



УТВЕРЖДЕНО:

**Ученым советом факультета экономики,
управления и права
Протокол № 1 от «28» августа 2017 г.**

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

***Б1. В.ОД.4 ОСНОВЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МУНИЦИПАЛЬНЫХ
ОБРАЗОВАНИЯХ***

**основной образовательной программы высшего образования – программы
*бакалавриата***

**по направлению подготовки: 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»
направленность (профиль): *Муниципальное управление***

Квалификация: *бакалавр*

Разработчики:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>доцент кафедры сервисного инжиниринга</i>	<i>к.э.н., доц. Соколова А.П.</i>

Методические указания согласованы и одобрены директором ООП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>профессор кафедры экономики и управления</i>	<i>д.э.н., проф. Морозов В.Ю.</i>



1. Общие положения

Для освоения дисциплины «Основы сервисной деятельности в муниципальных образованиях» предусмотрены различные виды занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся и т.д.

С целью упрощения блока методического сопровождения рабочей программы в данных указаниях (методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) предусмотрены форматы методических указаний - проведение практических занятий.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Основы сервисной деятельности в муниципальных образованиях» подразумевает наличие методической литературы с учетом рекомендуемого режима и характера учебной работы, а также с учетом необходимого формата (практические занятия) в зависимости от дисциплины (модуля).

2. Занятия семинарского типа

Семинарские занятия не предусмотрены.

2.2. Практические занятия

Цель и задачи практических занятий:

Целью проведения семинарских занятий по дисциплине «Основы сервисной деятельности в муниципальных образованиях» является закрепление полученных знаний, формирование умений и профессиональных навыков, компетентного принятия решений.

Задачами практических занятий по дисциплине «Основы сервисной деятельности в муниципальных образованиях» являются:

- получение базовых представлений об истории развития сервиса, изменений взглядов на культуру сервиса в связи с трансформацией экономики страны по сравнению с доперестроечным периодом,
- иметь представление о сущности и классификации услуг как формы удовлетворения потребностей человека, специфики психологических, этических, эстетических, организационно-технологических аспектов культуры сервиса, маркетинга в сфере услуг;
- изучение форм, методов и правил обслуживания потребителей, в том числе со стороны государственных и муниципальных предприятий.

Виды практических занятий

Практическая работа заключается в выполнении студентами, под руководством преподавателя, комплекса учебных заданий направленных на усвоение научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретение практических навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий.

Практическая работа заключается в выполнении студентами, под руководством преподавателя, комплекса учебных заданий направленных на усвоение научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретение практических навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных



уровней составляющих профессиональной компетентности студентов. Основой практикума выступают типовые ситуации, с которыми должен справляться специалист в области сервиса на предприятиях сервисной отрасли.

Тематика практических занятий

Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: «Круглый стол»

Тема и содержание занятия: **Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.**

Практическое занятие, предусматривающее обсуждение студентами исторических вопросов возникновения и эволюции сервисной деятельности, возникновения государственных форм управления населением.

Цель занятия: В процессе изучения темы следует сосредоточиться на терминах и понятиях, используемых в современной сервисной деятельности – «сервис», «услуга», «государственная и муниципальная услуга», «сфера обслуживания населения», «культура государственного сервиса» и др.

Практические навыки: Студентам необходимо уяснить отличительные особенности муниципальных услуг в сравнении, например, с товаром – их неосвязаемость, изменчивость по качеству, невозможность их хранения. Также важно усвоить принципы и отличительные признаки сервисной деятельности в муниципальных образованиях.

Вопросы, выносимые на обсуждение:

1. Понятие об услуге и сервисной деятельности.
2. Сфера услуг в общественном разделении труда.
3. Функции сферы услуг.
4. Понятие "услуга".
5. Особенности рынка услуг.
6. Состав отраслей сферы услуг.
7. Сфера услуг и формирование постиндустриального общества.
8. Факторы развития сферы государственных и муниципальных услуг.

Продолжительность занятия – 2 часа.

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: «Круглый стол»

Тема и содержание занятия: Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности в муниципальных образованиях.

Вопросы, выносимые на обсуждение

1. Принципы современного сервиса в области государственного и муниципального управления.
2. Задачи современного государственного сервиса.
3. Усиление роли сервисизации экономики. Воздействие факторов роста потребительской активности. Эволюция понятия сервис.
4. Государственный сервис и его преимущества.
5. Основные подходы к осуществлению сервиса в разных странах, в том числе на уровне государства и муниципальных образований.

Цель занятия: изучить проблематику формирования сервисного общества РФ, определить основные проблемы развития государственного сектора.

Практические навыки: знать особенности проектирования сервисной деятельности в муниципальных образованиях в соответствии с этнокультурными, историческими и



религиозными традициями.

Продолжительность занятия 2 часа.

Практическое занятие 3.

Вид практического занятия: «Круглый стол»

Тема и содержание занятия: Специфика муниципальных услуг.

Практическое занятие, предусматривающее обсуждение в виде круглого стола современных подходов к функциям и принципам современного государственного сервиса и оказания муниципальных услуг.

