



УТВЕРЖДЕНО:

**Ученым советом Высшей школы бизнеса
менеджмента и права
Протокол № 3 от «20» октября 2022 г.**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.1 СЕРВИС-ДИЗАЙН

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

**по направлению подготовки: 38.03.04 «Государственное и муниципальное
управление»**

направленность (профиль): *Муниципальное управление*

Квалификация: *бакалавр*

Год начала подготовки: 2023

Разработчик (и):

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>доцент Высшей школы сервиса</i>	<i>к.э.н., доцент Соколова А.П.</i>

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>профессор Высшей школы бизнеса, менеджмента и права</i>	<i>д.э.н., проф. Морозов В.Ю.</i>



1. Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.В.1 «Сервис-дизайн»

Дисциплина «Сервис-дизайн» является частью первого блока программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, профиль Муниципальное управление и относится к части программы, формируемой участниками образовательных отношений.

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

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с содержанием, структурой, технологиями сервис-дизайна, управлением клиентским опытом в сфере государственных и муниципальных услуг. Предлагаемая программа ориентирована на ознакомление студентов с научным подходом изучения и овладения знаниями о содержании, структуре, технологии сервис-дизайна, и управлении клиентскими отношениями, а также о клиентоориентированных технологиях обслуживания потребителей услуг, профессиональной работе с инвалидами и лицами ОВЗ, и владеющего базовыми умениями применять изученные технологии на практике, в производственной практике, являющейся частью образовательной программы бакалавриата.

Данный курс позволит освоить студентам основные инструменты и технологии сервис-дизайна публичных услуг, получить определенные навыки для использования их в практической работе, связанной с планированием и проектированием услуги, организацией и контролем сервисной деятельности на предприятиях.

Дисциплина направлена на формирование следующей компетенции выпускника:

УК-9 - способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах в части индикаторов достижения компетенции

УК-9.2 (осуществляет профессиональную деятельность с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья) и

УК-9.3. (взаимодействует в социальной и профессиональной сферах с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа, в том числе:

- для очной формы обучения - контактная работа преподавателя со студентом - 56 часов (16 часов - занятия лекционного типа, 36 часов – занятия семинарского типа, консультации - 2 часа, промежуточная аттестация- 2 часа), самостоятельная работа студента -88 часов;

- для очно-заочной формы обучения - контактная работа преподавателя со студентом - 20 часов (6 часов - занятия лекционного типа, 10 часов – занятия семинарского типа, консультации- 2 часа, промежуточная аттестация- 2 часа), самостоятельная работа студента -124 часа.

Преподавание дисциплины ведется на 2 курсе на 4 семестре на очной форме обучения и на 5 семестре на очно-заочной форме обучения. Продолжительность семестра на очной и очно-заочной формах обучения 18 недель.

Предусматривается проведение учебных занятий следующих видов: лекции в форме вводной лекции, академических лекций, лекций-дискуссий, практические занятия, в виде выездных занятий, круглого стола, решения ситуационных задач, психологического тренинга, студенческой конференции, работы в группах, тестирования, презентаций по проблематике лекции, разработки и защиты группового проекта, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль



успеваемости в форме тестирования, выполнения контрольной работы, выполнения и защиты группового проекта, промежуточная аттестация в форме экзамена в 4 семестре.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: Управление жилищно-коммунальным комплексом, Маркетинг территорий, Инновации в профессиональной деятельности, Организация предоставления государственных и муниципальных услуг.

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

№ пп	Индекс компетенции, индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции, индикатор достижения компетенции)
1.	УК-9	способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах в части: УК-9.2 - осуществляет профессиональную деятельность с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья УК-9.3. - взаимодействует в социальной и профессиональной сферах с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:

Дисциплина «Сервис-дизайн» является частью первого блока программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, профиль Муниципальное управление и относится к части программы, формируемой участниками образовательных отношений.

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

Формирование компетенций УК-9 начинается в дисциплине Технологии деловых коммуникаций в профессиональной деятельности (2 семестр) и заканчивается в данной дисциплине (4 семестр).

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: Маркетинг территорий, Инновации в профессиональной деятельности, Организация предоставления государственных и муниципальных услуг.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы/ 144 акад.часов.

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Для очной формы обучения:

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры			
			4			
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	56	56			
	в том числе:	-	-	-	-	-
1.1	Занятия лекционного типа	16	16			



1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	36	36			
	Семинары					
	Лабораторные работы					
	Практические занятия	36	36			
1.3	Консультации	2	2			
2	Самостоятельная работа обучающихся	88	88			
3	Форма промежуточной аттестации (экзамен)	2	2			
4	Общая трудоемкость час	144	144			
	з.е.	4	4			

Для очно-заочной формы обучения:

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры			
			5			
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	20	20			
	в том числе:	-	-	-	-	-
1.1	Занятия лекционного типа	6	6			
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	10	10			
	Семинары					
	Лабораторные работы					
	Практические занятия	10	10			
1.3	Консультации	2	2			
2	Самостоятельная работа обучающихся	124	124			
3	Форма промежуточной аттестации (экзамен)	2	2			
4	Общая трудоемкость час	144	144			
	з.е.	4	4			



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

Для очной 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	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
				Занятия лекционного типа	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часо	Форма проведения практического занятия				
1/1		Анатомия сервис-дизайна	1. Происхождение сервис дизайна и его преимущества	1	Лекция (вводная), которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных лекционным материалом.	2	Практическое занятие в форме круглого стола, предусматривающее обсуждение студентами исторических вопросов возникновения и эволюции сервис-дизайна.			5	Изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС
2/1			2. Составляющие и принципы сервис-дизайна	1	Лекция (академическая), которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных лекционным материалом.	2	Практическое занятие в форме студенческой конференции, в ходе которого студентами представляется подборка материалов по проблематике предыдущего лекционного занятия			5	Подборка определений сервисной деятельности из источников 1, 3, 5
3/1			3. Специфика услуг как	1	Лекция-дискуссия.	2	Практическое			5	изучение научной и научно-методической



		товара		Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.		занятие, предусматривающее обсуждение в виде круглого стола современных подходов к функциям и принципам современного сервиса и оказания услуг.				базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС
4/1		4. Концепция потребительской ценности	2	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	2	Практическое занятие, предусматривающее обсуждение в виде круглого стола проблем восприятия ценности услуги современным потребителем			5	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике
5,6/1		5. Инструменты сервис-дизайна	1	Лекция (академическая), которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных областью лекционного материала.	2	Круглый стол по вопросам эффективного применения инструментов сервис-дизайна.			6	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС
6/1		6. Сервис как компонент продажи товаров.	1	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции	1	Представление презентаций по проблематике лекции, разработанная группой студентов			6	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, решение задач, подготовка к аудиторному тестированию
6/1		Контрольная точка 1			1	Аудиторное				



						тестирование					
7,8/1	Управление клиентским опытом	7. Поведение потребителей и принятие ими решений, в том числе инвалидов и лиц ОВЗ	1	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	4	Решение ситуационных задач			5	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам	
9,10/1		8. Теория организации обслуживания.	2	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	4	Выездное практическое занятие, предусматривающее посещение выставки			5	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам	
11,12/1		9. Методы исследования клиентского опыта.	1	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	1	Практическое занятие, предусматривающее проведение психологического тренинга со студентами на определение профессионального направления, умение работать в команде			5	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС	
12/1		Контрольная точка 2			1	Аудиторное тестирование					
13,14/1		10. Дизайн-мышление. Инструментарий	2	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	2	Практическое занятие, предусматривающее в режиме круглого стола представление группового			5	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам	



						проекта по созданию и продвижению новой услуги. Представляется макет услуги и его описание, план продвижения, сегменты и целевую аудиторию.				
14,15/1		11. Управление клиентским опытом	1	Лекция (академическая), которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных лекционного материала.	1	Практическое занятие, предусматривающее круглый стол по вопросам управления клиентским опытом.			5	Подготовка к аудиторному тестированию (повторение теоретического материала)
15/1		Контрольная точка 3.			1	Выполнение контрольной работы в форме письменного опроса				
16,17/1		12. Пользовательские и экономические метрики	1	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	4	Выездное практическое занятие, предусматривающее посещение выставки			14	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
18/1		13. Воронка основных этапов взаимодействия инвалидов и лиц ОВЗ с продуктом (публичной услугой)	1	Лекция (академическая), которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных	2	Практическое занятие, предусматривающее представление результатов исследования,			17	работа над групповым проектом, подготовка презентации для финальной защиты группового проекта



				областью лекционного материала.		выполненного группой студентов на выставке				
18/1		Контрольная точка 4.			4	Представление группового проекта, создаваемого студентами в течение семестра.				
Консультация							2	Г,И		
Промежуточная аттестация – экзамен – 2 часа										

Для очно-заочной формы обучения:

