 2: 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?

Кейс-задание 3: Психологи обнаружили, что среди факторов, возбуждающих эмоции, первое место заняла музыка, второе – трогательные сцены из кинофильмов и литературных произведений. Музыкальная психотерапия чрезвычайно действенна для реактивных состояний. Где, в каких видах сервиса можно использовать применение музыки?

Кейс-задание 4: Управление качеством услуги

Практическое задание: проанализируйте основные качественные характеристики понятия «услуга». На Ваш взгляд, можно ли управлять качеством на предприятиях сервиса? Заполните таблицу.

Проблема	Причины	Последствия	Управление
Проблема сегментации по выгодам – расхождение в ожиданиях потребителей и реакции производителя	Обсуждая одни и те же компоненты услуги стороны говорят «разных языках», поэтому фирма имеет ложные представления о предпочтениях потребителей	Разное толкование составляющих полноценного обслуживания обнаружится позже, и клиент будет чувствовать себя обманутым. Это негативно отразится на его отношениях с фирмой	Тщательное изучение предпочтений потребителей с выделением особенностей каждого сегмента. Составление программы стимулирования с учетом требований и пожеланий
Проблема позиционирования – руководители знают, чего хотят их потребители, но не способны или не желают удовлетворить эти потребности			
Оказанная услуга не соответствует рабочим спецификациям			
Услуга в реальном исполнении не соответствует обещаниям			
Ожидания потребителей в отношении приобретаемой услуги не оправдались			

Кейс-задание 5: Технология мерчандайзинга как торговой услуги...

Мерчандайзинг — комплекс мероприятий (выкладка товара, размещение рекламных материалов), направленных на выделение товаров в местах продаж, привлечение к ним внимания и побуждающих покупателей совершать покупки.

Подсчитано, что 2/3 всех решений о покупке принимается непосредственно в магазине. Поэтому, например, в США уровень затрат на рекламу в местах продаж занимает 3-е место. На решение покупателя о приобретении того или иного товара непосредственно в магазине влияют следующие факторы: узнаваемость товара; цена товара; внешний вид товара, упаковка; рекламно-информационные материалы в местах продажи; привлекательная выкладка, доступность товара; фирменное оборудование; специальные акции, дегустации, лотереи и др.; мнение людей о товаре.

Основной задачей мерчандайзинга является увеличение объема продаж товара через розничную сеть.

Основные функции службы мерчандайзинга для увеличения объема продаж в магазинах следующие:

- размещение товара в магазине;
- расположение в магазине рекламно-информационных материалов и фирменного оборудования;
- организация переводных заказов;
- сбор маркетинговой информации;
- контроль за состоянием дел в розничной сети (насыщенность товаром, работа дистрибьюторов и торговых представителей).

Размещение товара в магазине. При размещении товара в магазине необходимо учитывать следующее:

- расположение точки продажи в самом магазине;
- расположение товара относительно покупательского потока;
- расположение товара относительно товаров конкурирующих марок;
- объем, занимаемый товаром на стеллаже.

В США существует компания Selling Area Marketing Inc., которая снабжает производителей, реализующих свои товары через розничную сеть, данными об уровне продаж. Благодаря этому производители получают информацию о сбыте, как своей продукции, так и продукции конкурентов. В соответствии с этими данными отводится место для размещения товаров на полках магазина. В России же на сегодняшний день размещение товара в магазинах часто зависит от администрации магазинов.

Задача службы мерчандайзинга при организации переводных заказов - при посещении магазина отслеживать наличие ассортимента товара производителя и своевременно делать заказ на недостающие позиции.

Вопросы для обсуждения:

1. Какова роль мерчандайзинга в повышении конкурентоспособности предприятия?
2. В каких условиях роль и значение мерчандайзинга будут возрастать?
3. Как применить концепцию мерчандайзинга к услугам СКСиТ (гостиничного сервиса, ЖКХ)? Приведите примеры.
4. Как проявляется заинтересованность в мерчандайзинге со стороны производителя, посредника и покупателя?

Кейс-задание 6: 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?

Кейс-задание 7: Упражнение «Вопросы»

Правильно поставленные вопросы позволяют получать нужную информацию и активно управлять ходом деловой беседы. Переформулируйте следующие закрытые вопросы сначала в открытые, потом в альтернативные: «Вы хотите заключить договор?», «Вам подходят наши условия?», «Я могу Вам чем-нибудь помочь?» и др.

Проработайте их, сочетая вопросы с приемами активного слушания, проанализируйте ситуации. Напишите список открытых и альтернативных вопросов, необходимых при совершении заказа.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «практическое 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%)

5. Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)

1. Сервисная услуга и ее виды.
2. Сервисная деятельность и потребности человека.
3. Служба сервиса и ее функции
4. Историческое развитие сервисной деятельности и особенности ее становления в современном мире.
5. История развития сервисных услуг в странах мира (страна на выбор).
6. Традиции сервиса в разных странах мира.
7. Сервисная деятельность как часть культуры.
8. Этические основы и эстетические аспекты сервисной деятельности.
9. Культура сервиса и этикета в конкретной стране (страна на выбор).
10. Психологическая культура сервиса: психология службы сервиса; трудовая деятельность работников сферы обслуживания.
11. Этическая культура сервиса: профессиональная этика; культура общения работников с клиентами.
12. Эстетическая культура: техническая эстетика и дизайн; эстетика внешнего оформления интерьера предприятий сервиса и рабочих мест обслуживающего персонала; внешний облик работника.
13. Правовое обеспечение сферы обслуживания. Жалобы и претензии потребителей, защита их прав.
14. Классификация услуг по Ф. Котлеру.
15. Классификация статистически учитываемых услуг.
16. Комплексная классификация услуг.
17. Современные формы обслуживания.
18. Сущность и особенности обслуживания потребителей в стационарных условиях и с выездом на дом к потребителям.
19. Бесконтактное обслуживание потребителей.
20. Качество услуги как комплекс, содержащий качество потенциала, процесса и культуры.
21. Характеристика пакета международных стандартов ISO серии 9000-2000.
22. Проблемы качества и безопасности услуг в практике современного сервиса.

23. Характерные черты франчайзинга, как формы предпринимательской деятельности.
Преимущества франчайзинговой системы.
24. Преимущества технологии мерчандайзинга.
25. Основные виды услуг, входящие в туристическую программу.
26. Основы комплексного обслуживания туристов.
27. Особенности сервисного обслуживания в гостиницах.
28. Сервисное обслуживание совещаний, конференций, выставок.
29. Организация развлечений как сфера сервисной деятельности.
30. Организация питания как комплекс сервисных услуг.

**Критерии и шкала оценивания к промежуточной аттестации
«Экзамен»**

Национальная шкала	Характеристика знания предмета и ответов
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме 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.
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.
не удовлетворительно (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

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)