Представить презентацию доклада:

1. Потребительский риск в сфере муниципальных услуг.
2. Рынок потребительских услуг и его особенности. Сфера государственных и муниципальных сервисов.
3. Государственные услуги и их социальное значение.

Цель занятия: изучить особенности развития государственного сервиса в России и за рубежом, представить отчет о проделанной работе.

Практические навыки: понимать и анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые философские проблемы, проявлять патриотизм, трудолюбие и гражданскую ответственность

Продолжительность занятия 2 часа.

Практическое занятие 4.

Вид практического занятия: круглый стол

Тема и содержание занятия: Ценность муниципальной услуги.

Цель занятия: изучить различные подходы к оценке услуг.

Написать эссе, посвященное системе предоставления государственных и других сервисов в РФ.

Практические навыки: знать о поведении потребителей, критериях качества информации в развитии постиндустриального общества

Продолжительность занятия 2 часа.

Практическое занятие 5.

Вид практического занятия: семинар

Тема и содержание занятия: Жизненный цикл услуги

Вопросы, выносимые на обсуждение:

1. Сопоставьте жизненный цикл услуги и товара. Поясните различия.
2. Подберите товары и услуги, цикл которых одинаков.
3. Подберите примеры товаров и сопутствующих услуг в области государственного управления, коммерческой деятельности, искусства.

Цель занятия: изучить особенности жизненного цикла услуг и товаров.

Практические навыки: понимать и анализировать экономические процессы, связанные с развитием услуг.

Продолжительность занятия 2 часа.

Практическое занятие 6

Вид практического занятия: семинар

Тема и содержание занятия: Муниципальное обслуживание населения. Российский и международный опыт.

© РГУТИС



Задание для семинарского занятия:

Составить презентацию на тему «Современные государственные сервисы, предназначенные для населения». Задание предполагает анализ одной из современных компаний с раскрытием всех особенностей обслуживания потребителей. Презентация состоит из 10-15 слайдов.

Цель занятия: изучить государственные сервисные технологии.

Практические навыки: владеть способностью понимать и анализировать взаимосвязь муниципального обслуживания и производства дополнительных услуг.

Продолжительность занятия - 1 час.

Контрольная точка 1. Аудиторное тестирование - 1 час

Практическое занятие 7

Вид практического занятия: деловая игра

Тема и содержание занятия: Поведение потребителей публичных и принятие ими решений
Персонализированное предложение сервисного продукта позволяет выделить наиболее важные, с точки зрения сервисологии, аспекты раскрывающие особенности потребления государственных и муниципальных услуг:

- персонафикация осуществляется за счет изменения отдельных материальных и нематериальных компонентов продукта, но не предполагает изменения базового продукта или его идеи;
- адаптированные характеристики формируются только с участием потребителя;
- персонафикация может осуществляться только за счет сервиса.

Упражнения для развития навыков эффективного взаимодействия с потребителем муниципальных услуг

Упражнение «Приветствие»

Вежливость в сфере государственного 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.

Упражнение «Обращение»

Стиль обращения к клиенту или партнеру определяется общим стилем отношений. Обращение на «Вы» свидетельствует о культуре того, кто обращается к партнеру или клиенту. Оно подчеркивает уважение к нему. Обращение на «ты» в деловой обстановке недопустимо. Оно допускается лишь тогда, когда обусловлено неформальными отношениями или может быть взаимным.

Сегодня в нашей стране нет устоявшейся формы обращения к партнеру или клиенту. Однако испокон веков принято уважительно называть людей по имени и отчеству, такова русская традиция. По имени можно обращаться к ближайшим коллегам, партнерам, если



они молоды и не возражают против такого обращения.

К деловым партнерам и клиентам, которые хорошо знакомы, предпочтительно обращаться по имени и отчеству или по фамилии с добавлением слова «господин».

Поскольку партнеры и клиенты, пришедшие в офис, должны иметь возможность обратиться к работникам, важно, чтобы у принимающих посетителей были таблички с именем (или именем и отчеством), фамилией, указанием должности.

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

Упражнение «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.

Цель занятия: закрепить полученные в ходе лекционного занятия знания, приобрести фундаментальные знания о поведении потребителя, в т.ч. государственных и муниципальных услуг, потребностях в разных исторических эпохах

Практические навыки: изучить концептуальные основы сервисологии и рассмотреть аспекты современного потребления государственных и муниципальных услуг.

Продолжительность занятия 4 часа.

Практическое занятие 8.

Вид практического занятия: интерактивное выездное занятие

Тема и содержание занятия: Теория организации обслуживания населения. Выездное практическое занятие, предусматривающее посещение тематической выставки.

1. Объясните, какие типы услуг помогут потребителю удовлетворить каждый уровень потребностей в иерархии потребностей по Маслоу.

2. Объясните, как внешние и внутренние факторы влияют на появление наших потребностей в муниципальных услугах.

3. Перечислите основные источники информации, используемые потенциальным клиентом для принятия решения о покупке. На ваш взгляд, какой из них является наиболее эффективным?

4. Существует мнение, что, принимая решение, клиент не следует какой-либо схеме, а делает свой выбор в большей или меньшей степени случайно. Какова ваша позиция по этому вопросу? Ответ обоснуйте.



5. Какие классификации клиентов Вы знаете?

