



УТВЕРЖДЕНО:
Ученым советом Высшей школы сервиса
Протокол № 12 от «22» мая 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.Б.9 «Сервисная деятельность»

**Основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата**

по направлению подготовки: 15.03.02 Технологические машины и оборудование

направленность (профиль): Бытовые машины и приборы

и жилищно-коммунального хозяйства

Квалификация: бакалавр

Год начала подготовки: 2019

Разработчик (и):

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Доцент</i>	<i>А.П. Соколова</i>

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Доцент высшей школы сервиса</i>	<i>к.т.н., доцент Максимов А.В.</i>



1. Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

1. Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.Б.9 «Сервисная деятельность»

Дисциплина «Сервисная деятельность» является частью первого блока программы бакалавриата и относится к базовой части программы 15.03.02 Технологические машины и оборудование профиль «Бытовые машины и приборы».

Изучение данной дисциплины базируется на знании школьной программы по гуманитарным и общественным предметам: история, обществоведение.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

ОК-6 - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с содержанием, структурой, технологиями и управлением сервисной деятельностью в сфере сервиса.

Предлагаемая программа ориентирована на ознакомление студентов с научным подходом изучения и овладения знаниями о содержании, структуре, технологии и управлении сервисной деятельностью в сфере сервиса, а также о технологиях обслуживания клиентов, и владеющего базовыми умениями применять изученные технологии на практике, в производственной практике, являющейся частью образовательной программы бакалавриата.

Данный курс позволит освоить студентам основные методы и технологии управления, получить определенные навыки для использования их в практической работе, связанной с планированием и проектированием, организацией и контролем сервисной деятельности на предприятиях сервиса.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (4 часа), практические занятия (6 часов), самостоятельная работа студента (130 часов), групповые консультации (2 часа), промежуточная аттестация в форме экзамена (2 часа).

Преподавание дисциплины ведется на 1 курсе и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции в форме повествовательной лекции, лекции-диалога, проблемной лекции, практические занятия в форме круглого стола, выездного занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации. Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплин:

- Технологии делового общения
- Сервис объектов профессиональной деятельности;
- Проектирование процесса предоставления услуг;
- Инновации в профессиональной деятельности;
- Компьютерное моделирование и проектирование.



2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
1.	ОК-6	Способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:

Дисциплина «Сервисная деятельность» является частью первого блока программы бакалавриата и относится к базовой части программы 15.03.02 Технологические машины и оборудование.

Изучение данной дисциплины базируется на знании школьной программы по гуманитарным и общественным предметам: история, обществоведение.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Технологии делового общения
- Сервис объектов профессиональной деятельности;
- Проектирование процесса предоставления услуг;
- Инновации в профессиональной деятельности;
- Компьютерное моделирование и проектирование.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Для заочной формы обучения:

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры
			1
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	14	14
	в том числе:	-	-
1.1	Занятия лекционного типа	4	4
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	6	6
	Семинары	-	-
	Лабораторные работы	-	-
	Практические занятия	6	6
1.3	Консультации	2	2
1.4	Промежуточная аттестация	2	2
2	Самостоятельная работа обучающихся	130	130
3	Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)		Э
4	Общая трудоемкость час з.е.	144	144
		4	4



5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Для заочной формы обучения:

Недели Номер семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия							
	Сервисная деятельность в жизни современного общества	1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	1	Повествовательная лекция (вводная), которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных областью лекционного материала.	0,5	Практическое занятие в форме круглого стола, предусматривающее обсуждение студентами исторических вопросов возникновения и эволюции сервисной деятельности.			10	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС
		2. Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности							10	Подборка определений сервисной деятельности из источников 1, 3, 5
		3. Специфика услуг как товара	1	Лекция-диалог. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель	1	Практическое занятие, предусматривающее обсуждение в			10	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике,



				должен отвечать непосредственно в ходе лекции.		виде круглого стола современных подходов к функциям и принципам современного сервиса и оказания услуг.				предусматривает использование ЭБС
		4. Ценность услуги							10	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике
		5. Жизненный цикл услуг.							10	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС
		6. Сервис как компонент продажи товаров.	-						10	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике
		Контрольная точка 1			0,5	Аудиторное тестирование				
	Основы теории организации обслуживания	7. Поведение потребителей и принятие ими решений							10	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
		8. Теория организации обслуживания.	1	Лекция-диалог. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать	1	Выездное практическое занятие, предусматривающее посещение			10	подготовка презентации по итогам выставки



				непосредственно в ходе лекции.		выставки CleanExpo Moscow 2018 в «Экспоцентре»				
		9. "Контактная зона" как сфера реализации сервисной деятельности.						10	Подготовка к проблемной лекции «Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания», предусматривающее использование ЭБС	
		Контрольная точка 2			0,5	Аудиторное тестирование				
		10. Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания.						10	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам	
		11. Качество обслуживания и производительность.						10	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам	
		Контрольная точка 3.			0,5	Контрольная работа				
		12. Стратегические направления и конкурентоспособность в сфере услуг.	-					10	подготовка презентации по итогам выставки	



		13. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности.	1	Проблемная лекция. На этой лекции новое знание вводится через проблемность вопроса, задачи или ситуации. При этом процесс познания студентов в сотрудничестве и диалоге с преподавателем приближается к исследовательской деятельности. Содержание проблемы раскрывается путем организации поиска ее решения или суммирования и анализа традиционных и современных точек зрения.	1	Практическое занятие, предусматривающее представление результатов исследования, выполненного группой студентов на выставке Hi-Tech Building 2018			10	подготовка презентации для финальной защиты группового проекта	
		Консультация студентов		Консультация предполагает работу преподавателя со студентами перед экзаменом			2				
		Контрольная точка 4.			1	Представление группового проекта, создаваемого студентами в течение семестра.					
Консультация – 2 часа											
Промежуточная аттестация – экзамен – 2 часа											