Недели семена	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения				Консультации, акад. Часов	Форма проведения СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Контактная работа обучающихся с преподавателем						
Номер семестра			Занятия лекционного типа	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия			
1/1	Анатомия сервис-дизайна	1. Происхождение сервис дизайна и его преимущества	2	Лекция (вводная), которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных областью лекционного материала.	2	Практическое занятие в форме круглого стола, предусматривающее обсуждение студентами исторических вопросов возникновения и эволюции сервис-дизайна.		9	Изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС
2/1		2. Составляющие и		Лекция (академическая),		Практическое		9	Подборка определений сервисной



		принципы сервис-дизайна		которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных областью лекционного материала.		занятие в форме студенческой конференции, в ходе которого студентами представляется подборка материалов по проблематике предыдущего лекционного занятия				деятельности из источников 1, 3, 5
3/1		3. Специфика услуг как товара		Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.		Практическое занятие, предусматривающее обсуждение в виде круглого стола современных подходов к функциям и принципам современного сервиса и оказания услуг.			9	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС
4/1		4. Концепция потребительской ценности		Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.		Практическое занятие, предусматривающее обсуждение в виде круглого стола проблем восприятия ценности услуги современным потребителем			9	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике
5,6/1		5. Инструменты сервис-дизайна		Лекция (академическая), которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений,		Круглый стол по вопросам эффективного применения инструментов			9	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС



				предусмотренных областью лекционного материала.		сервис-дизайна.				
6/1		6. Сервис как компонент продажи товаров.		Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции		Представление презентаций по проблематике лекции, разработанная группой студентов			9	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, решение задач, подготовка к аудиторному тестированию
6/1		Контрольная точка 1			1	Аудиторное тестирование				
7,8/1	Управление клиентским опытом	7. Поведение потребителей и принятие ими решений, в том числе инвалидов и лиц ОВЗ	2	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	2	Решение ситуационных задач			9	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно- практического материала по заданным вопросам
9,10/1		8. Теория организации обслуживания.		Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.		Выездное практическое занятие, предусматривающее посещение выставки			9	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно- практического материала по заданным вопросам
11,12/1		9. Методы исследования клиентского опыта.		Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.		Практическое занятие, предусматривающее проведение психологического тренинга со студентами на определение профессионального направления,			9	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС



						умение работать в команде				
12/1		Контрольная точка 2			1	Аудиторное тестирование				
13,14/1		10. Дизайн-мышление. Инструментарий	1	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	1	Практическое занятие, предусматривающее в режиме круглого стола представление группового проекта по созданию и продвижению новой услуги. Представляется макет услуги и его описание, план продвижения, сегменты и целевую аудиторию.			9	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
14,15/1		11. Управление клиентским опытом		Лекция (академическая), которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных областью лекционного материала.		Практическое занятие, предусматривающее круглый стол по вопросам управления клиентским опытом.			9	Подготовка к аудиторному тестированию (повторение теоретического материала)
15/1		Контрольная точка 3.			1	Выполнение контрольной работы в форме письменного опроса				
16,17/1		12. Пользовательские и экономические метрики	1	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на	1	Выездное практическое занятие,			9	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным



				которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.		предусматривающее посещение выставки				вопросам	
18/1		13. Воронка основных этапов взаимодействия инвалидов и лиц ОВЗ с продуктом (публичной услугой)		Лекция (академическая), которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных областью лекционного материала.		Практическое занятие, предусматривающее представление результатов исследования, выполненного группой студентов на выставке			16	работа над групповым проектом, подготовка презентации для финальной защиты группового проекта	
18/1		Контрольная точка 4.			1	Представление группового проекта, создаваемого студентами в течение семестра.					
Консультация							2	Г,И			
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	Происхождение сервис дизайна и его преимущества 5 ак. часов / 9 ак. часов	Основная литература 1. Аджич Г. IMPACT MAPPING: Как повысить эффективность программных продуктов и проектов по их разработке : практическое пособие / Г. Аджич. – Москва : Альпина Паблшер, 2017. - 86 с. – ISBN 978-5-9614-6448-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1911036 . – Режим доступа: по подписке. 2. Аймалетдинов Т. А. Рынок туристических услуг: потребительское поведение и планы россиян // Социология. Статистика. Публикации. Отраслевые обзоры. Вып. 2 (15) / Т. А. Аймалетдинов, В.И. Гриценко, О.А. Долгова ; Аналитический центр НАФИ. — Москва : НАФИ, 2019. — 50 с.. - ISBN 2587-9073. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1031310 3. Герасимов Б. И. Маркетинговые исследования рынка : учебное пособие / Б. И. Герасимов, Н. Н. Мозгов. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 336 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-811-3. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1068858 . – Режим доступа: по подписке. 4. Клиентоориентированность: исследования, стратегии, технологии : монография / Л.С. Латышова, И.В. Липсиц, О.К. Ойнер [и др.]. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 241 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1058297. - ISBN 978-5-16-015796-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1875215 . – Режим доступа: по подписке. 5. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 1071 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-01263-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1028517 . – Режим доступа: по подписке. 6. Резник Г. А. Сервисная деятельность : учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 202 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016211-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1241803 . – Режим доступа: по подписке. 7. Свириденко Ю. П. Сервисная деятельность : учебное пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 174 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). —
2	Составляющие и принципы сервис-дизайна 5 ак. часа / 9 ак. часов	
3	Специфика услуг как товара 5 ак. часов / -	
4	Концепция потребительской ценности 5 ак. часов / 9 ак. часов	
5	Инструменты сервис-дизайна 6 ак. часов / 9 ак. часов	
6	Сервис как компонент продажи товаров 6 ак. часов / 9 ак. часов	
7	Поведение потребителей и принятие ими решений, в том числе инвалидов и лиц ОВЗ. 5 ак. часов / 9 ак. часов	
8	Теория организации обслуживания, 5 ак. часов / 9 ак. часов	
9	Методы исследования клиентского опыта. 5 ак. часов / 9 ак. часов	
10	Дизайн-мышление. Инструментарий. 5 ак. часов / 9 ак. часов	
11	Управление клиентским опытом. 5 ак. часов / 9 ак. часов	
12	Пользовательские и экономические метрики 14 ак. часов / 9 ак. часов	
13	Воронка основных этапов	



<p>взаимодействия инвалидов и лиц ОВЗ с продуктом (публичной услугой) 17 ак. часов / 16 ак. часов</p>	<p>DOI 10.12737/23520. - ISBN 978-5-16-014846-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1836717. – Режим доступа: по подписке.</p> <p>8. Сервис: термины и понятия : словарь / под ред. О.Я. Гойхмана. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 239 с. — (Библиотека словарей «ИНФРА-М»). - ISBN 978-5-16-014474-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1167070. – Режим доступа: по подписке.</p> <p>9. Сервис: организация, управление, маркетинг : учебник для бакалавров / Е. Н. Волк, А. И. Зырянов, А. А. Лимпинская, Н. В. Харитоновна. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 249 с. - ISBN 978-5-394-03140-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1081771. – Режим доступа: по подписке.</p> <p>10. Якуба В. Сервис. Как завоевать доверие клиентов и повысить продажи : практическое руководство / В. Якуба. - Санкт-Петербург : Питер, 2021. - 192 с. - (Бизнес-психология). - ISBN 978-5-4461-1803-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1817713. – Режим доступа: по подписке.</p> <p>Дополнительная литература</p> <p>1. Аппело Ю. Agile-менеджмент: Лидерство и управление командами : практическое руководство / Ю. Аппело. - Москва : Альпина Паблишер, 2018. - 534 с. - ISBN 978-5-9614-6361-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1911035. – Режим доступа: по подписке.</p> <p>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</p> <p>3. Управление продажами : учебно-практическое пособие для бакалавров / авт.-сост. И. Н. Кузнецов. — 3-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 492 с. - ISBN 978-5-394-02640-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1092999. – Режим доступа: по подписке.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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, индикатор достиж	Содержание компетенции (индикатор достижения компетенции)	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (индикатор достижения)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или индикатор достижения компетенции) обучающийся должен:		
				знать	уметь	владеть

ения компет енции	компетенции)					
1.	УК-9	способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах				
	УК-9.2 - осуществляет профессиональную деятельность с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья	Раздел 1,2	особенности применения базовых дефектологических знаний, влияющих на оперативность и качество деятельности предприятий и организаций сферы публичных услуг в рамках сервис-дизайна.	применять основные подходы работы с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами, в т.ч. психологического и социального характеров в процессе сервис-дизайна.	навыками взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами в процессе оказания государственных и муниципальных услуг.	
	УК-9.3. - взаимодействует в социальной и профессиональной сферах с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья	Темы 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13	ключевые принципы взаимодействия с инвалидами и лицами ОВЗ в процессе сервис-дизайна	применять правила взаимодействия с людьми с особенностями психофизического развития, в т.ч. слуха, зрения, нарушением речи в рамках проектирования публичных услуг	навыками организации комфортного пространства в процессе сервис-дизайна инвалидам и лицам с ОВЗ	