6. Почему потребители оценивают услуги иначе, чем товары?

Цель занятия: изучить психотипы клиентов и особенности обслуживания клиентов в сфере государственных услуг.

Практические навыки: навыками проектирования различных вариантов обслуживания в секторе госуслуг.

Продолжительность занятия 4 часа.

Практическое занятие 9.

Вид практического занятия: круглый стол

Тема и содержание занятия: "Контактная зона" как сфера реализации сервисной деятельности в муниципальных образованиях

Процесс обслуживания потребителей публичных услуг, его основные формы, методы и правила обслуживания населения.

1. Современные формы обслуживания потребителей публичных услуг. Основные типы сервисных посредников, посреднические и иные услуги.

2. Правовое обеспечение сферы государственного и муниципального обслуживания. Жалобы и претензии потребителей государственных услуг, защита их прав.

Цель занятия: изучить формы и методы обслуживания в муниципальных образованиях.

Практические навыки: владеть навыками формирования сервисного продукта и отношений с потребителями муниципальных услуг.

Продолжительность занятия - 1 час.

Контрольная точка 2. Аудиторное тестирование – 1 час.

Практическое занятие 10.

Вид практического занятия: круглый стол

Тема и содержание занятия: Основные методы предоставления муниципальных услуг и формы обслуживания населения.

Подготовка и представление презентации к докладу:

1. Построение взаимоотношений клиент-контактный персонал (П. К. Миллс, Дж. Г. Моррис, М. Р. Соломон, К. Супренант, Дж. А. Зеппел, И. Дж. Гутман и др.) с учетом специфики оказания госуслуг..

2. Использование моделей массового обслуживания при определении мощности организации сферы услуг (Г. Вагнер, Е. Вентцель, Ю.И. Рыжиков, Х. Таха, Г.П. Фомин и др.).

Цель занятия: изучить этапы обслуживания, в т.ч. в сфере госуслуг.

Практические навыки: владеть навыками работы с компьютером как средством управления информацией

Продолжительность занятия 2 часа.

Практическое занятие 11.

Вид практического занятия: Решение тестовых заданий

Тема и содержание занятия: Качество обслуживания и производительность.

Время на выполнение каждого задания около 1 минуты.

1. Модель маркетинга Ф. Котлера не включает:

а) внутренний маркетинг;

© РГУТИС



б) маркетинг отношений;

в) двусторонний маркетинг.

2. К детерминантам качества услуг (А. Парасураман, В. Зайтамл и Л. Берри) не относится:

а) уверенность;

б) надежность;

в) имидж.

3. В GAP модели определения качества услуг предполагается разрыв:

а) предоставление услуги – внешние коммуникации;

б) стандарты предоставления услуги – восприятие полученной услуги;

в) представление менеджеров об услуге – внешние коммуникации.

4. В соответствии с идеями Р. Чейза о стадиях достижения конкурентоспособности организаций сферы услуг на стадии «достижение определенной квалификации» (вторая стадия) персонал:

а) работает под принуждением, не обладает практически никакими специальными навыками;

б) наделен правом выбирать решений из существующих альтернатив (м. б. ЛПР);

в) пассивный, сознательно следует разработанным правилам, но не более того.

5. Классификация услуг Р. Чейза не выделяет:

а) смешанные услуги;

б) чистые услуги;

в) некоммерческие услуги.

6. Стратегия поддержания уровня (одна из стратегий управления мощностью организаций сферы услуг), сформулированная Р. Джонстоном, предполагает:

а) максимальное использование ограниченного ресурса;

б) сбалансирование спроса и предложения для внесения гибкости в операции.

7. Матричная форма классификации К. Лавлока организаций сферы услуг «Кастомизация и мнение персонала при доставке услуг» имеет два критерия:

а) «степень использования персоналом собственного мнения»/«степень кастомизации услуг»;

б) «степень использования персоналом собственного мнения»/«степень осязаемости услуг».

8. К характеристикам услуг (А. Парасураман, В. Зайтамл и Л. Берри) не относится:

а) неосязаемость;

б) невозможность сохранения;

в) невозможность применения.

9. В GAP модели качества услуг выделяется:

а) функциональное качество услуг;

б) ожидаемая услуга.

10. В. В. Котилко относит к функциям сферы услуг:

а) социальные функции;

б) информационные функции.

11. Стратегическая сервисная концепция предполагает существование групп:

а) управленческих элементов;

б) операционных элементов.

12. Добавление осязаемости в неосязаемые услуги может быть рассмотрено как



проявление стратегии:

а) дифференциации;

б) лидерства по издержкам.

13. Особенности потребления государственных услуг физическими лицами в стране X может быть рассмотрено в соответствии с детерминантами конкурентных преимуществ М. Портера как:

а) параметры спроса;

б) параметры факторов.

14. К числу факторов макроуровня, определяющих спрос в сфере услуг, не относятся:

а) отраслевая специфика;

б) среднедушевые доходы;

в) уровень удовлетворения потребностей в конкретном виде услуг.

15. Использование наделения полномочиями предполагает приверженность лидера

а) теории «Х»;

б) теории «У».

16. К концепции маркетинг-микс для организаций сферы услуг не относится:

а) место;

б) конкурентная ситуация;

в) персонал;

г) услуга.