6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
1	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. 10 часов	1. Свириденко Ю.П. Сервисная деятельность: учебное пособие/Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. - 2-е изд., испр. И доп.- М.: ИНФРА-М, 2017. - 174 с. Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo 2. Сервисная деятельность / Романович Ж.А., Калачев С.Л., - 6-е изд. - М.: Дашков и К, 2017, http://znanium.com/bookread2.php?book=430365
2	Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности. 10 часов	1. Основы сервисной деятельности: учеб.-метод. комплекс / Т. Г. Неретина. - 2-е изд., стер. - М.: Флинта, 2014. Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=462898 2. Свириденко Ю.П. Сервисная деятельность: учебное пособие/Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. - 2-е изд., испр. И доп.- М.: ИНФРА-М, 2017. - 174 с. Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo
3	Специфика услуг как товара. 10 часов	1. Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013, http://znanium.com/bookread2.php?book=352240 2. Сервисная деятельность / Романович Ж.А., Калачев С.Л., - 6-е изд. - М.: Дашков и К, 2017, http://znanium.com/bookread2.php?book=430365
4	Ценность услуги. 10 часов	1. Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013, http://znanium.com/bookread2.php?book=352240 2. Сервисная деятельность / Романович Ж.А., Калачев С.Л., - 6-е изд. - М.: Дашков и К, 2017, http://znanium.com/bookread2.php?book=430365
5	Жизненный цикл услуг. 10 часов	1. Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013, http://znanium.com/bookread2.php?book=352240 2. Сервисная деятельность / Романович Ж.А., Калачев С.Л., - 6-е изд. - М.: Дашков и К, 2017, http://znanium.com/bookread2.php?book=430365
6	Сервис как компонент продажи	1. Основы сервисной деятельности: учеб.-



	товаров. 10 часов	метод. комплекс / Т. Г. Неретина. - 2-е изд., стер. - М.: Флинта, 2014. Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=462898 2.Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013, http://znanium.com/bookread2.php?book=352240
7	Поведение потребителей и принятие ими решений. 10 часов	1.Наумов В.Н. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=439646
8	Теория организации обслуживания. 10 часов	1.Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013, http://znanium.com/bookread2.php?book=352240 2.Сервисная деятельность / Романович Ж.А., Калачев С.Л., - 6-е изд. - М.: Дашков и К, 2017, http://znanium.com/bookread2.php?book=430365
9	"Контактная зона" как сфера реализации сервисной деятельности. 10 часов	1.Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013, http://znanium.com/bookread2.php?book=352240 2.Сервисная деятельность / Романович Ж.А., Калачев С.Л., - 6-е изд. - М.: Дашков и К, 2017, http://znanium.com/bookread2.php?book=430365
10	Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания. 10 часов	1.Маркетинг товаров и услуг : учеб. пособие / А.В. Лукина. — 2-е изд., доп. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017, http://znanium.com/bookread2.php?book=757837
11	Качество обслуживания и производительность. 10 часов	1.Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013, http://znanium.com/bookread2.php?book=352240 2.Сервисная деятельность / Романович Ж.А., Калачев С.Л., - 6-е изд. - М.: Дашков и К, 2017, http://znanium.com/bookread2.php?book=430365
12	Стратегические направления и конкурентоспособность в индустрии туризма и гостеприимства. 10 часов	1.Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013, http://znanium.com/bookread2.php?book=352240 2.Сервисная деятельность / Романович Ж.А., Калачев С.Л., - 6-е изд. - М.: Дашков и К, 2017,



		http://znanium.com/bookread2.php?book=430365
13	Правовое регулирование отношений в процессе обслуживания. 10 часов	2.Маркетинг товаров и услуг : учеб. пособие / А.В. Лукина. — 2-е изд., доп. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017, http://znanium.com/bookread2.php?book=757837

7. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
				знать	уметь	владеть
1.	ОК-6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	все разделы	технологии процесса обслуживания, взаимодействие в процессе оказания услуг, основу организации клиентских отношений, модель потребительского поведения, сущность обслуживания, терминологию сервисной деятельности, функции сферы сервиса, основу психологического воздействия на коллектив и клиентов, основные социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия как внутри компании	планировать и осуществлять мероприятия, направленные на процесс обслуживания потребителя услуг, соблюдать требования современного этикета на уровне компании, на уровне «заказчик-исполнитель».	профессиональной речью/ навыками квалифицированного выступления и диалогической речи делового характера; навыками классификации различных типов культур; навыками управления стрессом, снятия эмоционального напряжения с собеседника, навыком целеполагания. Отличать факт от своего отношения к нему (критическое мышление)



				сервиса, так и на уровне потребителя.		
--	--	--	--	---------------------------------------	--	--

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
Знать технологии процесса обслуживания, взаимодействие коллектива в процессе оказания услуг, основу организации клиентских отношений, модель потребительского поведения, сущность обслуживания, терминологию сервисной деятельности, функции сферы сервиса, основу психологического воздействия на коллектив и клиентов, основные социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия как внутри компании сервиса, так и на уровне потребителя. Уметь планировать и осуществлять мероприятия, направленные на процесс обслуживания потребителя услуг, соблюдать требования современного этикета на уровне компании, на уровне «заказчик-исполнитель».	Тестирование Контрольная работа Защита проекта	Студент продемонстрировал знание в области технологий обслуживания, позволяющее профессионально взаимодействовать с потребителями и коллективом в ходе обслуживания. Демонстрирует умение находить решение задач в области оказания услуг с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей как внутри компании сервиса, так и на уровне потребителя.	Закрепление способности работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

Контроль промежуточной успеваемости студентов по дисциплине строится на бально-рейтинговой системе и заключается в суммировании баллов, полученных студентом по результатам текущего контроля и итоговой работы.

Текущий контроль реализуется в формах тестирования, оценки качества и активности работы на практических занятиях, анализа добросовестности и самостоятельности при написании творческих работ, решения задач, посещаемости занятий и т.д. В семестре по дисциплине устанавливаются мероприятия текущего контроля успеваемости (4 «контрольных точки»). Выполнение всех заданий текущего контроля



является обязательным для студента и является основанием для допуска к промежуточной аттестации.

К критериям выставления рейтинговых оценок текущего контроля относятся:

Основные критерии:

- оценка текущей успеваемости по итогам работы на семинарах;
- оценки за письменные работы (рефераты, доклады, решение задач и др.);
- оценки текущей успеваемости по итогам интерактивных форм практических занятий (деловые игры, дискуссии и др.);
- посещение учебных занятий.

Дополнительные критерии:

- активность на лекциях и семинарских занятиях, интерес к изучаемому предмету;
- владение компьютерными методами изучения предмета, умение готовить презентации для конференций, использование Интернета, профессиональных баз данных при подготовке к занятиям и написании письменных работ;
- обязательное посещение учебных занятий;
- оценка самостоятельной работы студента;
- участие студента в работе организуемых кафедрой (филиалом) круглых столов, конференций и пр.;
- общий уровень правовой культуры, эрудиция в области правовых проблем.

Результаты промежуточной аттестации определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно" (форма промежуточной аттестации – экзамен или дифференцированный зачет) и "зачтено", "не зачтено" (форма промежуточной аттестации – зачет).