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
Знание особенностей применения базовых дефектологических знаний, влияющих на оперативность и качество деятельности предприятий и организаций сферы публичных услуг, ключевых принципов взаимодействия с	Тестирование, выполнение контрольной работы, выполнение и	Студент демонстрирует знание особенностей применения базовых дефектологических знаний, влияющих на оперативность и качество деятельности предприятий и организаций сферы публичных услуг, а также основных принципов взаимодействия с	Формирование способности осуществлять профессиональную деятельность с



<p>инвалидами и лицами ОВЗ в рамках сервис-дизайна.</p> <p>Умение применять основные подходы работы с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами, в т.ч. психологического и социального характеров, применять правила взаимодействия с людьми с особенностями психофизического развития, в т.ч. слуха, зрения, нарушением речи в процессе сервис-дизайна.</p> <p>Владение навыками взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами в процессе оказания государственных и муниципальных услуг, а также навыками организации комфортного пространства в процессе проектирования публичных услуг инвалидам и лицам с ОВЗ.</p>	<p>защита группового проекта</p>	<p>инвалидами и лицами ОВЗ в процессе сервис-дизайна.</p> <p>Студент демонстрирует умение применять основные подходы работы с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами, в т.ч. психологического и социального характеров, применять ключевые правила взаимодействия с людьми с особенностями психофизического развития, в т.ч. слуха, зрения, нарушением речи в процессе сервис-дизайна.</p> <p>Студент демонстрирует владение навыками взаимодействия с лицами ОВЗ и инвалидами в процессе оказания государственных и муниципальных услуг, а также организации комфортного пространства в процессе проектирования публичных услуг инвалидам и лицам с ОВЗ.</p>	<p>инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья; взаимодействовать в социальной и профессиональной сферах с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

Порядок, критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации определяется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, реализуемым по федеральным государственным образовательным стандартам в ФГБОУ ВО «РГУТИС».

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	9-10 баллов, если 29-30 правильных ответов
	7-8 баллов, если 25-28 правильных ответов
	5-6 баллов, если 15-24 правильных ответов
	3-4 балла, если 10-14 правильных ответов
	0-2 балла, если менее 10 правильных ответов

Средство оценивания – выполнение контрольных работ в форме письменного опроса - 0-10 баллов.

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении контрольной работы:

Критерии оценки	оценка
выполнено вопросов контрольной работы	9-10 баллов, если (76 – 100)% вопросов раскрыто
	7-8 баллов, если (51 – 75)% вопросов раскрыто
	5-6 баллов, если (26 – 50)% вопросов раскрыто
	3-4 баллов, если (11 – 25)% вопросов раскрыто
	0-2 баллов, если (0 – 10)% вопросов раскрыто

Средство оценивания – групповой проект

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков разработки группового проекта

Критерии оценки	оценка
исполнение проекта с учетом всех предъявленных требований	15-13 балл
частичное использование современных методов создания и продвижения услуги (продукта) на рынок	12-10 баллов
неаккуратное исполнение графической части проекта, недостаточная разработка идеи и ее воплощения	9-7 балла
частичное исполнение проекта, невозможность его реализации в коммерческой жизни	6-4 баллов
выполнение части проекта, неоконченность, неаккуратность	3-1 балл



конечных результатов	
проект не подготовлен	0 баллов

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

Устный опрос + выполнение практических заданий

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;– ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов;– 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– задание выполнено правильно, применен верный алгоритм решения;– продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков.	<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">– вопросы излагаются систематизировано и последовательно;– продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;– продемонстрировано усвоение основной литературы.	<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



<p>«4»</p>	<p>– ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков:</p> <p>– а) в изложении допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание ответа;</p> <p>– б) допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя;</p> <p>– в) допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя;</p> <p>– задание выполнено правильно, применен верный алгоритм решения.</p>	<p>некоторые неточности;</p> <p>– правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций;</p> <p>– демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой.</p>
<p>«3»</p>	<p>– неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;</p> <p>– усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам;</p> <p>– имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;</p> <p>– продемонстрировано усвоение основной литературы;</p> <p>– задание выполнено в целом правильно, но есть несущественные недостатки;</p> <p>– при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации.</p>	<p>– обучающийся показывает знание основного материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности;</p> <p>– при ответе на вопросы билета и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения;</p> <p>– не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций;</p> <p>– подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне</p>
<p>«2»</p>	<p>– не раскрыто основное содержание учебного материала;</p> <p>– обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала;</p> <p>– допущены ошибки в определении</p>	<p>– обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине;</p> <p>– не способен аргументировано и последовательно его излагать,</p>



	понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; – начато выполнение задания, но окончательного варианта выполнения нет; – не сформированы компетенции, умения и навыки.	допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом; – не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой.
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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	Анатомия сервис-дизайна	Аудиторное тестирование	Тестирование состоит из 30 вопросов с тремя вариантами ответа. Необходимо выбрать 1 верный ответ из трех предложенных. Работа оценивается по 10-и бальной системе. В работе допускается не более 2 ошибок для получения 9 баллов, не более 7 ошибок для получения 7 баллов, не более 15 ошибок для получения 5 баллов, не более 20 ошибок для получения 3 баллов, более 20 ошибок – 1 балла
11	Анатомия сервис-дизайна	Аудиторное тестирование	Тестирование состоит из 30 вопросов с тремя вариантами ответа. Необходимо выбрать 1 верный ответ из трех предложенных. Работа оценивается по 10-и бальной системе. В работе допускается не более 2 ошибок для получения 9 баллов, не более 7 ошибок для получения 7 баллов, не более 15 ошибок для получения 5 баллов, не



			более 20 ошибок для получения 3 баллов, более 20 ошибок – 1 балла
16	Управление клиентским опытом	Контрольная работа в форме письменного опроса	Контрольная работа состоит из 12 вопросов. Необходимо полно и точно раскрыть суть вопроса. Работа оценивается по 10-и бальной системе. При раскрытии 100% вопросов студент получает 10 баллов, 75% - 8 баллов, 50% - 6 баллов, 25% - 4 баллов, 10% - 2 баллов.
17,18	Управление клиентским опытом	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.	Проект оценивается по 15-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 15-13 подразумевает исполнение проекта с учетом всех предъявленных требований, оценка 12-10 – частичное использование современных методов создания и продвижения услуги (продукта) на рынок, оценка 9-7 – неаккуратное исполнение графической части проекта, недостаточная разработка идеи и ее воплощения. Оценка 6-4 – частичное исполнение проекта, невозможность его реализации в коммерческой жизни, оценка 3-1 – выполнение части проекта, неоконченность, неаккуратность конечных



			результатов.
--	--	--	--------------

Раздел 1. Анатомия сервис-дизайна

Текущий контроль 1.

Тестовые задания:

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 непроизводственные виды бытового обслуживания.

4. Услуга государственного сервиса является:

- а) непроизводственной, 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 отличие 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
- в) 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
- в) их нематериальный характер, другими словами, услуга не может быть предложена клиенту в другой форме до завершения процесса его обслуживания.

19. Несохраняемость 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
- в) их нематериальный характер, другими словами, услуга не может быть предложена клиенту в другой форме до завершения процесса его обслуживания
- г) 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
- в) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.

21. Согласно модели «Servuction» к части компании, видимой для клиента относятся:

- а) персонал
- б) технологическое ядро
- в) физическое окружение
- г) 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
- в) процесс, в ходе которого производители через стимуляцию чувственного восприятия стараются доставить клиенту эстетическое удовлетворение, Привлечь его внимание, восхитить красотой
- г) 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.
- в) 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.
- в) 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.
- в) 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) неосязаемость
- б) неоднородность
- в) одновременность производства и потребления
- г) поочередность производства и потребления
- д) несохраняемость

27. Услуги делятся на 2 большие группы....

- а) материальные и нематериальные
- б) материальные и духовные
- в) материальные и социально-культурные
- г) материальные и идеальные.

28. К 4-м «Не» характеристики услуги НЕ относится...

- а) неотделимость от источника
- б) нематериальность
- в) несохраняемость
- г) неосязаемость
- д) непостоянство
- е) все ответы верны.

29. К типу потребительских услуг относится:

- а) консалтинговые услуги
- б) услуги кабельного телевидения



в) услуги, предоставляемые в ателье.

30. Выберите группу, не входящую в классификацию услуг по признаку вещественности - не вещественности:

- а) осязаемые действия направленные на тело человека
- б) неосязаемые действия направленные на осязаемые активы
- в) осязаемые действия направленные на вещь
- г) неосязаемые действия направленные на сознание человека
- д) неосязаемые действия направленные на неосязаемые активы
- е) все ответы верны.

Раздел 2. Управление клиентским опытом

Текущий контроль 2.

Тестовые задания:

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;
- б) определенное действие, направленное на удовлетворение конкретной потребности;
- с) абстрактная теоретическая модель любого из видов сервисной деятельности;
- д) всё вышеперечисленное.

3. Услуга, подразумевающая индивидуальный подход к клиенту, называется:

- а) профессиональной;
- б) творческой;
- с) идеальной;
- д) нет правильного ответа.

4. К воспринимаемому качеству, как к элементу ценности услуги, не относится:

- а) стиль общения продавца и покупателя;
- б) личные потребности клиента;
- с) цена услуги;
- д) внешние коммуникации.