17. В случае транзакционного маркетинга временное отношение определяется как

а) краткосрочное;

б) долгосрочное.

18. Квадрант матрицы сервисного процесса (Р. Шменнер) MassService описывается

а) высокой степенью интенсивности труда; низкой степенью взаимодействия и кастомизации;

б) низкой степенью интенсивности труда; низкой степенью взаимодействия и кастомизации.

19. Модель сервисной системы для квази-производственных услуг предполагает существование:

а) бэк-офиса;

б) приграничных функций.

1. В соответствии с взглядами А.Смита к сфере услуг относятся:

а) все виды деятельности, кроме сельского хозяйства;

б) один из видов товаров, который прекращает свое существование в момент его производства;

в) совокупность видов деятельности, результатом которых не является создание материального продукта.

Цель занятия: закрепить полученные в ходе лекционных занятий знания

Практические навыки: знать особенности проектирования сервисной деятельности в муниципальных образованиях в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями

Продолжительность занятия 1 час.

Контрольная точка 3. Аудиторное тестирование – 1 час

Практическое занятие 12.

© РГУТИС



Вид практического занятия: Выездное практическое занятие, предусматривающее посещение выставки, работа в группе

Тема и содержание занятия: Стратегические направления и конкурентоспособность в сфере муниципальных услуг.

Цель занятия: разработать и описать процесс персонализации продукта (на примере). Представить графическую модель.

Практические навыки: знать особенности проектирования сервисной деятельности в муниципальных образованиях в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями; владеть навыками формирования продукта и отношений с потребителями муниципальных услуг.

Продолжительность занятия 4 часа.

Практическое занятие 13.

Вид практического занятия: решение ситуационных задач

Тема и содержание занятия: Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности для муниципальных образований.

Практическое занятие, предусматривающее представление результатов исследования, выполненного группой студентов на выставке

Цель занятия: продемонстрировать знания, полученные на лекционных занятиях

Практические навыки: владеть навыками формирования отношений с потребителями госуслуг.

Перечень кейсов.

Задача 1

Медицинская сестра, она же работник и владелец частного косметологического кабинета, обратилась в лицензирующий орган с заявлением о выдаче лицензии 15 мая, в связи с тем, что действие имеющейся лицензии истекает 30 мая. К 30 мая новая лицензия получена не была, из-за того, что лицензирующий орган не завершил рассмотрение представленных документов.

Имеет ли право владелец кабинета продолжить работу на основании справки из лицензирующего органа, что вопрос о выдаче лицензии находится на рассмотрении? Может ли деятельность медицинского работника без лицензии в данном случае быть квалифицирована как незаконное занятие медицинской деятельностью?

Задача 2

Орган местного самоуправления (небольшого города) запретил частному предпринимателю проводить сеансы по исцелению от алкогольной и табачной зависимости на основании того, что у него имелись только диплом целителя и лицензия на данный вид деятельности, выданный в областном центре данного субъекта РФ, однако же у предпринимателя не было разрешения от муниципального органа управления здравоохранением данной территории.

Правомочны ли действия властных структур в данном случае? Если да, то какой вид ответственности может понести предприниматель? Если нет, то какие действия он может предпринять для защиты своих прав?

Задача 3

Медицинская сестра, работающая в городской больнице и живущая в многоквартирном доме, в свободное от основной работы время по просьбе соседей делает им инъекции лекарственных веществ; при этом соседи в благодарность за помощь дают ей денежное вознаграждение. Могут ли действия медсестры в данном случае быть квалифицированы как незаконная медицинская деятельность, с учетом того, что все делалось добровольно,



по просьбе соседей, а денежное вознаграждение давалось без принуждения, а в знак благодарности? Какие документы необходимы для занятия частной медицинской деятельностью? Какой сегмент рынка займет новый предприниматель?

Задача 4

Медицинская сестра пропустила рабочий день, предварительно уведомив заведующего отделением, что она не выйдет на работу в связи с прохождением амбулаторного обследования в поликлинике. Больничный лист за этот день представлен не был, в связи с чем медсестра была уволена приказом главного врача данного лечебно-профилактического учреждения за прогул.

Правомерны ли действия главного врача? Если да, то при каких условиях? Какой нормативный документ регламентирует порядок увольнения работников? Какие действия в защиту своих прав может предпринять незаконно уволенный работник?

Задача 5

Больной доставлен в палату после операции под наркозом под наблюдение дежурной медсестры. Внезапно медсестра была вызвана в соседнюю палату к другому больному. Во время ее отсутствия послеоперационный больной, еще полностью не пришедший в себя после наркоза, неловко повернулся и упал с кровати на пол, получив при этом перелом предплечья.

Кто и какую ответственность несет в этом случае?

Продолжительность занятия 2 часа.

Практическое занятие 14, 15

Вид практического занятия: разработка проекта

Тема и содержание занятия: контрольная точка 4 деятельности. Практическое занятие, предусматривающее представление результатов разработки группового проекта в группах.

Цель занятия: продемонстрировать знания, полученные на лекционных занятиях в области производства государственных и муниципальных услуг.

Практические навыки: владеть навыками формирования сервисного продукта и отношений с потребителями в сфере госуслуг

Продолжительность занятия 4 часа.