В соответствии с Положением «о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата и программам магистратуры, реализуемым по федеральным государственным образовательным стандартам» рейтинговая оценка студентов по каждой учебной дисциплине независимо от ее общей трудоемкости, определяется по 100-балльной шкале в каждом семестре. Распределение баллов рейтинговой оценки между видами контроля рекомендуется устанавливать в следующем соотношении:

Посещаемость – посещение занятий лекционного типа (за исключением поточных) и занятий семинарского типа оценивается накопительно следующим образом: максимальное количество баллов, отводимых на учет посещаемости (30 баллов), делится на количество лекций (за исключением поточных) и практических занятий по дисциплине. Полученное значение определяет количество баллов, набираемых студентом за посещение одного занятия. По решению Ученого совета Высшей школы бизнеса, менеджмента и права посещаемость учебных занятий может не учитываться при оценивании результатов освоения дисциплин.

Успеваемость – оценка успеваемости выставляется за выполнение заданий текущего контроля по дисциплине. Как правило, в семестре 4 мероприятия текущего контроля (4 «контрольных точки»), причем выполнение всех 4 заданий текущего контроля является обязательным для студента. При обнаружении преподавателем в выполненном студентом задании плагиата данное задание оценивается 0 баллов и считается не выполненным.

Практические занятия (между «контрольными точками») проводятся в активной и интерактивной форме (дискуссии по изученному материалу, разбор ситуаций и т.п.), в аудитории или вне аудитории (на выставке, например). Несмотря на то, что преподаватель



не оценивает в баллах студента на каждом занятии, в тоже время преподаватель фиксирует активность на занятии и при подведении итогов за семестр начисляет от 0 до 5 рейтинговых бонусных баллов за активность на занятиях.

Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при выставлении оценки в ходе промежуточной аттестации.

Для допуска к промежуточной аттестации обучающийся должен выполнить все мероприятия текущего контроля по дисциплине (не иметь задолженностей по текущей контролю успеваемости) и набрать в общей сложности не менее 51 балла.

Перевод рейтинговых баллов в итоговую 5 – балльную шкалу оценку осуществляется в соответствии с таблицей.

Баллы за семестр	Автоматическая оценка		Баллы за зачет	Баллы за экзамен	Общая сумма баллов	Итоговая оценка
	зачет	экзамен				
90-100*	зачет	5 (отлично)	-	-	90-100	5 (отлично)
71-89*	зачет	4 (хорошо)	-	0-20	71-89 90-100	4 (хорошо) 5 (отлично)
51-70*	зачет	3 (удовлетворительно)	-	0-20	51-70 71-89 90	3 (удовлетворительно) 4 (хорошо) 5 (отлично)
50 и менее	недопуск к зачету, экзамену		-	-	50 и менее	2 (неудовлетворительно), незачет

* при условии выполнения всех заданий текущего контроля успеваемости

Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

Средство оценивания – Контрольная работа

Контрольная работа состоит из 12 вопросов. Необходимо полно и точно раскрыть суть вопроса. Работа оценивается по 5-и балльной системе. При раскрытии 100% вопросов студент получает 5 баллов, 75% - 4 балла, 50% - 3 баллов, 25% - 2 баллов, 10% - 1 балла.

Средство оценивания – Групповой проект



Проект оценивается по 35-ти бальной шкале. Учитываются оригинальность идеи, качество и разнообразие используемых методов анализа и расчета, возможность использования услуги (продукта) в реальной коммерческой жизни, графическое исполнение проекта в виде презентации на 15-18 слайдов.

Оценка 5 подразумевает исполнение проекта с учетом всех предъявленных требований;

оценка 4 – частичное использование современных методов создания и продвижения услуги (продукта) на рынок;

оценка 3 – неаккуратное исполнение графической части проекта, недостаточная разработка идеи и ее воплощения;

оценка 2 – частичное исполнение проекта, невозможность его реализации в коммерческой жизни, оценка 1 – выполнение части проекта, неоконченность, неаккуратность конечных результатов.

Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении

При проведении промежуточной аттестации контроль знаний студента осуществляются по двум направлениям: проверка теоретических знаний происходит в форме письменного ответа на экзаменационные вопросы, а практические навыки проверяются с помощью ситуационных задач

Средство оценивания – устный ответ (опрос)

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при устном ответе

оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	<ul style="list-style-type: none">– полно раскрыто содержание материала;– материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности;– продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала;– точно используется терминология;– показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;– продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;– ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов;	<ul style="list-style-type: none">– Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала,– знание основной и дополнительной литературы;– последовательно и четко отвечает на вопросы билета и дополнительные вопросы;– уверенно ориентируется в проблемных ситуациях;– демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала;– подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой



	<ul style="list-style-type: none">– продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;– продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы;– допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию	
«4»	<ul style="list-style-type: none">– вопросы излагаются систематизировано и последовательно;– продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;– продемонстрировано усвоение основной литературы.– ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков:<ul style="list-style-type: none">– а) в изложении допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание ответа;– б) допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя;– в) допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся показывает полное знание– программного материала, основной и– дополнительной литературы;– дает полные ответы на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности;– правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций;– демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
«3»	<ul style="list-style-type: none">– неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;– усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам;– имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся показывает знание основного– материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности;– при ответе на вопросы билета и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения;– не в полной мере демонстрирует способность



	<ul style="list-style-type: none">– при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации;– продемонстрировано усвоение основной литературы	<p>применять теоретические знания для анализа практических ситуаций;</p> <ul style="list-style-type: none">– подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне
«2»	<ul style="list-style-type: none">– не раскрыто основное содержание учебного материала;– обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала;– допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов.– не сформированы компетенции, умения и навыки.	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине;– не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом;– не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой

оценочная шкала устного ответа

Процентный интервал оценки	оценка
менее 50%	2
51% - 70%	3
71% - 85%	4
86% - 100%	5

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
-----------------------	---	---------------------------------------	---



7	Сервисная деятельность в жизни современного общества	Контрольное тестирование	Тестирование состоит из 30 вопросов с тремя вариантами ответа. Необходимо выбрать 1 верный ответ из трех предложенных. Работа оценивается по 5-и бальной системе. В работе допускается не более 2 ошибок для получения 5 баллов, не более 7 ошибок для получения 4 баллов, не более 15 ошибок для получения 3 баллов, не более 20 ошибок для получения 2 баллов, более 20 ошибок – 1 балла
11	Основы теории организации обслуживания	Контрольное тестирование	Тестирование состоит из 30 вопросов с тремя вариантами ответа. Необходимо выбрать 1 верный ответ из трех предложенных. Работа оценивается по 5-и бальной системе. В работе допускается не более 2 ошибок для получения 5 баллов, не более 7 ошибок для получения 4 баллов, не более 15 ошибок для получения 3 баллов, не более 20 ошибок для получения 2 баллов, более 20 ошибок – 1 балла
16	Основы теории организации обслуживания	Контрольная работа	Контрольная работа состоит из 12 вопросов. Необходимо полно и точно раскрыть суть вопроса. Работа оценивается по 5-и бальной системе. При раскрытии 100% вопросов студент получает 5 баллов, 75% - 4 балла, 50% - 3 баллов, 25% - 2 баллов, 10% - 1 балла.