5. Согласно модели «Servuction», к части компании, видимой для клиента относится:

- а) персонал;
- б) технологическое ядро;
- с) физическое окружение;
- д) 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.

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. Сервис-дизайн – это:

- a) абстрактная теоретическая модель основных видов сервисной деятельности
- b) удовлетворение потребностей, связанных с вещественной направленностью действия
- c) методология, которая помогает улучшить взаимодействие компании с клиентами
- d) визуализация продукта, направленная на формирование повышенного спроса

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. Майндсеты в сервис-дизайне – это:

- a) процесс формирования образа целостного предмета, непосредственно воздействующего на анализаторы
- b) побуждение к действию и неотъемлемая часть любого профессионального и личностного роста



с) набор правил, убеждений, подходов, которыми человек руководствуется при принятии решений

д) устоявшаяся форма бытия человека в мире, находящая своё выражение в его деятельности, интересах, убеждениях

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) несохраняемость
- 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 учетом 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.

31. К кому должен направить свое обращение сотрудник при контакте с лицом ОВЗ?

- a) к сурдопереводчику
- b) к лицу ОВЗ
- c) к сопровождающему
- d) не имеет значения

32. Информация на «ясном языке» (или «легкое чтение») направлена на облегчение понимания информации....

- a) для лиц с нарушениями зрения
- b) для лиц с нарушениями слуха
- c) для лиц с нарушениями умственного развития
- d) Для маломобильных граждан

33. Размер административного штрафа на юридических лиц за уклонение от исполнения требований доступности для инвалидов объектов инженерной, транспортной и социальной инфраструктур составляет:

- a) от 2 до 3 тысяч рублей
- b) от 20 до 30 тысяч рублей
- c) от 200 до 300 тысяч рублей
- d) от 500 тысяч рублей



34. Какими специальными знаками должна быть обозначена контрастная маркировка для всех потенциально опасных препятствий на пути следования людей с нарушениями зрения?

- a) белыми кругами на черном фоне
- b) желтыми полосами или кругами
- c) красными треугольниками
- d) зелеными полосами или квадратами

35. Предусматривается ли выделение специальных мест для личного транспорта инвалидов и других маломобильных групп населения при предприятиях розничной торговли и организациях общественного питания?

- a) только в населенных пунктах с численностью населения не менее 600 тыс.
- b) да
- c) нет
- d) на усмотрение предприятия

36. Каким из нижеперечисленных требований должны отвечать доступные для инвалидов входные двери?

- a) наружные двери не могут иметь пороги
- b) на путях движения инвалидов не рекомендуется применять распашные двери на петлях одностороннего действия с фиксаторами в положениях «открыто» или «закрыто» с доводчиком
- c) входные двери, доступные для инвалидов, должны быть хорошо опознаваемы и иметь символ, указывающий на их доступность
- d) все вышеперечисленное

37. Когда Вы говорите о человеке с особыми потребностями, правильнее называть его:

- a) инвалид
- b) человек с инвалидностью
- c) особые граждане
- d) все вышеперечисленное

38. Какие правила актуальны, если вы разговариваете с человеком, который пользуется инвалидной коляской?

- a) не опираться на инвалидную коляску
- b) не катить коляску без согласия человека, который ею пользуется
- c) располагаться так, чтобы глаза были на одном уровне с человеком
- d) все вышеперечисленное верно

39. Если вы хотите поговорить с незрячим человеком, как лучше начать общение?

- a) подойти близко и начать разговор
- b) подойти к человеку, представиться и аккуратно дотронуться до его руки
- c) начать говорить громко, чтобы человек понял, что обращаются к нему
- d) начать разговор сначала с сопровождающим

40. Допустимо ли дотронуться до слепоглухого собеседника при общении?



- a) да, в случае, если вы уже знакомы
- b) нет, это может напугать человека
- c) да, в любом случае допустимо
- d) необходимо отталкиваться от ситуации

41. Если во время общения с незрячим собеседником Вам необходимо отлучиться, как правильнее поступить?

- a) отойти, не перебивая незрячего человека
- b) предупредить сопровождающего, не привлекая внимания человека с инвалидностью
- c) предупредить незрячего человека о необходимости отлучиться, а вернувшись, сообщить о своем присутствии
- d) все варианты корректны

42. Чтобы привлечь внимание человека с нарушением слуха, необходимо:

- a) начать разговор громко
- b) хлопнуть в ладоши
- c) до максимума сократить дистанцию с лицом ОВЗ и начать разговор
- d) помахать рукой человеку или похлопать по плечу

43. В аэропорту инвалидам предоставляются следующие бесплатные услуги:

- a) сопровождение и помощь при перемещении по территории аэропорта
- b) горячее питание в период ожидания посадки на самолет
- c) услуги [интернет-кафе](#)
- d) отдельный зал или помещение для ожидания

44. Вас знакомят с человеком, которому трудно двигать рукой или который пользуется протезом. Вежливо ли пожать ему руку?

- a) да
- b) нет
- c) целесообразно заменить рукопожатие кивком головы
- d) необходимо спросить на это разрешение у сопровождающего

45. Как лучше построить общение с человеком, у которого выраженные нарушения речи?

- a) допустимо помогать человеку, договаривая за него фразы
- b) переспросить, если непонятно
- c) общаться с помощью сопровождающего лица
- d) использовать мобильный телефон или планшет

Текущий контроль 3.

Выполнение контрольной работы по вопросам:

1. Дайте определение понятиям «форма обслуживания» и «метод обслуживания потребителей».
2. Какие современные инструменты сервис-дизайна 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. Перечислите основные принципы работы с инвалидами и лицами ОВЗ.
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? Какие инструменты сервис-дизайна в этой форме можно применить?
8. Составьте рейтинг пользовательских и экономических метрик, которые используются в результате сервис-дизайна. Какие из них универсальны?
9. Назовите этапы жизненного цикла услуги и почему это необходимо знать любому предпринимателю.
10. Почему при оказании услуг так важно учитывать временной фактор?
11. Представьте графическую модель воронки основных этапов взаимодействия клиента с продуктом. Поясните действия компании на каждом из них.
12. Приведите примеры того, как компьютерные и телекоммуникационные технологии в течение последних лет изменили те виды услуг, которыми вы пользовались уже давно.

Текущий контроль 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. Сервис-дизайн: проблемы и особенности развития
6. Анализ особенностей развития сервис-дизайна в 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.)

Типовые контрольные задания промежуточной аттестации, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих формирование компетенции УК-9- способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах в части индикаторов достижения компетенции УК-9.2 - осуществляет профессиональную деятельность с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья; УК-9.3. - взаимодействует в социальной и профессиональной сферах с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья

Перечень вопросов для промежуточной аттестации (4 /5 семестр экзамен)

1. Преимущества сервис-дизайна



2. Составляющие сервис-дизайна
3. Принципы сервис-дизайна
4. Инструменты сервис-дизайна
5. Сущность трендвочинга, примеры
6. Принципы составления CJM
7. Сущность Service Blueprint
8. Краткая характеристика этапов развития человеческого общества.
9. Технологические уровни развития человечества.
10. Понятие индустриального общества, его особенности. Зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира.
11. Услуги в средневековом обществе Европы.
12. Услуги в средневековом обществе России.
13. Понятие индустриального общества, его особенности. Индустриальное производство и сервисная деятельность.
14. Применение дизайн-мышления
15. Инструменты развития сервисного мышления
16. Этапы дизайн-мышления
17. Понятие постиндустриального общества (информационная революция, сервисизация экономики и др.). Постиндустриальное производство и сервисная деятельность.
18. Иерархия и пирамида потребительских метрик
19. Пожизненная стоимость клиента, Customer Lifetime Value или LTV
20. Стоимость привлечения клиентов, Customer Acquisition Cost или САС
21. Воронка основных этапов взаимодействия клиента с продуктом или ААARRR
22. Глобальные проблемы постиндустриального общества и их связь со сферой сервиса
23. Признаки услуги. Сравнительная характеристика товаров и услуг.
24. Понятие услуги. Виды услуг.
25. Методы исследования клиентского опыта
26. Принципы эмоционального интеллекта
27. Концепция потребительской ценности
28. Методика Customer Journey или «карта путешествия потребителя»
29. Карта эмпатии и принципы ее составления
30. Принципы вовлечения пользователей
31. Услуги социального пакета.
32. Государственная услуга. Виды государственных услуг.
33. Международные модели услуг (модели Д. Ратмела, Ф. Котлера, М. Битнера и др.)
34. Сущность понятия «сфера услуг». Элементы сферы услуг. Рынок услуг. Субъекты рынка услуг.
35. Необходимые компоненты сферы услуг: спрос и предложение. Методологические подходы к прогнозированию спроса.
36. Факторы, определяющие спрос в сфере услуг. Неценовые факторы.
37. Особенности рынка услуг.
38. Стратегии предпринимательской деятельности в сфере услуг.
39. Сервисная политика стран Европы и США.
40. Сервисная политика России.
41. Законодательная и нормативная базы сервиса.