2. Перечень основной и дополнительной учебной литературы и перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

2.1. Основная литература

1. Васильев, Г. А. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг [Электронный ресурс] : учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Г. А. Васильев, Е. М. Деева. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012.- <http://znanium.com/bookread.php?book=389603>

2. Восколович, Н. А. Экономика платных услуг [Электронный ресурс] : учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, направлению «Экономика», специальности «Государственное и муниципальное управление» / Н. А. Восколович. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.- <http://znanium.com/bookread.php?book=396000>

3. Резник Г. А. Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013.- <http://znanium.com/bookread.php?book=352240>

2.2. Дополнительная литература

1. Аманжолова Д. А. Введение в специальность: история сервиса: Учебное пособие / Д.А. Аманжолова, В.Э. Багдасарян, В.Н. Горлов. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012.-



<http://znanium.com/bookread.php?book=181801>

2. Гукова О. Н. Предпринимательство в сфере сервиса: учебное пособие / О.Н. Гукова, А.М. Петрова. - М.: Форум, 2009. - <http://znanium.com/bookread.php?book=165066>

3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учеб. пособие / Под ред. Н.А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2014. - <http://znanium.com/bookread.php?book=236719>

4. Наумов В.Н. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=439646>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Интернет-ресурсами к курсу «Сервисная деятельность» могут послужить электронные журналы, порталы и сайты по вопросам сервиса, маркетинговых исследований сервисных компаний, управления обслуживанием, рекламой и PR-деятельностью сервисных предприятий, отражающие современную экономическую ситуацию, зарубежный опыт, а также инновации в сфере обслуживания.

1. <https://www.gosuslugi.ru/>

2. <http://www.choicejournal.ru>

3. <http://www.itechmagazine.ru>

4. <https://uslugi.vsopen.ru/>

2.3. Лабораторные работы

Лабораторные работы не предусмотрены.

3. Самостоятельная работа обучающихся

3.1 Общие положения

Самостоятельная работа является неотъемлемой частью образовательного процесса, связанного с формированием компетенций обучающихся. В учебном плане самостоятельной работе отводится около половины общего объема трудозатрат по изучению дисциплины «Основы сервисной деятельности в муниципальных образованиях».

Методические рекомендации предназначены для рационального распределения времени студента по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины. Они составляются на основе сведений о трудоемкости дисциплины, ее содержании и видах работы по ее изучению, а также учебно-методического и информационного обеспечения.

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов является обучение навыкам работы с научно-теоретической, периодической, научно-технической литературой и технической документацией, необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Основы сервисной деятельности в муниципальных образованиях», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному изучению и изложению полученной информации.

Основными задачами самостоятельной работы студентов являются:

1. овладение фундаментальными знаниями;
2. наработка профессиональных навыков;
3. приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
4. развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.

3.2 Формы (виды) самостоятельной работы и ее трудоемкость (час)



Трудоемкость освоения дисциплины «Основы сервисной деятельности в муниципальных образованиях» составляет 144 часа, из них 74 часа контактной работы с преподавателем и 70 часов, отведенных на самостоятельную работу студента.

Перечень тем самостоятельной работы студентов по подготовке к лекционным и практическим занятиям соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины.

Самостоятельная работа студента предусматривает следующие виды работ:

- подготовка рефератов и докладов на заданную тему,
- подготовка презентаций по определенным вопросам;
- изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике;
- подготовка графического материала по заданной теме.

3.3 Перечень тем самостоятельной работы обучающихся

На самостоятельное изучение выносятся следующие вопросы по темам:

Блок 1. Сервисная деятельность в жизни современного общества

1.1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека (6 часов)

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Какую роль играет сервисная деятельность в рыночной экономике и жизни общества?
2. Что вы знаете об особенностях развития государственного сервиса в России, его проблемах и перспективах?
3. Какие услуги в сервисной деятельности занимают наибольший удельный вес и почему?
4. Почему сервису государственного обслуживания в настоящее время уделяется так много внимания? Как вы думаете, с чем это связано? Оправдано ли это?
5. Какие механизмы, по вашему мнению, целесообразно задействовать для сегментации потребителей: наблюдение, самостоятельный выбор клиентов, опрос и т.д.?
6. Целесообразно ли использовать одну и ту же сегментацию для: а) завоевания или привлечения новых клиентов; б) удовлетворения их потребностей (качество обслуживания); в) формирования лояльности, - или же рациональнее иметь отдельную сегментацию для каждой из вышеназванных позиций?