17,18	Основы теории организации обслуживания	<p>Групповой проект, который предусматривает разработку услуги (на выбор группы), создание его макета, анализ целевой аудитории, варианты позиционирования, оценку качества, план продвижения, маркетинговый анализ рыночной среды, возможность применения коммуникационных технологий, описание ценовой и ассортиментной политики на 5 лет. Проект выполняется поэтапно (с каждой неделей он получает новое наполнение) группой студентов в течение всего семестра, по окончании представляется презентация продукта со всеми планами и расчетами.</p>	<p>Проект оценивается по 35-ти бальной шкале.</p> <p>Учитываются оригинальность идеи, качество и разнообразие используемых методов анализа и расчета, возможность использования услуги (продукта) в реальной коммерческой жизни, графическое исполнение проекта в виде презентации на 15-18 слайдов.</p> <p>Оценка 5 подразумевает исполнение проекта с учетом всех предъявленных требований, оценка 4 – частичное использование современных методов создания и продвижения услуги (продукта) на рынок, оценка 3 – неаккуратное исполнение графической части проекта, недостаточная разработка идеи и ее воплощения.</p> <p>Оценка 2 – частичное исполнение проекта, невозможность его реализации в коммерческой жизни, оценка 1 – выполнение части проекта, неоконченность, неаккуратность конечных результатов.</p>
-------	--	---	---



Перечень оценочных средств:

Контрольная точка 1.

1. По типу услуг торговлю, транспорт, связь относят к услугам:
 - а) Потребительским
 - б) Общественным
 - в) Распределительным**

2. К профессиональным услугам относят:
 - а) инжиниринг, лизинг, обслуживание и ремонт оборудования.
 - б) банковские, страховые, финансовые, консультационные, рекламные услуги**
 - в) телевидение, радио, образование, культура

3. К услугам, ориентированным на общество, относят:
 - а) государственные (правительственные) услуги**
 - б) услуги по техническому обслуживанию, наладке, настройке и ремонту производственного оборудования и технических систем
 - в) парикмахерские, фотоателье, разнообразные рекреационные услуги и непромышленные виды бытового обслуживания.

4. Услуга государственного сервиса является:
 - а) непромышленной, коммерческой, реальной, стандартизированной
 - б) производственной, коммерческой, реальной, легитимной
 - в) некоммерческой, общественной, стандартизированной, сложной.**

5. Услуги по отношению к ним государства и общества различаются на:
 - а) государственные и негосударственные
 - б) чистые и смешанные
 - в) Легитимные и нелегитимные**

6. Услуги, приобретаемые для личного потребления за счет личных средств – это:
 - а) деловые услуги
 - б) институциональные услуги
 - в) потребительские услуги**

7. Услуги косметолога – это услуга, направленная:
 - а) на человека**
 - б) на сознание человека
 - в) на нематериальные активы

8. Банковские инвестиции - это услуга, направленная:
 - а) на сознание человека
 - б) на нематериальные активы**
 - в) на физические объекты, находящиеся в собственности человека.



9. Товар – это:

а) все, что может быть предложено на рынке для удовлетворения желаний или потребностей

б) нематериальные активы, производимые для целей сбыта

в) результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя.

10. Схема определения товара на трех уровнях: «замысла», «реального исполнения» и «подкрепления» описал:

а) Т. Левит

б) Ф.Котлер

в) Дуглас Норт

11. Исходя из трех уровней товара, такие потребительские свойства, как товарный знак, фирменный стиль, качество и надежность продукции, дизайн, упаковка относят к:

а) первому уровню (стержневая выгода)

б) второму уровню (базовый товар)

в) Третьему уровню (ожидаемый товар)

12. Общество, индикатором сферы жизни которого, является количество и качество услуг, которые человек может себе позволить

а) постиндустриальное

б) индустриальное

в) доиндустриальное

13. Гетерогенность услуг подразумевает, что:

а) услугу невозможно продемонстрировать до ее покупки

б) качество предоставляемой услуги может сильно изменяться в зависимости от того, кто, когда и как ее предоставляет

в) Большая часть услуг из-за того, что они одновременно производятся и потребляются, не может быть сохранена с целью дальнейшего использования.

14. Материально-вещественный товар в отличии от услуги:

а) является осязаемым объектом, который может быть создан и продан или использован позже

б) неосязаем

в) имеет неопределенность качества

15. Услуга отличается от материально-вещественного товара тем, что:

а) производство, хранение и распределение отделено от потребления

б) производство и потребление осуществляются одновременно

в) материализуется в вещи, может накапливаться

16. К. Лавлок определяет чистую ценность как:

а) низкую цену



- б) это то, что я получаю за то, что отдаю
- в) это то, что я хочу получить от продукта

17. Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем:
- а. Это отчужденный от производителя результат труда
 - б. Это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа
 - с. **Фактически производство совмещено с потреблением.**
18. Неосвязаемость услуги - это
- а. Процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса
 - б. Услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит
 - с. **Их нематериальный характер, другими словами, услуга не может быть предложена клиенту в другой форме до завершения процесса его обслуживания.**
19. Несохранимость услуг - это:
- а. **Процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса**
 - б. Услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит
 - с. Их нематериальный характер, другими словами, услуга не может быть предложена клиенту в другой форме до завершения процесса его обслуживания
 - д. Они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.
20. Сфера обслуживания населения – это:
- а. **Совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению**
 - б. Деятельность предприятий и организаций, направленная на удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристских и экскурсионных услугах
 - с. Деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.
21. Согласно модели «Servuction» к части компании, видимой для клиента относятся:
- а. **Персонал**
 - б. Технологическое ядро
 - с. **Физическое окружение**
 - д. Всё вышеперечисленное.
22. Сервисная операция – это:
- а. Процесс, в ходе которого производится окончательная сборка всех элементов сервисного продукта и услуга предоставляется потребителю
 - б. **процесс, в ходе которого обрабатываются вводимые факторы и создаются элементы сервисного обслуживания в виде продукта**
 - с. Процесс, в ходе которого производители через стимуляцию чувственного восприятия стараются доставить клиенту эстетическое удовлетворение, Привлечь его внимание, восхитить красотой
 - д. Нет правильного ответа.
23. Услуга-это...
- а. **изменение состояния лица или товара, принадлежащего какой-либо экономической единице, происходящее в результате деятельности другой экономической единицы с предварительного согласия первой.**
 - б. комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов, которые призваны гарантировать установленный уровень качества всех производимых операций.
 - с. защита стандарта обслуживания.
24. Потребности – это...
- а. чувство ощущаемой человеком нехватки чего либо.
 - б. **нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида.**



- с. совокупность существующих и потенциальных покупателей товара.
25. Товар по замыслу...
- а. это основные выгоды, обеспечение товаром. Задача — выявить скрытые за любым товаром потребности и предлагать не свойства этого товара, а выгоды от его использования.
 - б. характеризуется уровнем качества, набором свойств, дизайном, марочным названием и упаковкой.
 - с. это товар в реальном исполнении, имеющий дополнительные выгоды, ценимые покупателями: доставка на дом, монтаж, подключение, услуги связи, гарантия возврата денег в случае возврата товара, консультации для клиентов.
26. Ключевым отличием услуги от товара не является:
- а. Неосвязаемость
 - б. Неоднородность
 - с. Одновременность производства и потребления
 - д. Поочередность производства и потребления**
 - е. Несохраняемость
27. Услуги делятся на 2 большие группы....
- а. Материальные и нематериальные**
 - б. Материальные и духовные
 - с. Материальные и социально-культурные
 - д. Материальные и идеальные.
28. К 4-м «Не» характеристики услуги НЕ относится...
- а. Неотделимость от источника
 - б. Нематериальность
 - с. Несохраняемость
 - д. Неосвязаемость
 - е. Непостоянство
 - ф. Все ответы верны.**
29. К типу потребительских услуг относится:
- а. Консалтинговые услуги
 - б. Услуги кабельного телевидения
 - с. Услуги, предоставляемые в ателье.**
30. Выберите группу, не входящую в классификацию услуг по признаку вещественности - неовещественности:
- а. Осязаемые действия направленные на тело человека
 - б. Неосязаемые действия направленные на осязаемые активы**
 - с. Осязаемые действия направленные на вещь
 - д. Неосязаемые действия направленные на сознание человека
 - е. Неосязаемые действия направленные на неосязаемые активы
 - ф. Все ответы верны.

Контрольная точка 2.

1. К профессиональным услугам относятся:
 - а) консалтинговые;**
 - б) транспортные;
 - с) страховые;**
 - д) образование.

2. Идеальная услуга – это:
 - а) услуга, которая осуществляется по четко отработанному алгоритму;



- b) определенное действие, направленное на удовлетворение конкретной потребности;
c) **абстрактная теоретическая модель любого из видов сервисной деятельности;**
d) всё вышеперечисленное.
3. Услуга, подразумевающая индивидуальный подход к клиенту, называется:
a) профессиональной;
b) **творческой;**
c) идеальной;
d) нет правильного ответа.
4. К воспринимаемому качеству, как к элементу ценности услуги, не относится:
a) стиль общения продавца и покупателя;
b) **личные потребности клиента;**
c) цена услуги;
d) внешние коммуникации.
5. Согласно модели «Servuction», к части компании, видимой для клиента относится:
a) **персонал;**
b) технологическое ядро;
c) **физическое окружение;**
d) всё вышеперечисленное.
6. Расположите контактные зоны (от 0 до 3) в порядке увеличения зоны непосредственного контакта:
a) сжатая контактная зона;
b) скрытая контактная зона;
c) контактная зона, разделенная пространством;
d) контактная зона, разделенная стойкой.
Ответ: b-0, a-1, d-2, c-4
7. Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем:
a. Это отчужденный от производителя результат труда;
b. Это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа;
c. **Фактически производство совмещено с потреблением;**
d. Производство может быть удалено от потребителя.
8. Неосвязаемость услуги – это:
a. Процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса
b. Услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит
c. **Их нематериальный характер, другими словами, услуга не может быть предложена клиенту в другой форме до завершения процесса его обслуживания;**
d. Возможность оценить качество после определенных операций.
9. Услуга-это...



- a. изменение состояния лица или товара, принадлежащего какой-либо экономической единице, происходящее в результате деятельности другой экономической единицы с предварительного согласия первой.
- b. комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов, которые призваны гарантировать установленный уровень качества всех производимых операций.
- c. защита стандарта обслуживания;
- d. продукт человеческого труда, принадлежащего вторичному сектору экономики, предлагаемый на рынок для продажи.

10. Потребности – это...

- a. нехватка чего-либо;
- b. **нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида;**
- c. совокупность существующих и потенциальных покупательских возможностей покупателей товара (услуги);
- d. желание клиента обменять товар на деньги.

11. Ключевыми отличиями услуги от товара не являются:

- a. Неосвязаемость
- b. Неоднородность
- c. Одновременность производства и потребления
- d. **Поочередность производства и потребления**
- e. Несохранимость
- f. все ответы неверны
- g. все ответы верны

12. Услуги делятся на 2 большие группы:

- a. **Материальные и нематериальные**
- b. Материальные и духовные
- c. Материальные и социально-культурные
- d. Материальные и идеальные.

13. К 4-м «Не» (о свойстве услуги) НЕ относится...

- a. Неотделимость от источника
- b. Нематериальность
- c. Несохранимость
- d. Непостоянство качества
- e. **Все ответы верны.**

14. К группе потребительских услуг относятся:

- a. Консалтинговые услуги
- b. Услуги телевидения
- c. **Услуги, предоставляемые в ателье.**

15. Выберите услуги, которые являются идеальными:

- a. Услуги такси
- b. Услуги стоматолога
- c. **Таких услуг не существует**
- d. Услуги американской модели ведения бизнеса



16. Материальные услуги направлены на:

- a. Формирование отдельных требований потребителей
- b. Удовлетворение материальных потребностей**
- c. Удовлетворение духовных потребностей
- d. Удовлетворение нужд и потребностей индустриального общества.