42. Принципы осуществления современного сервиса. Основные задачи сферы сервиса.
43. Основные подходы к осуществлению сервиса.
44. Виды предпродажного и послепродажного сервиса.
45. Основные варианты организации системы сервиса.
46. Основные задачи организации в области сервисных технологий. Меры по улучшению сферы сервиса.
47. Региональные аспекты сервиса.
48. Проблемы сервисной отрасли и перспективы развития.
49. Понятие деловой репутации.
50. Культура сервиса.
51. Понятие контактной зоны и особенности поведения в ней.
52. Этические основы и деловой этикет сервисной деятельности.
53. Эстетические компоненты сферы сервиса.
54. Понятие инноваций в сфере сервиса. Особенности внедрения инноваций в сферу услуг. Примеры удачных и неудачных инновационных решений в сфере услуг.
55. Жизненный цикл услуги (ЖЦУ).
56. Стратегии конкуренции на различных этапах ЖЦУ.
57. Модель ценности услуги.
58. Классификация потребителей. Потребительское поведение.
59. Качество обслуживания и производительность.
60. Стратегические направления и конкурентоспособность в сфере услуг.
61. Формы коммуникации с потребителями услуг.
62. Роль и значение невербальных способов общения.
63. Международный обмен услугами.
64. Интернет -сервис в современном обществе.
65. Информационные технологии сервисной деятельности.
66. Психологическая культура сервиса.
67. Требования, предъявляемые к профессиональному поведению работника контактной зоны.
68. Культура общения с потребителями. Культура речи работника контактной зоны.
69. Работа с жалобами. Конфликты с клиентами.
70. Способы и правила разрешения конфликтных ситуаций.

Перечень практических заданий для промежуточной аттестации (4 /5 семестр экзамен)

Задание 1. Современные формы обслуживания потребителей публичных услуг приближают услугу к потребителю, сокращают время обслуживания, создают удобство потребителя услуг. К таким формам относятся:

- обслуживание потребителей в стационарных условиях;
- обслуживание потребителей с выездом на дом;
- бесконтактное обслуживание;
- самообслуживание.

Проведите оценку психологии процесса обслуживания потребителей публичных услуг при каждой форме обслуживания. Укажите положительные и отрицательные стороны каждой формы, данные сведите в таблицу. Предложите варианты устранения



проблемных мест в каждой из форм обслуживания с точки зрения современных подходов к обслуживанию населения.

Задание 2. При исполнении какой-либо социальной роли человек действует по вполне определенной программе, которая может или содержаться в официальных документах, или закрепляться традициями, обычаями. Человек может исполнять свою роль как сознательно, так и неосознанно. Исполнение роли строго контролируется окружающими.

Профессиональное поведение должно не только выделять работника контактной зоны среди посетителей, но и выполнять также защитную функцию, оберегая его нервную систему от чрезмерных перегрузок. Ему следует выработать линию профессионального поведения с учетом своих индивидуально - психологических особенностей. К примеру, сангвинику следует развивать удовлетворительно себя большую ответственность в работе, холерику - сдержанность, флегматику - активность, меланхолику - эмоциональную устойчивость.

Работник государственных и муниципальных служб должен правильно взаимодействовать и с так называемыми трудными пользователями. При их обслуживании работник должен быть дипломатичен, не поддаваться эмоциям.

Помимо деловой компетентности, надо уметь производить на посетителя приятное впечатление. Это, как утверждают психологи, во многом достигается умелым контактом взглядов. Если на лице работника безразличие и скука, то пользователь публичных услуг понимает, что здесь он лишний, поэтому работник всегда должен выглядеть доброжелательным, с приветливой улыбкой на лице. Уметь выслушать клиента - это большое искусство, которое дано, к сожалению, не очень многим.

Профессиональное поведение работника контактной зоны должно отвечать следующим требованиям:

- доброжелательность и радушие.
- приветливость, вежливость.
- обходительность, любезность.
- сдержанность, тактичность.
- заботливость.
- мастерство.
- эрудированность.
- владение навыками воспитательной работы.
- умение пользоваться улыбкой.

Разработайте «памятки» профессионального поведения работника предприятия, оказывающего публичные услуги, с потребителями услуг.

Разработайте «памятки» культуры общения работника предприятия, оказывающего публичные услуги, с потребителями услуг.

Задание 3. Содержание процессов, происходящих в рамках управления качеством, в зарубежной литературе изображается как «петля качества», включающая 11 этапов, на которых должен осуществляться контроль качества публичной услуги.

С помощью «петли качества» удастся на предприятии организовать такую систему управления качеством, которая обеспечивает взаимосвязь производителя с потребителем и со всеми этапами контроля качества.

Цель организации системы управления качеством – обеспечить рост притока потребителей публичных услуг на предприятии за счет решения следующих задач



(заполнить самостоятельно):

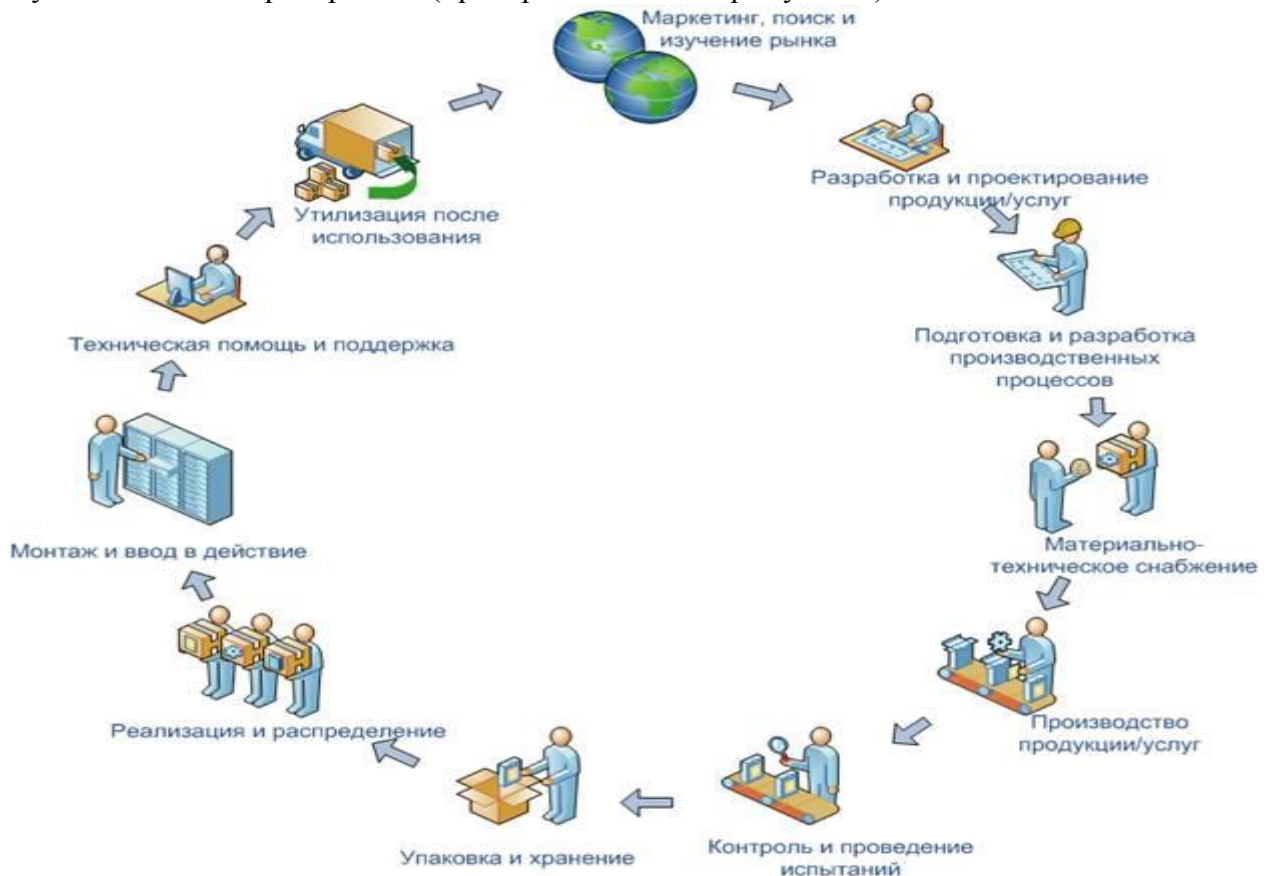
1.

2.

3.

.....

Разработайте и постройте «петлю качества» услуг государственного или муниципального предприятия (предприятие на выбор студента).



Задание 4. Управление персоналом – это функциональная сфера деятельности, часть организационной стратегии.

Составьте аттестационный лист на работника муниципального или государственного учреждения с целью выявления личных и профессиональных навыков. Сделайте комментарий аттестационного листа.

Задание 5. При исполнении какой-либо социальной роли человек действует по вполне определенной программе, которая может или содержаться в официальных документах, или закрепляться традициями, обычаями. Человек может исполнять свою роль как сознательно, так и неосознанно. Исполнение роли строго контролируется окружающими.