1.2. Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности в муниципальных образованиях (3 часа)

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Рынок услуг и его различные разновидности, анализ тенденций продаж услуг и прогноз развития рынка

1. Маркетинговый инструментарий и его использование в сервисной деятельности в муниципальных образованиях
2. Публичная услуга, - ее сущность, формирование и поведение на рынке

1.3. Специфика муниципальных услуг (3 часа)

Задачи для самостоятельного решения

1. Муниципальное предприятие при объеме оказания публичных услуг в 500 ед. в год получает доход в 4 тыс. у.е. Повышение цены на оказание услуги привело к сокращению объема оказания на 20%. На сколько при этом уменьшился годовой доход, если принять, что сокращение спроса на услугу обратно пропорционально росту его цены?
2. С наступлением весны объем производства государственной услуги уменьшился, при



его цене в д. ед. падает в два раза:

1. До какого уровня можно поднимать при этом цену на данную услугу, чтобы доход не менялся?
2. Каким при этом должен быть объем продаж до его падения?
Будем считать, что падение объема производства услуги обратно пропорционально росту цены товара
3. По прогнозу на лето в Санкт-Петербурге ожидается 80% дней с теплой погодой, 80% с пасмурной и 60% ветреных дней. Сколько времени (в %) будет тепло, облачно и ветрено? Как это отразится на работе коммунальных служб?
4. Во сколько раз вероятность отгадать в лотерее «6 из 49» пять номеров меньше, чем вероятность: 1) четыре номера; 2) три номера

1.4. Ценность муниципальной услуги (3 часа)

1. Расскажите о трех основных этапах в обслуживании населения.
2. В чем состоят психологические особенности трехэтапного процесса обслуживания клиента?
5. Охарактеризуйте специфические особенности процесса обслуживания населения на различных его этапах.

1.5. Жизненный цикл услуг (6 часов)

Тестовые задания

№	Содержание теста	Правильных ответов
1 а б в г д е ж з	Предоставление услуги можно подразделить на отдельные этапы: 1. обеспечение необходимыми ресурсами; 2. технологический процесс исполнения; 3. контроль; 4. проверка; 5. испытание; 6. отгрузка; 7. приемка; 8. процесс обслуживания.	шесть
2 а б в	Социально-культурная услуга – это: 1. услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей потребителя услуг; 2. услуга по удовлетворению духовных интеллектуальных потребностей и поддержанию нормальной жизнедеятельности потребителя; 3. результат деятельности организации или индивидуального предпринимателя по удовлетворению потребностей туриста в организации и осуществлении тура или его отдельных составляющих.	один
3 а б	Согласно толковому словарю С.И. Ожегова, слово «услуга» имеет следующие значения: 1. действие, приносящее пользу другому; 2. деятельность, направленная на удовлетворение потребностей других лиц, за исключением деятельности, осуществляемой на основе трудовых правоотношений;	два



в	3. работа (совокупность мероприятий), выполняемая для удовлетворения нужд и потребностей клиентов, обладающая законченностью и имеющая определенную стоимость;	
г	4. хозяйственные удобства, предоставляемые кому-нибудь.	
4	Отличительными особенностями услуг являются:	
а	1. неосязаемость услуг;	четыре
б	2. неразрывность производства и потребления услуги;	
в	3. несохраняемость услуг;	
г	4. неповторяемость услуг;	
д	5. незабываемость услуг;	
е	6. непостоянство качества услуг.	
5	Сфера обслуживания населения – это:	
а	1. совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению;	один
б	2. деятельность предприятий и организаций, направленная на удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристских и экскурсионных услугах;	
в	3. деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.	
6	Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем:	
а	1. это отчужденный от производителя результат труда;	один
б	2. это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа;	
в	3. фактически производство совмещено с потреблением.	
7	Важная роль услуг в экономике обусловлена следующими факторами:	
а	1. высокой доходностью (ликвидностью) услуг, которые, как правило, потребляются в момент их производства;	три
б	2. услуга не может быть предложена клиенту в осязаемой форме до завершения процесса его обслуживания;	
в	3. относительно невысокой материалоемкостью (включая тактизируемые нематериальные услуги), что увеличивает объем добавленной стоимости, а, следовательно, национальный доход;	
г	4. коротким сроком получения платы за выполненные услуги.	
8	Какие услуги не относятся к скрытому сектору услуг, это:	
а	1. деятельность по подбору кадров;	два
б	2. осуществление публикаций;	
в	3. страхование;	
г	4. услуги фитнес-центров;	
д	5. юридические услуги;	
е	6. управление трудовыми ресурсами;	
ж	7. уборка помещений;	
з	8. перевозки.	
9	В чем заключается неосязаемость услуги:	
а	1. процесс предоставления и потребления услуг протекает	



б	одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;	один
в	2. услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;	
	3. их нематериальный характер, другими словами, услуга не может быть предложена клиенту в другой форме до завершения процесса его обслуживания.	
10	В чем заключается несохраняемость услуг:	один
а	1. процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;	
б	2. услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;	
в	3. их нематериальный характер, другими словами, услуга не может быть предложена клиенту в другой форме до завершения процесса его обслуживания;	
г	4. они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.	

1.6. Муниципальное обслуживание населения. Российский и международный опыт. (6 часов)

Задачи

1. Женщина в Многофункциональном центре обслуживания населения просит записать ее ребенка в детский сад. Прежде чем посоветовать ей учреждение, какие вопросы должен ей задать оператор?
2. По вашему мнению, развитие сферы услуг требует только материальных средств, инициативы, знаний или же ещё и моральной зрелости и смелости? Если да или нет, то почему?
3. 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? Приведите примеры выездного обслуживания в сфере госуслуг.
4. Каким образом интерьер помещения, в котором проводится обслуживание потребителей муниципальных услуг, влияет на степень их удовлетворенности и эффективность работы обслуживающего персонала? Приведите примеры и расчеты.
5. Какие, по вашему мнению, проблемы этического характера могут возникать в процессе оказания государственных услуг и как их можно разрешить?