17. Непроизводственные услуги – это:

- a. Транспортировка грузов
- b. Техническое обслуживание оборудования
- c. Услуги здравоохранения, культуры**
- d. Сборка необходимых элементов услуги в учет инновационных технологий обслуживания.

18. К некоммерческим услугам относят:

- a. Услуги предприятий туризма и отдыха
- b. Услуги организаций общественного питания
- c. Услуги благотворительных фондов**
- d. Услуги реставрационных мастерских и театров.

19. Услуги по регистрации транспортных средств являются:

- a. Государственными**
- b. Идеальными
- c. Смешанными**
- d. Чистыми

20. Контактная зона – это:

- a. Любое место, где производится услуга
- b. Место, где услуга может храниться
- c. Определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы.**

21. Контактной зоной может считаться:

- a. Стойка администратора в гостинице**
- b. Цех по ремонту оборудования
- c. Строительная площадка
- d. Торговая площадка интернет-магазина

22. Контактной зоной не является:

- a. Зона ремонта бытовой техники**
- b. Рабочее место парикмахера
- c. Рабочее место стоматолога
- d. Работа инженера по наладке оборудования.**

23. Какого типа личности не существует:

- a) круг;
- b) ромб;**
- c) зигзаг;
- d) квадрат;
- e) треугольник.

24. Модель «servuction» отображает...

- a) степень контакта производителя и потребителя услуги;**
- b) манеру контакта производителя и потребителя услуги;



- c) время контакта производителя и потребителя услуги;
- d) полезность контакта производителя и потребителя услуги.

25. Потребность в услугах, обеспеченная наличными денежными средствами населения, - это:

- a. Конъюнктура рынка
- b. Эластичность спроса
- c. Платежеспособный спрос**
- d. Специализированный спрос.

26. Сфера услуг представляет собой:

- a) Первичный сектор экономики
- b) Вторичный сектор экономики
- c) Третичный сектор экономики**
- d) Рыночную инфраструктуру.

27. К компонентам ценности услуги относятся:

- a. время
- b. воспринимаемое качество
- c. основная и дополнительная услуга (возможность получения)
- d. сенсорные раздражители
- e. цена в стоимостном выражении
- f. все ответы верны**

28. К компонентам неденежной цены относят:

- a) время поиска услуги, ожидания и выполнения;
- b) психологические траты;
- c) физические усилия;
- d) сенсорные раздражители;**
- e) личный опыт персонала.

29. Выберите услуги, которые являются идеальными услугами:

- a. Услуги такси
- b. Услуги стоматолога
- c. Таких услуг не существует**

30. Распределительные услуги включают:

- a. Массовые коммуникации
- b. Услуги транспорта, торговли, связи**
- c. Консалтинг, инжиниринг.

Контрольная точка 3.

1. Дайте определение понятиям «форма обслуживания» и «метод обслуживания потребителей».
2. Какие современные формы обслуживания Вы знаете?
3. В чем сущность и особенности обслуживания потребителей в стационарных условиях и с выездом на дом к потребителям? Приведите примеры.
4. В чем преимущество бесконтактного обслуживания потребителей?
5. Дайте определение понятия «контактная зона», приведите примеры контактных зон в сфере сервиса.
6. Какие требования предъявляют к обслуживающему персоналу в контактной зоне?



7. Расскажите, /объясните/, в чем суть абонементного обслуживания, обслуживания с помощью обменного фонда машин и приборов. Какие «плюсы и минусы» несут они клиенту и сервисной фирме?
8. Каким образом интерьер помещения, в котором проводится обслуживание потребителей, влияет на степень их удовлетворенности и эффективность работы обслуживающего персонала? Приведите примеры.
9. Назовите этапы жизненного цикла услуги и почему это необходимо знать любому предпринимателю.
10. Почему при оказании услуг так важно учитывать временной фактор?
11. Где потребитель скорее рискует столкнуться с неэтичным обращением /обслуживанием/ - в сфере услуг или производственной сфере и почему?
12. Приведите примеры того, как компьютерные и телекоммуникационные технологии в течение последних лет изменили те виды услуг, которыми вы пользовались уже давно.

Контрольная точка 4.

Примерная тематика групповых проектов

1. Сервисная деятельность как часть культуры России.
2. Сервисная деятельность как часть культуры Европы и США.
3. Анализ возможных организационных форм реализации сервиса в сфере туризма и гостеприимства.
4. Анализ реформирования сферы услуг в России.
5. Сетевая экономика: проблемы и особенности развития
6. Анализ особенностей развития сферы услуг в СССР и современной России.
7. Эволюция услуг и их влияние на становление общества.
8. Манипулирование потребительским поведением. Основные подходы.
9. Современный сервис РФ: проблемы и перспективы развития.
10. Этика и этикет сервиса. Анализ основных правил.
11. Зависимость сервисной деятельности от географических и демографических факторов.
12. Закон о защите прав потребителей (туристов). Анализ судебной практики России и зарубежья.
13. Разработка принципов клиентоориентированного подхода в различных отраслях сферы сервиса (в бытовом обслуживании, образовании, туризме, гостиничном деле, ресторанном обслуживании и т.д.)

Вопросы 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 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 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 организации в области сервисных технологий. Меры по улучшению сферы сервиса.
27. Региональные аспекты сервиса.
28. Проблемы сервисной отрасли 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 услуг.
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 с потребителями услуг.
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.

Вопросы для решения ситуационной задачи.

Кейс 1. Проанализируйте характерные особенности сервисного обслуживания в компании «Альфа». Разработайте инновационную стратегию для сервисного центра «Альфа» с целью успешного его развития на рынке данных услуг.

Сервисный центр осуществляет свою деятельность на территории РФ через сеть филиалов. Каждый филиал сертифицирован и имеет собственную производственно-технологическую базу для ремонта аппаратуры и диагностики компьютерной техники, работы с катриджами и тонерами.

Для удобства клиента сервисные подразделения расположены в центральной части городов. Наличие собственного автотранспорта позволяет сотрудникам компании осуществлять работы по любому адресу, в том числе и сельской местности.

В штате компании более 1500 технических специалистов по обслуживанию контрольно-кассовой, компьютерной и оргтехники, банковского оборудования, платежных и информационных терминалов и другой специализированной техники.

На сегодняшний день на обслуживании компании находится более 350 тысяч единиц оборудования. Силами профессионалов компании каждая единица техники проходит качественное обслуживание в соответствии с рекомендациями заводов производителей и взятыми обязательствами перед ее владельцами.