Профессиональное поведение должно не только выделять работника контактной зоны среди посетителей, но и выполнять также защитную функцию, оберегая его нервную систему от чрезмерных перегрузок. Ему следует выработать линию профессионального поведения с учетом своих индивидуально - психологических особенностей. К примеру, сангвинику следует развивать удовлетворительно себя большую ответственность в работе, холерику - сдержанность, флегматику - активность,



меланхолику - эмоциональную устойчивость.

Работник государственных и муниципальных служб должен правильно взаимодействовать и с так называемыми трудными пользователями. При их обслуживании работник должен быть дипломатичен, не поддаваться эмоциям.

Помимо деловой компетентности, надо уметь производить на посетителя приятное впечатление. Это, как утверждают психологи, во многом достигается умелым контактом взглядов. Если на лице работника безразличие и скука, то пользователь публичных услуг понимает, что здесь он лишний, поэтому работник всегда должен выглядеть доброжелательным, с приветливой улыбкой на лице. Уметь выслушать клиента - это большое искусство, которое дано, к сожалению, не очень многим.

Профессиональное поведение работника контактной зоны должно отвечать следующим требованиям:

- доброжелательность и радушие.
- приветливость, вежливость.
- обходительность, любезность.
- сдержанность, тактичность.
- заботливость.
- мастерство.
- эрудированность.
- владение навыками воспитательной работы.
- умение пользоваться улыбкой.

Разработайте «памятки» культуры общения работника предприятия, оказывающего публичные услуги, с потребителями услуг.

Задание 6. Управление персоналом – это функциональная сфера деятельности, часть организационной стратегии.

Составьте анкету для работника организации, которая выявила бы личные и профессиональные навыки работников.

Анкета должна содержать вопросы (не менее 15) и предположительные ответы на них. Заполните анкету.

Задание 7. Управление персоналом – это функциональная сфера деятельности, часть организационной стратегии.

Какие методы обучения Вы бы предпочли использовать в государственной организации для работников. Обоснуйте свой ответ.

Задание 8. В компании успешно реализуется кодекс деловой этики, который способствует системному развитию и помогает эффективному 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 незтичные 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 государственных и муниципальных



услуг.

Задание 9. 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.

Задание 10. Выберите партнера из группы. Поговорите с собеседником как производитель с потребителем услуг, оказывая ему один из знаков внимания: – положительные – отрицательные; – физические – психологические; – обусловленные – необусловленные. Понаблюдайте, как принимают знаки внимания. Данные занесите в таблицу, отметив реакцию и возможные последствия.

Задание 11. На предприятии публичных услуг в течение непродолжительного времени (несколько месяцев) произошли существенные изменения в составе работающих из-за 2-кратного увеличения численности персонала, перехода на пенсию многих сотрудников и прихода на предприятие молодых людей – выпускников вузов и лицеев. Это вызвало сбой в социальных связях и функциональном взаимодействии, напряженность в отношениях между старыми и новыми кадрами, отклонения от сформированных традиций, стали возникать межличностные и межгрупповые конфликты, которые ослабляют деловой настрой и сплоченность. Необходимо в данной ситуации осуществить выбор оптимальной технологии и последовательности этапов оздоровления социально-психологического климата в коллективе.

Задание 12. Выберите две аналогичные услуги, предлагаемые на рынке компаниями-конкурентами. Определите 8-10 критериев, которые, с вашей точки зрения, будут представлять наибольшую значимость для клиентов. Проранжируйте их по степени важности и расставьте веса, исходя из того, что их сумма равна единице либо 100%. Затем оцените услуги, представляемые компаниями-конкурентами по выбранным критериям, используя десятибалльную шкалу, и сделайте вывод о конкурентоспособности услуг.

Задание 13. 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.

1. Произнесите фразу «Что Вы хотите мне сказать?» с какой-либо интонацией, слушатели должны определить, что вы при этом чувствуете или хотите выразить. 2. Произнесите фразу «Наша услуга одна из самых лучших» с различной интонацией: с раздражением, с сомнением, с равнодушием, с гордостью, с интересом, с восхищением, с напором, с пониманием. Слушатели должны определить, какая интонация вызывает большее желание сотрудничать. 3. Произнесите одну и ту же фразу сначала как обычную, а затем делая паузы и выделяя голосом значимые слова. Обратите внимание, как меняется смысл и стиль высказывания. Активное слушание позволяет завоевать доверие клиента, собрать максимально полную информацию о его интересах, потребностях, желаниях и убедительно воздействовать на его решение. Когда клиента или партнера не слушают, то его захватывают эмоции, и он не может действовать разумно и эффективно. Менеджер, не слушающий клиента, проявляет неуважительное отношение к тем ценностям, о которых говорится. Как себя ведет плохой слушатель? Он обычно: – старается не смотреть на клиента; – имеет позу, которая демонстрирует, что он не слушает: руки скрещены, нога покачивается, корпус тела отклонен назад; – говорит резко или нетерпеливо и голосом отталкивает, скучает во время разговора или презрительно воспринимает предложения; – неожиданно меняет тему разговора и игнорирует то, о чем говорилось. Хороший слушатель поддерживает: – ВИЗУАЛЬНЫЙ КОНТАКТ. Если вы собираетесь говорить с кем-то, то смотрите на него. Глаза не только зеркало души, но и зеркало того, как вы воспринимаете другого. – ЯЗЫК ТЕЛА. При общении важно сохранять открытую позицию, показывая интерес к собеседнику. – ТОН И СКОРОСТЬ РЕЧИ. При внимательном слушании тон вашего голоса гармонирует с голосом партнера. Голосом можно передать теплоту, заинтересованность, значимость для нас мнения собеседника. – НЕИЗМЕННОСТЬ ПРЕДМЕТА РАЗГОВОРА. Хороший слушатель позволяет собеседнику самому определить тему разговора.

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

Задание 14. Представьте, что Вы работаете в компании, которая осуществляет свою деятельность в сфере услуг. Совсем недавно Ваша компания благодаря НТП смогла разработать услугу-новинку, обладающую характеристиками, превышающими все существующие аналоги на рынке. Разработайте перечень мероприятий, способных повысить имидж Вашей компании и защитить услугу от аналогов конкурентов на протяжении каждого из этапов жизненного цикла услуги.

Задание 15. Разработайте перечень мероприятий по разработке государственной или муниципальной услуги-новинки и выведению ее на рынок; оцените степень риска выхода на рынок экспертным путем с помощью оценки по десятибалльной шкале выделенных критериев. Примечание: каждому критерию экспертным путем присвойте ранг, соответствующий значению данного; сумма рангов должна быть приравнена к 1 либо 100%.

Задание 16. Определить индивидуально-личностные качества, которые необходимы Вам – сотруднику государственного или муниципального образования, и



выберите инструменты для их определения. Опишите идеального для Вас подчиненного. Данные занесите в таблицу.

Задание 17. Представьте себя в роли инспектора, проверяющего работу предприятий сферы публичных услуг. Опишите критерии, по которым вы будете оценивать их качество сервиса и услуг. Можете ли вы определить степень удовлетворенности или неудовлетворенности клиентов, если да, то как? Данные представьте в виде таблицы.

Задание 18.

1. Составьте список, как минимум из 10 публичных услуг, которыми вы пользовались за последнее время. Разделите их на категории с учетом типа сервисного процесса.

2. В каких случаях клиент может заменить физическое посещение места оказания услуги удаленным способом обслуживания?

3. Каким образом потребители выбирают государственные и муниципальные образования, что является для них главным?

Задание 19. Перед вами поставлена задача открытия многофункционального центра в подмосковном городе (МФЦ). Опишите сервисные технологии, формы и методы обслуживания потребителей публичных услуг. Укажите, какие формы являются более перспективными, какие ресурсы необходимо привлечь для каждой их форм. Представьте портрет потребителя для каждой их форм. Данные сведите в таблицу.

Задание 20. Правовое обеспечение сервисной деятельности, жалобы и претензии потребителей занимают ведущее место в процессе обслуживания. Составьте таблицу основных жалоб и претензий потребителей публичных услуг. Представьте решение каждой из проблемы, жалобы или обращения, опираясь на правовое регулирование процессов обслуживания.

Задание 21. Вы разговариваете с человеком, испытывающим трудности в общении, и не совсем поняли, что он только что сказал. Как вежливо поступить в таком случае?

Задание 22. Вы по привычке сказали «Увидимся», обращаясь к тому, кто не может видеть, или «Вы слышали об этом...?» – тому, кто не слышит... Как думаете, стоит извиниться?

Задание 23. Как вы поступите, если увидите, что человеку с особыми потребностями нужна помощь?

Задание 24. К вам с запросом по телефону обратился незрячий человек. Ваша задача пригласить его в офис для решения проблемы или заключения договора. Опишите ваши действия?

Задание 25. Перечислите инструменты сервис-дизайна, возможные для людей с ОВЗ?

Задание 26. Перечислите правила разговорного поведения с лицами ОВЗ.



Задание 27. Перечислите правила обращения с человеком с нарушением двигательных функций.