Блок 2. Основы теории организации обслуживания

2.1. Поведение потребителей публичных услуг и принятие ими решений (13 часов)

Вопросы для самоконтроля

1. Что понимается под культурой сервиса и в чем она проявляется в процессе обслуживания граждан?
2. Дайте определение психологии, этике и эстетике обслуживания. Какова их роль в сервисной деятельности в муниципальных образованиях?
3. Назовите основные категории потребителей публичных услуг и виды потребностей человека.
4. Как ведут себя на предприятиях сервиса потребители муниципальных услуг с



разными типами темперамента?

5. Как проявляется темперамент работника контактной зоны госучреждения при обслуживании клиентов? Какими способностями он должен обладать?

6. Что такое индивидуальный подход к клиенту? В чем его значение?

7. Что понимается под профессиональным поведением /поведением/ работника контактной зоны муниципальных образований? Приведите примеры.

1. Теория организации обслуживания населения (7 часов)

Вопросы для самоконтроля

1.Каких рекомендаций следует придерживаться при разборе жалоб и претензий потребителей публичных услуг?

2.Конфликт и его причины.

3.Классификация конфликтов.

4.Возможные исходы конфликтов.

5.Охарактеризуйте основные способы разрешения конфликтов в муниципальных образованиях.

6.Раскройте основные приемы влияния на людей, самопрезентации.

2. «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности в муниципальных образованиях (5 часов)

Вопросы для самоконтроля

1. Типология потребителей муниципальных услуг и методы воздействия на них.

2.Дайте определение понятиям «форма обслуживания и метод обслуживания потребителей».

3.Какие современные формы обслуживания населения вы знаете?

4. В чем сущность и особенности обслуживания потребителей публичных услуг в стационарных условиях и с выездом на дом к потребителям?

5. В чем преимущество бесконтактного обслуживания потребителей?

2.4. Основные методы предоставления муниципальных услуг и формы обслуживания населения (5 часов)

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Сервисная деятельность как процесс и его связь с экономической конъюнктурой на рынке услуг

2. Особенности внедрения инноваций в сфере государственных и муниципальных услуг.

3. Жизненный цикл сервисного продукта /товар, услуга/ и его особенности

4. Процесс обслуживания потребителей, прогрессивные формы и методы государственного обслуживания.

5. Сервисные технологии, формы обслуживания и показатели затрат времени в сфере гособслуживания / анализ опыта отечественного и зарубежного сервиса/.

2.5 Качество обслуживания и производительность (5 часов).

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Качество обслуживания клиентов: определение, критерии и составляющие качества услуг. Технологическое, функциональное, общественное качество.

2. Основные направления совершенствования качества обслуживания.

3. Стандарты обслуживания в сервисной сфере. Понятие стандарта, стандартизации



услуг. Закон РФ «О стандартизации». Цели, объект и уровень стандартизации услуг. Международные стандарты услуг ISO 2004-2.

4. Понятие сертификации услуг. Законы РФ «О сертификации продукции и услуг». Обязательная и добровольная сертификация в сфере услуг.

2.6. Стратегические направления и конкурентоспособность в сфере муниципальных услуг (5 часов)

Вопросы для самоконтроля.

5. Какие факторы определяют развитие малого бизнеса в сфере услуг, смежных государственным?

6. В каких направлениях и сегментах сервисной деятельности чаще всего проявляется предпринимательство?

7. Перечислите основные организационно – экономические и имущественно – правовые формы предпринимательства в сфере услуг. В чем причина многообразия этих форм и укажите их преимущества и недостатки.

8. Какие виды помощи оказывают малому бизнесу органы центральной и муниципальной власти? Что, по вашему мнению, мешает развитию предпринимательства в России?

9. Охарактеризуйте личностные предпосылки и индивидуальные качества человека, решившего открыть свое дело в сфере услуг.

10. Почему многие новички в сфере услуг, после небольшого периода их деятельности, быстро разоряются и остаются лишь немногие предприниматели.

11. Опишите основные типы организационных структур управления сервисных предприятий, в чем их сильные и слабые стороны?

2.7. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности для муниципальных образований (3 часа)

Вопросы для самоконтроля.

1. Перечислите, на основе каких критериев можно классифицировать государственные и муниципальные услуги и потребности.

2. Какие виды государственных услуг можно было бы оказать через электронные каналы?

3. Приведите примеры длительных и кратковременных полезных контактов, возникающих в процессе оказания государственных услуг, проанализируйте их сущность.

4. Какую роль играет сегментация в сервисной деятельности? Для каких типов сервисных фирм этот вопрос наиболее актуален?

5. Каким образом определяются наиболее подходящие для сервисной компании группы клиентов, и каким способом их можно длительно удержать?

2.5. Консультации.

Консультация студентов являются неотъемлемой частью учебного процесса, особенно при большой доле самостоятельной работы студентов. Консультация не только призвана сориентировать студентов в материале и специфике предстоящей деятельности, но и предоставляет им возможность восполнить пробелы в системе своих знаний, без ликвидации которых невозможно дальнейшее ее развитие.