Коллективом компании «Альфа» выстроены партнерские взаимоотношения с крупнейшими поставщиками и производителями оборудования различных сфер применения. Данные взаимоотношения позволяют своевременно и качественно удовлетворять потребности клиента как по техническому обслуживанию имеющегося оборудования, так и по оснащению современными и качественными комплектующими.

Кейс 2. Автоцентр «Драйв» реализует новые автомобили и автомобили с пробегом различных марок. Помимо продажи автомобилей автоцентр «Драйв» предлагает своим клиентам и другие услуги : возможность покупки по системе Трейд-ин, автострахование , а так же выгодный кредит.

При покупке дорогого автомобиля с пробегом гражданину Петрову был предложен предпродажный сервис, за который нужно было заплатить определенную сумму, не входящую в определенную стоимость автомобиля.

Гражданин Петров от оплаты данной услуги отказался.

Определите и обоснуйте, следовало бы гражданину Петрову воспользоваться услугой предпродажного сервиса.

Кейс 3. Сервисный центр «Контакт» осуществляет ремонт сотовых телефонов, смартфонов, коммуникаторов и цифровых фотоаппаратов любой сложности- от замены элементов до восстановления данных.

Имеющееся оборудование позволяет на высоком уровне произвести ремонт цифровой техники и любых производителей. Сервисный центр имеет сеть пунктов ремонта, на которых потребитель может не только сдать свой сотовый телефон или фотоаппарат, но и воспользоваться услугой экспресс - ремонта. С целью повышения эффективности работы сервисного центра руководство приняло решение оптимизировать организационную структуру.

Разработайте организационную структуру сервисного центра.

Определите, какие подходы к обеспечению эффективного организационного конструирования будут использоваться.



Кейс 4. В компании успешно реализуется кодекс деловой этики, который способствует системному развитию и помогает эффективно достижению поставленных целей. Кодекс устанавливает основные деловые и морально-этические принципы, а также правила поведения сотрудников, сформированные на основе корпоративных ценностей, которые реализуются в повседневной деятельности. Согласно кодексу, сотрудники компании осознали, что любые неэтичные или антиобщественные действия, совершенные на рабочем месте или в свободное время, могут нанести ущерб репутации компании. Однако одним из работников данный принцип не был соблюден.

Определите, какие методы руководству компании необходимо применять для развития культуры обслуживания на предприятии с целью соблюдения кодекса деловой этики. Разработайте кодекс этики для предприятия любой сферы (транспорт, торговля, досуг и др.).

Кейс 5. Развлекательный центр оснащен современным боулингом на 27 дорожек в ряд, аналогов которому нет в России. Шесть дорожек специально оборудованы подъемными бортиками для игры детей. В центре есть ресторан с изысканной европейской кухней (рассчитанный на 500 персон), бильярдный клуб, банкетный зал, оформленный в духе 80-х гг. на 1000 персон и предназначенный для проведения торжественных мероприятий, танцпол, сауна с бассейном, гостиница (комфортабельные номера различной категории), удобная охраняемая стоянка + VIP стоянка, вызов такси.

Максимальный комфорт для постояльцев обеспечивается благодаря хорошему оснащению и способности сотрудников быстро решить любую проблему.

Разработайте сервисную стратегию для данного развлекательного центра. Разработайте программу продвижения для данного развлекательного центра.

Кейс 6. В последнее время большое внимание уделяется развитию транспортной сети и дорожной инфраструктуры, что благотворно сказывается на развитии и качестве транспортных услуг. С увеличением количества грузоперевозок возникает вопрос о предложении и спросе и, как следствие, качестве и оперативности предлагаемых услуг для тех или иных участников рынка грузоперевозок. Каждый из участников рынка преследует фактически одну и ту же цель: обеспечение доставки-отправки груза в установленный временной интервал в должном качестве и при оптимальных финансовых затратах.

1. Определите, какие правила и требования должны соблюдать участники рынка для получения максимальной прибыли, решение каких задач является первостепенными для максимального удовлетворения спроса потенциального или существующего клиента.

2. Установите факторы, которыми необходимо руководствоваться при выборе компании, осуществляющей автомобильные перевозки.

7.4. Содержание занятий семинарского типа.

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 туристской отрасли.



Виды практических занятий:

- Круглый стол,
- Выездные практические занятия,
- Тестирование,
- Контрольная работа,
- Представление презентаций.

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.

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

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

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 услуг.

Продолжительность: 0,5 часа

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: «Круглый стол»

Тема и содержание занятия: Специфика услуг как товара.

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

Представить презентацию доклада:

1. Покупательский риск в сфере отечественных услуг.
2. Рынок гостиничных услуг и его особенности.

Цель занятия: изучить особенности развития 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: 1 час



Практическое занятие 3.

Вид практического занятия: интерактивное выездное занятие.

Тема и содержание занятия: контрольная точка 1.

Цель занятия: закрепить знания, полученные в процессе обучения.

Практические навыки: понимать и анализировать основы сервисологии.

Продолжительность: 0,5 часа

Практическое занятие 4.

Вид практического занятия: интерактивное выездное занятие

Тема и содержание занятия: Теория организации обслуживания. Выездное практическое занятие, предусматривающее посещение 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 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?

Продолжительность: 1 час.

Практическое занятие 5.

Вид практического занятия: интерактивное выездное занятие.

Тема и содержание занятия: контрольная точка 2.

Цель занятия: закрепить знания, полученные в процессе обучения.

Практические навыки: понимать и анализировать основы технологий обслуживания.

Продолжительность: 0,5 часа.

Практическое занятие 6.

Вид практического занятия: контрольная работа.

Тема и содержание занятия: контрольная точка 3.

Цель занятия: закрепить знания, полученные в процессе обучения.

Практические навыки: понимать и анализировать основы технологий обслуживания.

Продолжительность: 0,5 часа.

Практическое занятие 7.

Вид практического занятия: представление презентаций в микрогруппах

Тема и содержание занятия: «Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности»

Практическое занятие, предусматривающее представление результатов разработки группового проекта в группах.

Цель занятия: продемонстрировать знания, полученные на лекционных занятиях.



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

Продолжительность: 2 часа (входит защита группового проекта – 1 час).