Задание 28. При коммуникации с лицом ОВЗ сотрудник сервисного центра самостоятельно передвинул инвалидную коляску лица, обратившегося в офис для ремонта сотового телефона, ближе к стойке информации. Правильны ли его действия?

Задание 29. Каковы будут действия сотрудника сервисного офиса при работе с инвалидом-колясочником.

Задание 30. Сотрудник офиса принимает заказ от инвалида-колясочника, находясь на своем рабочем месте. Оно представляет собой высокую стойку рецепции. Нужно ли сотруднику менять свое местоположение в этой ситуации?

Задание 31. На празднике ко дню рождения компании на фуршет были приглашены ключевые клиенты, в том числе люди с нарушением двигательных функций. Каковы правила организации подобных мероприятий для людей с ОВЗ?

Задание 32. Приемлем ли физический контакт с человеком с поражением верхних конечностей?

Задание 33. Перечислите правила общения с человеком с нарушением слуха.

Задание 34. Сотрудник сервисной службы при встрече с плохослышащим клиентом начал общение в холле. Правильны ли его действия?

Задание 35. Необходимо ли сотруднику обращать внимание на расположение средства, усиливающего звук для человека с нарушением слуха или это считается некорректным?

Задание 36. При общении с человеком с нарушением слуха возникли проблемы устного общения. Как необходимо поступить сотруднику сервисной службы?

Задание 37. При общении с незрячим клиентом сотрудник позволил себе дотронуться до него. Насколько верны его действия?

Задание 38. Необходимо незрячего клиента проводить в комнату переговоров для заключения договора. Сотрудник взял в свои руки трость клиента и повел его за руку за собой. Уместны ли такие действия?

Задание 39. Необходимо усадить незрячего клиента на стул. Каковы ваши действия?

Задание 40. Незрячий клиент просит подать ему какой-то предмет. Каковы ваши действия?

Задание 41. Корректно ли предупреждать незрячего человека о препятствиях (ступенях, бордюрах, порогах) или это нарушает его права?



Задание 42. Для оформления документов сотрудник удалился в соседнюю комнату, оставив без присмотра человека с ОВЗ. Правильно ли поступил сотрудник?

Задание 43. Как следует вести себя с собакой-поводырем.

Задание 44. При проведении презентации услуги для незрячего человека, сотрудник обращается к человеку, сопровождающего его. Правильно ли он поступает?

Задание 45. Обнаружив проблемы с речью у клиента при переговорах, сотрудник начал говорить медленней и громче. Правильны ли его действия?

Задание 46. На этапе выявления потребности клиента с нарушением речи, процесс затянулся. Сотрудник, решив помочь человеку, начал поправлять, уточнять и перебивать речь клиента. Допустимо ли это?

Задание 47. У сотрудника компании на сегодня запланированы 8 встреч с клиентами. В из числе 3 клиента с нарушением речи. Стоит ли обратить внимание на тайминг встреч?

Задание 48. Какого типа вопросы следует задавать клиенту с нарушениями речи? Альтернативные, открытые или закрытые? Возможно ли сочетать и комбинировать типы вопросов.

Задание 49. В процессе принятия заявки сотрудник попросил произнести запрос медленно и по буквам. Насколько корректно поступил сотрудник?

Задание 50. У клиента затруднена устная речь. Сотрудник принимает решение перейти к демонстрации продукта, зачитывая основные характеристики и применить активную жестикуляцию. Правильно ли он поступает?

Задание 51. Перечислите основные правила сотрудничества с человеком с когнитивными нарушениями.

Задание 52. При коммуникации с человеком с когнитивными нарушениями начальник отдела использовал профессиональную лексику и терминологию. Убедившись в том, что клиент его не понимает, сотрудник обратился с просьбой к сопровождавшему объяснить ему суть происходящего, указывая на то, что клиент его не понимает. Правильно ли ведет себя сотрудник?

Задание 53. В процессе переговоров, клиент с когнитивными нарушениями начал вести себя неадекватно. Сотрудник службы сервиса вызвал охрану. Насколько правильно он поступил?

Задание 54. Как поступить сотруднику компании при возникновении сомнений в дееспособности клиента?

Задание 55. У клиента с когнитивными нарушениями возникли проблемы при эксплуатации продукта. Сотрудник предложил ему альтернативный вариант, но встретил отторжение этого предложения. В чем состоят ошибки сотрудника?



Задание 56. В чем состоит суть устного общения с человеком с ОВЗ?

7.4. Содержание занятий семинарского типа.

Целью проведения занятий семинарского типа по дисциплине «Сервис-дизайн» является закрепление полученных знаний, формирование умений и профессиональных навыков, компетентного принятия решений.

Задачами практических занятий по дисциплине «Сервис-дизайн» 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: Происхождение сервис дизайна и его преимущества

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», «сервис-дизайн», «сервис-мышление», «эмоциональный интеллект», «путь клиента» и др.

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

Вопросы, выносимые на обсуждение:

1. Понятие сервис-дизайне 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 занятия – 2 часа (очная форма)

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: «Студенческая конференция»

Тема и содержание занятия: Составляющие и принципы сервис-дизайна

Вопросы, выносимые на обсуждение

1. Принципы современного сервиса в индустрии и сервиса.
2. Задачи современного сервиса и сервис-дизайна.
3. Усиление роли туристической индустрии в современной экономике. Воздействие факторов роста потребительской активности. Эволюция понятия сервис-дизайн.
4. Принципы сервис-дизайна
5. Фирменный сервис и его преимущества.
6. Основные подходы к осуществлению сервиса в разных странах.

Цель занятия: изучить проблематику формирования сервисного общества РФ, определить основные проблемы

Практические навыки: знать особенности проектирования сервисного продукта в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями

Продолжительность занятия – 2 часа (очная форма).

Практическое занятие 3.

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 занятия – 2 часа (очная форма),

Практическое занятие 4.

Вид практического занятия: круглый стол

Тема и содержание занятия: Концепция потребительской ценности

Цель занятия: изучить различные подходы к оценке потребительской ценности.

Написать эссе, посвященное системе предоставления сервисов в РФ.

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



Продолжительность занятия – 2 часа (очная форма)

Практическое занятие 5.

Вид практического занятия: круглый стол

Тема и содержание занятия: Инструменты сервис-дизайна

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.
4. Сопоставьте инструменты сервис-дизайна в различных областях предоставления услуг.

Цель занятия: изучить инструменты сервис-дизайна.

Практические навыки: понимать и анализировать эффективность применения инструментов сервис-дизайна

Продолжительность занятия – 2 часа (очная форма).

Практическое занятие 6.

Вид практического занятия: представление презентаций

Тема и содержание занятия: Сервис как компонент продажи товаров.

Задание для семинарского занятия:

Составить презентацию на тему «Современный сервис в коммерции». Задание предполагает анализ одной из современных компаний с раскрытием всех особенностей обслуживания потребителей в процессе продажи товара». Презентация состоит из 10-15 слайдов.

Цель занятия: изучить сервисные технологии в процессе продажи товаров.

Практические навыки: владеть способностью понимать и анализировать взаимосвязь обслуживания и торговли.

Продолжительность занятия – 2 часа (очная форма)

Для очно-заочной формы обучения

Продолжительность практического занятия 1 по темам Происхождение сервис-дизайна и его преимущества, Составляющие и принципы сервис-дизайна, Специфика услуг как товара, Концепция потребительской ценности, Инструменты сервис-дизайна, Сервис как компонент продажи товаров – 3 часа.

Практическое занятие 7.

Вид практического занятия: case-study/ Решение ситуационных задач

Тема и содержание занятия: Поведение потребителей и принятие ими решений, в том числе инвалидов и лиц ОВЗ

Персонифицированное предложение сервисного продукта позволяет выделить наиболее важные, с точки зрения сервисологии, аспекты раскрывающие особенности потребления:

- персонификация 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;
- персонификация может осуществляться только за счет сервиса.



Цель занятия: закрепить полученные в ходе лекционного занятия знания, приобрести фундаментальные знания о поведении потребителя, потребностях в разных исторических эпохах

Практические навыки: изучить концептуальные основы сервисологии и рассмотреть аспекты современного потребления

Продолжительность занятия – 4 часа (очная форма)

Практическое занятие 8.

Вид практического занятия: интерактивное выездное занятие, предусматривающее посещение выставки

Тема и содержание занятия: Теория организации обслуживания.

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?

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

Практические навыки: навыками проектирования различных вариантов обслуживания

Продолжительность занятия – 4 часа (очная форма)

Практическое занятие 9.

Вид практического занятия: психологический тренинг

Тема и содержание занятия: Методы исследования клиентского опыта.

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

2. Правовое обеспечение сферы обслуживания. Жалобы и претензии потребителей, защита их прав.

Цель занятия: изучить методы исследования клиентского опыта, основные точки контакта с продуктом.

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

Продолжительность занятия – 2 часа (очная форма)

Для очно-заочной формы обучения

Продолжительность практического занятия 2 по темам Поведение потребителей и принятие ими решений, в том числе инвалидов и лиц ОВЗ, Теория организации обслуживания, Методы исследования клиентского опыта – 3 часа.