3. Контроль знаний и практических навыков, полученных в результате изучения курса



По дисциплине «Основы сервисной деятельности в муниципальных образованиях» предусмотрен экзамен.

Перечень вопросов к экзамену

1. Краткая характеристика этапов развития человеческого общества.
2. Технологические уровни развития человечества.
3. Понятие индустриального общества, его особенности. Зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира.
4. Услуги в средневековом обществе Европы.
5. Услуги в средневековом обществе России.
6. Понятие индустриального общества, его особенности. Индустриальное производство и сервисная деятельность.
7. Понятие постиндустриального общества (информационная революция, сервисизация экономики и др.). Постиндустриальное производство и культура и сервисная деятельность.
8. Глобальные проблемы постиндустриального общества и их связь со сферой сервиса.
9. Признаки услуги. Сравнительная характеристика товаров и услуг.
10. Понятие услуги. Виды услуг.
11. Услуги социального пакета.
12. Государственная услуга. Виды государственных услуг.
13. Международные модели услуг (модели Д. Ратмела, Ф. Котлера, М. Битнера и др.)
14. Сущность понятия «сфера услуг». Элементы сферы услуг. Рынок услуг. Субъекты рынка услуг.
15. Необходимые компоненты сферы услуг: спрос и предложение. Методологические подходы к прогнозированию спроса.
16. Факторы, определяющие спрос в сфере услуг. Неценовые факторы.
17. Особенности рынка услуг.
18. Стратегии предпринимательской деятельности в сфере услуг.
19. Сервисная политика стран Европы и США.
20. Сервисная политика России.
21. Законодательная и нормативная базы сервиса.
22. Принципы осуществления современного государственного сервиса. Основные задачи сферы сервиса.
23. Основные подходы к осуществлению сервиса.
24. Виды предпродажного и послепродажного сервиса.
25. Основные варианты организации системы сервиса.
26. Основные задачи государственной и муниципальной организации.. Меры по улучшению сферы сервиса в ГМУ.
27. Региональные аспекты государственного сервиса.
28. Проблемы отрасли государственного и муниципального управления и перспективы развития.
29. Понятие деловой репутации.
30. Культура сервиса.
31. Понятие контактной зоны и особенности поведения в ней.
32. Этические основы и деловой этикет сервисной деятельности.
33. Эстетические компоненты сферы сервиса.
34. Понятие инноваций в сфере сервиса. Особенности внедрения инноваций в сферу услуг. Примеры удачных и неудачных инновационных решений в сфере сервиса.



35. Жизненный цикл услуги (ЖЦУ).
36. Стратегии конкуренции на различных этапах ЖЦУ.
37. Модель ценности услуги.
38. Классификация потребителей. Потребительское поведение.
39. Качество обслуживания и производительность.
40. Стратегические направления и конкурентоспособность в сфере услуг.
41. Формы коммуникации в сервисе.
42. Роль и значение невербальных способов общения.
43. Международный обмен услугами.
44. Интернет -сервис в современном обществе.
45. Информационные технологии сервисной деятельности.
46. Психологическая культура сервиса.
47. Требования, предъявляемые к профессиональному поведению работника контактной зоны.
48. Культура общения с потребителями. Культура речи работника контактной зоны.
49. Работа с жалобами. Конфликты с клиентами.
50. Способы и правила разрешения конфликтных ситуаций.

4. Перечень основной и дополнительной учебной литературы и перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

4.1. Основная литература

1. Сервисная деятельность. / Под ред. Резник Г.И. М.:ИНФРА-М, 2013 – ЭБС Znanium.com
2. Организация сервисной деятельности [Электронный ресурс] / Т. Г. Неретина. М.: ФЛИНТА, 2013- ЭБС Znanium.com
3. Введение в специальность: история сервиса: Учебное пособие / Д.А. Аманжолова, В.Э. Багдасарян, В.Н. Горлов. М.: ИНФРА-М, 2014 - ЭБС Znanium.com

4.2. Дополнительная литература

1. <http://www.choicejournal.ru>
2. <http://www.itechmagazine.ru>
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] /Под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. Дашков и К°, 2015 - ЭБС Znanium.com
4. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. проф. Е.И. Багданова. - М.: ИНФРА-М, 2011- ЭБС Znanium.com
5. Маркетинг коммерции. Практикум: Учебное пособие / И.М. Синяева, Г.М. Мишулин, М.А. Фойгель, Х.А. Константиныди; Под ред. проф. И.М. Синяевой - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013 - ЭБС Znanium.com

4.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Интернет-ресурсами к курсу «Сервисная деятельность» могут послужить электронные журналы, порталы и сайты по вопросам сервиса, маркетинговых исследований сервисных компаний, управления обслуживанием, рекламой и PR-деятельностью сервисных предприятий, отражающие современную экономическую ситуацию, зарубежный опыт, а также инновации в сфере обслуживания.

1. <https://www.gosuslugi.ru/>
2. <http://www.choicejournal.ru>
3. <http://www.itechmagazine.ru>



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК РГУТИС

Лист 21 из 21

4. <https://uslugi.vsopen.ru/>