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

8.1. Основная литература

1. Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2018, <http://znanium.com/catalog/product/967867>
2. Сервисная деятельность : учебное пособие / Г.Ю. Павлова. — Москва : КноРус, 2018
Режим доступа <https://www.book.ru/book/926143>
3. Сервисная деятельность : учеб. пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. <http://znanium.com/catalog/product/760143>
4. Сервисология : учебное пособие / Н.Н. Даниленко, Н.В. Рубцова. — Москва : КноРус, 2017. Режим доступа <https://www.book.ru/book/920197>

8.2. Дополнительная литература

- 1.Маркетинг товаров и услуг : учеб. пособие / А.В. Лукина. — 2-е изд., доп. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017, <http://znanium.com/bookread2.php?book=757837>
- 2.Наумов В.Н. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=439646>
3. Сервисная деятельность : учебник / В.Г. Велединский. — Москва : КноРус, 2018. <https://www.book.ru/book/926035>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронно-библиотечная система «Znanium.com»: <http://znanium.com/>
2. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»: <http://window.edu.ru/>
3. Служба тематических толковых словарей «Глоссарий.ру»: <http://www.glossary.ru/>

8.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных системам

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office
3. База данных сервисных центров «Сервисбокс» [профессиональная база данных]: <https://www.servicebox.ru/>
4. База данных «Российский бизнес-портал «BazaRF.ru» [профессиональная база данных]: <http://www.baza-r.ru/enterprises>
5. Справочная правовая система КонсультантПлюс
6. Интернет-версия системы Гарант (информационно-правовой портал "Гарант.ру)



9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины «Сервисная деятельность» предусматривает аудиторную (работа на лекциях и практических занятиях) и внеаудиторную (самоподготовка к лекциям и практическим занятиям) работу обучающегося.

В качестве основной методики обучения была выбрана методика, включающая - совокупность приёмов, с помощью которых происходит целенаправленно организованный, планомерно и систематически осуществляемый процесс овладения знаниями, умениями и навыками.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине «Сервисная деятельность» в предлагаемой методике обучения выступают лекционные и практические занятия (с использованием интерактивных технологий обучения), а так же самостоятельная работа обучающихся.

- лекции

Вводная (новостовательная) лекция намечает основные проблемы курса в целом или его раздела. В нее включаются «ключевые» вопросы, понимание которых позволяет лучше усвоить материал последующих тем или самостоятельно разобраться в нем;

Лекции – диалог, где содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции;

Проблемная лекция. На этой лекции новое знание вводится через проблемность вопроса, задачи или ситуации. При этом процесс познания студентов в сотрудничестве и диалоге с преподавателем приближается к исследовательской деятельности. Содержание проблемы раскрывается путем организации поиска ее решения или суммирования и анализа традиционных и современных точек зрения;

Изложение лекционного материала рекомендуется проводить в мультимедийной форме (презентаций). Смысловая нагрузка лекции смещается в сторону от изложения теоретического материала к формированию мотивации самостоятельного обучения через постановку проблем обучения и показ путей решения профессиональных проблем в рамках той или иной темы. При этом основным методом ведения лекции является метод проблемного изложения материала.

- практические занятия

Практические занятия по дисциплине «Сервисная деятельность» проводятся с целью приобретения практических навыков в области маркетинга, основных стратегий и тактик, комплекса маркетинга и маркетинговых исследований.

Практическая работа заключается в выполнении студентами, под руководством преподавателя, комплекса учебных заданий направленных на усвоение научно-теоретических основ маркетинга, приобретение практических навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий. Выполнения практической работы студенты производят в письменном виде, в виде презентаций и докладов, а также эссе и рефератов. Отчет предоставляется преподавателю, ведущему данный предмет, в электронном и печатном виде.

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 задачи, которые должен уметь решать специалист в области сервиса на предприятиях технического сервиса автомобилей.



При изучении дисциплины «Сервисная деятельность» используются следующие виды практических занятий:

1. Метод «Круглый стол»

"Круглый стол" проводится с целью:

- комплексного обсуждения современных актуальных проблем курса;
- рассмотрению дискуссионных вопросов из курса;
- осмысление и обобщение отечественного и зарубежного опыта по курсу.

"Круглый стол" характеризуется вынесением на обсуждение широких теоретико-практических тем, а также активностью студентов, как в постановке вопросов, так и в общем обсуждении с преподавателями.

Для конструктивного обсуждения темы преподаватель определяет узловые проблемы, готовит и проводит методическое совещание, в ходе которого обсуждается проект дискуссии и определяется методика проведения "круглого стола". Целесообразно провести консультацию для студентов, на которой порекомендовать им соответствующую литературу по теме.

2. Групповой проект. Преподаватель предлагает тему для проекта, придает ей определенный характер по контактам, продолжительности проведения, количеству участников. Определяется тип проекта, проблема, цель и задачи проекта. Обязательно указывается учебный материал по предметам, который предполагается задействовать для решения указанной проблемы, а также каким образом результаты проекта будут оформлены, какую практическую/теоретическую значимость этот проект имеет и в какой области. Также необходимо разработать структуру своего проекта, наметить методы исследования, источники информации, сформулировать гипотезы решения проблемы.

Преподаватель распределяет роли в своей группе, чтобы каждый принял в исследовании, оформлении и обсуждении результатов самое активное участие.

3. Выездное занятие - Выездным является организованное мероприятие, проводимое за территорией университета, с целью проведения научно-исследовательских работ, воспитательных мероприятий, посещения учреждений образования, культуры, здравоохранения, для организации других культурно-досуговых, образовательных и оздоровительных форм деятельности, а также различных видов занятий по учебным программам ВУЗа.

- самостоятельная работа обучающихся

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

Основными задачами самостоятельной работы обучающихся являются:

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



Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Сервисная деятельность» обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе лекционных и практических занятий;
- формирование навыков работы с периодической, научно-технической литературой и технической документацией;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.

Формы самостоятельной работы

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: предусматривает следующие виды работ: изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС, подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам, подготовка презентации по итогам выставки, подготовка презентации для финальной защиты группового проекта.

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

Учебные занятия по дисциплине «Сервисная деятельность» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах:

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекционное оборудование/переносное видеопроекционное оборудование доска
Занятия семинарского типа	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекционное оборудование/переносное видеопроекционное оборудование доска
Самостоятельная работа обучающихся	помещение для самостоятельной работы, специализированная учебная мебель, ТСО: видеопроекционное оборудование, автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет", доска; Помещение для самостоятельной работы в читальном зале



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

СМК
РГУТИС

Лист 37 из 37

Научно-технической библиотеки университета,
специализированная учебная мебель автоматизированные
рабочие места студентов с возможностью выхода
информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»,
интерактивная доска