Практическое занятие 10.

Вид практического занятия: круглый стол



Цель занятия: рассмотреть основные методы предоставления услуг

Тема и содержание занятия: Дизайн-мышление. Инструментарий.

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.).

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.).

3. Дизайн-мышление как базовый навык специалиста

Цель занятия: изучить подходы к дизайн-мышлению

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

Продолжительность занятия – 2 часа (очная форма)

Практическое занятие 11.

Вид практического занятия: круглый стол

Тема и содержание занятия: Управление клиентским опытом

Продолжительность занятия – 2 часа (очная форма)

Для очно-заочной формы обучения

Продолжительность практического занятия 3 по темам Дизайн-мышление. Инструментарий, Управление клиентским опытом – 2 часа.

Практическое занятие 12.

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

Тема и содержание занятия: Пользовательские и экономические метрики

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

Практические навыки: знать особенности проектирования сервисного продукта на основе пользовательских и экономических метрик.

Продолжительность занятия – 4 часа (очная форма).

Практическое занятие 13.

Вид практического занятия: представление презентаций по результатам работы в микрогруппах

Тема и содержание занятия: Воронка основных этапов взаимодействия инвалидов и лиц ОВЗ с продуктом (публичной услугой)

Текущий контроль 4

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 занятия – 6 часов (очная форма)

Для очно-заочной формы обучения

Продолжительность практического занятия 4 по темам Пользовательские и



экономические метрики, Воронка основных этапов взаимодействия инвалидов и лиц ОВЗ с продуктом (публичной услугой) – 2 часа.

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. Аджич Г. IMPACT MAPPING: Как повысить эффективность программных продуктов и проектов по их разработке : практическое пособие / Г. Аджич. – Москва : Альпина Паблишер, 2017. - 86 с. – ISBN 978-5-9614-6448-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1911036>. – Режим доступа: по подписке.

2. Аймалетдинов Т. А. Рынок туристических услуг: потребительское поведение и планы россиян // Социология. Статистика. Публикации. Отраслевые обзоры. Вып. 2 (15) / Т. А. Аймалетдинов, В.И. Гриценко, О.А. Долгова ; Аналитический центр НАФИ. — Москва : НАФИ, 2019. — 50 с.. - ISBN 2587-9073. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1031310>

3. Герасимов Б. И. Маркетинговые исследования рынка : учебное пособие / Б. И. Герасимов, Н. Н. Мозгов. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 336 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-811-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1068858> – Режим доступа: по подписке.

4. Клиентоориентированность: исследования, стратегии, технологии : монография / Л.С. Латышова, И.В. Липсиц, О.К. Ойнер [и др.]. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 241 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1058297. - ISBN 978-5-16-015796-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1875215>. – Режим доступа: по подписке.

5. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 1071 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-01263-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028517>– Режим доступа: по подписке.

6. Резник Г. А. Сервисная деятельность : учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 202 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016211-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241803>. – Режим доступа: по подписке.

7. Свириденко Ю. П. Сервисная деятельность : учебное пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 174 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/23520. - ISBN 978-5-16-014846-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1836717>. – Режим доступа: по подписке.

8. Сервис: термины и понятия : словарь / под ред. О.Я. Гойхмана. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 239 с. — (Библиотека словарей «ИНФРА-М»). - ISBN 978-5-16-014474-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1167070>. – Режим доступа: по подписке.

9. Сервис: организация, управление, маркетинг : учебник для бакалавров / Е. Н. Волк, А. И. Зырянов, А. А. Лимпинская, Н. В. Харитоновна. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 249 с. - ISBN 978-5-394-03140-3. - Текст :



электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081771>. – Режим доступа: по подписке.

10. Якуба В. Сервис. Как завоевать доверие клиентов и повысить продажи : практическое руководство / В. Якуба. - Санкт-Петербург : Питер, 2021. - 192 с. - (Бизнес-психология). - ISBN 978-5-4461-1803-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1817713> – Режим доступа: по подписке.

8.2. Дополнительная литература

1. Аппело Ю. Agile-менеджмент: Лидерство и управление командами : практическое руководство / Ю. Аппело. - Москва : Альпина Паблишер, 2018. - 534 с. - ISBN 978-5-9614-6361-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1911035>. – Режим доступа: по подписке.

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>

3. Управление продажами : учебно-практическое пособие для бакалавров / авт.-сост. И. Н. Кузнецов. — 3-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2018. - 492 с. - ISBN 978-5-394-02640-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1092999>. – Режим доступа: по подписке.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Научный журнал «Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса» Режим доступа: <https://vestnik.rgutspubl.org/index.php/1>

2. Научный журнал «Современные проблемы сервиса и туризма» Режим доступа: <https://stcc.rgutspubl.org/index.php/1>

3. Журнал «Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии» Режим доступа: <https://unecon.ru/nauka/izdaniya/teoriya-i-praktika-servisa/>

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

1. Microsoft Windows

2. Microsoft Office

3. Электронно-библиотечная система ZNANIUM Режим доступа: <https://znanium.com/>

4. Электронно-библиотечная система BOOK.ru Режим доступа: <https://book.ru/>

5. Справочная правовая система (СПС) КонсультантПлюс Режим доступа: <https://www.consultant.ru/>

6. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» Режим доступа: <http://window.edu.ru/>

7. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов Режим доступа: <http://fcior.edu.ru/>

8. Официальный сайт ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса» Режим доступа: <https://rguts.ru/>

9. Научная электронная библиотека E-library (информационно-справочная система) Режим доступа: <http://www.e-library.ru/>

10. Российская книжная палата и Российская государственная библиотека (РГБ) (информационно-справочная система) Режим доступа: <https://www.rsl.ru/ru/rkp/>

11. Российская национальная библиотека (информационно-справочная система) Режим доступа: <https://nlr.ru/>



12. Профессиональная база данных «Федеральная служба государственной статистики» Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>
13. Профессиональная база социологических данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) Режим доступа: <https://bd.wciom.ru/>
14. База данных открытых проектов «ВЦИОМ» (профессиональная база данных) Режим доступа: https://profi.wciom.ru/open_projects/
15. Информационная справочная система «Интернет-версия справочно-правовой системы «Гарант»» (информационно-правовой портал «Гарант.ру») Режим доступа: <http://www.garant.ru>
16. Портал открытых данных Российской Федерации (профессиональная база данных) Режим доступа: <http://data.gov.ru/>
17. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов Режим доступа: <http://school-collection.edu.ru/>
18. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Режим доступа: <https://minobrnauki.gov.ru/>
19. База данных сервисных центров «Сервисбокс» Режим доступа: <https://www.servicebox.ru/>
20. База данных «Российский бизнес-портал «BazaRF.ru» Режим доступа: <http://www.baza-r.ru/enterprises>
21. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>

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

Процесс изучения дисциплины «Сервис-дизайн» 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 «Сервис-дизайн» в предлагаемой методике обучения выступают лекционные и практические занятия (с использованием интерактивных технологий обучения), а так же самостоятельная работа обучающихся.

- лекции

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

Академическая лекция - это традиционно вузовская учебная лекция. Для нее характерны высокий научный уровень, теоретические абстракции, имеющие большое практическое значение. Стиль такой лекции - четкий план, строгая логика, убедительные доказательства, краткие выводы. Теоретические занятия (лекции) организуются по потокам. На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзаменам, а также



самостоятельной научной деятельности.

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 способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов. Выполнение практических заданий на занятиях студенты производят в письменном виде, в виде **презентаций** и докладов, а также эссе и рефератов. Отчет предоставляется преподавателю, ведущему данный предмет.

При изучении дисциплины «Сервис-дизайн» 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. Case-study/Решение ситуационных задач - анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности, и поиск вариантов лучших решений.

4. 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.



5. Кроме того, по дисциплине предусмотрено практическое занятие с проведением **психологического тренинга** со студентами на определение профессионального направления, умение работать в команде.

6. Цель практического занятия в виде **студенческой конференции** – ознакомить студентов с таким типом доклада на конференции как стендовый доклад, который на сегодняшний день является наиболее распространенным типом доклада на различных научных конференциях, форумах, симпозиумах, что связано с необходимостью донесения большого объема разнообразной информации до аудитории за небольшой отрезок времени. Важным в контексте проведения этого занятия является формирование у студентов представления о структуре, содержании стендового доклада и способах (средствах) подачи материала.

7. **Работа в команде (малых группах).** Студенты, как будущие специалисты, должны приобрести во время обучения умения и навыки работы в команде. Обучение в малых группах (команде), согласно определению – совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи с делением полномочий, ответственности и взаимозаменяемости, приводящая к синергетическому эффекту от сложения результатов индивидуальной работы членов команды.

Цель работы в команде при выполнении задания – развивать коммуникативные навыки и личностные качества. Студенческая группа — это, как правило, сложившийся коллектив, в котором определены симпатии и антипатии. Поэтому, для выполнения задания предполагается организовать команды из 4-5 студентов по принципу их психологической совместимости.

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