

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»



УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор –
проректор по учебной работе
Н.Г. Кузнецов
«01» июня 2018г.

Рабочая программа дисциплины
Сервисология

по профессионально-образовательной программе направление 43.03.01
"Сервис"

Квалификация

Бакалавр

Ростов-на-Дону
2018 г.

КАФЕДРА **Антикризисное и корпоративное управление****Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	2		Итого	
	уп	рпд		
Вид занятий				
Лекции	10	10	10	10
Практические	16	16	16	16
В том числе инт.	12	12	12	12
Итого ауд.	26	26	26	26
Контактная работа	26	26	26	26
Сам. работа	253	253	253	253
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	288	288	288	288

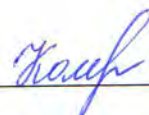
ОСНОВАНИЕ

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 СЕРВИС (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 20.10.2015г. №1169)

Рабочая программа составлена по профессионально-образовательной программе направление 43.03.01 "Сервис"

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 27.03.2018 протокол № 10.


Программу составил(и): к.с.н., доцент, Комарова С.Н.

 25.05.18

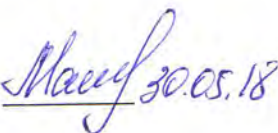
Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Мишурова И.В.

 25.05.18

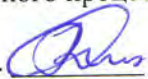
Методическим советом направления: д.э.н., профессор, Суржииков М.А.

 29.05.18

Отделом образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В.

 30.05.18

Проректором по учебно-методической работе Джуха В.М.

 31.05.2018

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В. _____

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2019-2020 учебном году на заседании кафедры Антикризисное и корпоративное управление

Зав. кафедрой д.э.н., профессор Мишурова И.В. _____

Программу составил(и): к.с.н., доцент, Комарова С.Н. _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В. _____

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2020-2021 учебном году на заседании кафедры Антикризисное и корпоративное управление

Зав. кафедрой д.э.н., профессор Мишурова И.В. _____

Программу составил(и): к.с.н., доцент, Комарова С.Н. _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В. _____

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры Антикризисное и корпоративное управление

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Мишурова И.В. _____

Программу составил(и): к.с.н., доцент, Комарова С.Н. _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В. _____

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры Антикризисное и корпоративное управление

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Мишурова И.В. _____

Программу составил(и): к.с.н., доцент, Комарова С.Н. _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	формирование у обучающегося знаний о человеке, его сущности и потребностях, методах удовлетворения потребностей индивида и общества, о способах и подходах к потребителю в сфере услуг, изучение места и роли сервиса в удовлетворении человеческих потребностей, на основе методологических подходов к человеку в сфере сервиса.
1.2	Задачи изучения дисциплины: выработать у обучающегося навыки анализа возникновения, изменения и управления потребностей человека; определить место и роль сервиса в удовлетворении человеческих потребностей; познакомить с основами сервиса как инструмента удовлетворения человеческих потребностей; выработать навыки анализа процесса принятия решения потребителем о покупке; раскрыть основные понятия сервисной деятельности и ее видов; расширить представления об организационных формах, о целях, средствах, результатах сервисной деятельности; выявление оптимальных организационных и методических условий, при которых процесс сервисного взаимодействия будет наиболее эффективным; раскрыть социальные нормы и установления, регламентирующие, нормирующие сервисное взаимодействие; установление закономерностей, действующих в сфере услуг; выявить направления совершенствования сервисной деятельности в современных условиях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.Б
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Необходимыми условиями для успешного освоения дисциплины являются навыки, знания и умения, полученные в результате изучения дисциплин:
2.1.2	Основы индустрии гостеприимства
2.1.3	Гостиничное обслуживание
2.1.4	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
2.2.2	Ресторанное обслуживание
2.2.3	Туристическое обслуживание

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
ОПК-1: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту сервиса	
Знать:	
принципы использования информационно-коммуникационных технологий	
Уметь:	
использовать различные источники информации по объекту сервиса	
Владеть:	
навыками поиска и анализа информации об объектах сервиса из различных источников с помощью информационно-коммуникационных технологий, с учетом безопасности	
ОПК-2: готовностью разрабатывать технологии процесса сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя	
Знать:	
технологии процесса сервиса, существующие системы клиентских отношений	
Уметь:	
применять технологии процесса сервиса и использовать в своей деятельности существующие системы клиентских отношений	
Владеть:	
навыками анализа требований потребителей к процессам и технологиям сервиса	
ОПК-3: готовностью организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя	
Знать:	
особенности организации процессов сервиса, ресурсов и средств	
Уметь:	
организовывать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств	

Владеть:
навыками организации процессов сервиса, выбора ресурсов и средств с учетом требования потребителя
ПК-1: готовностью к организации контактной зоны предприятия сервиса
Знать:
понятие "контактная зона" предприятия сервиса и особенности ее организации
Уметь:
организовывать контактную зону предприятия сервиса
Владеть:
навыками технико-экономического, эргономического, эстетического обоснования принципов организации контактной зоны предприятия сервиса
ПК-4: готовностью к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов
Знать:
сущность и значение социально-психологических особенностей потребителя в процессе осуществления сервисной деятельности
Уметь:
организовывать и проводить исследования особенностей потребителей в процессе осуществления сервисной деятельности
Владеть:
навыками организации и проведения исследований социально-психологических особенностей потребителя в сервисной деятельности
ПК-8: способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями
Знать:
этнокультурные, исторические и религиозные традиции различных групп потребителей с целью осуществления сервисной деятельности
Уметь:
анализировать этнокультурные, исторические и религиозные традиции с целью осуществления диверсификации сервисной деятельности
Владеть:
навыками анализа этнокультурных, исторических и религиозных традиций с целью осуществления диверсификации сервисной деятельности
ПК-11: готовностью к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса
Знать:
особенности организации и подходы к организации работы контактной зоны сервисного предприятия
Уметь:
работать в контактной зоне с потребителем в сфере сервиса
Владеть:
навыками работы в контактной зоне с потребителем, консультирования, согласования вида, формы и объема процесса сервиса
ПК-12: готовностью к осуществлению контроля качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов
Знать:
понятие "качество процессов сервиса", параметры технологических процессов и используемые ресурсы
Уметь:
выбирать способы и инструменты используемые для осуществления контроля качества процесса сервиса
Владеть:
инструментами и способами осуществления контроля за качеством процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Интер акт.	Примечание
	Раздел 1. «Введение в предмет «Сервисология». Подходы к пониманию человека и его потребностей»						

1.1	«Человек как биосоциальный феномен»: человек и природа. Человек и социум. Сущность личности человека. Социализация человека. Система базовых потребностей человека по Маслоу. Значение классификации потребностей человека А. Маслоу. /Лек/	2	2	ПК-4 ПК-8	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.3 Л2.5 Э4	2	
1.2	«История общественной мысли о проблеме потребностей человека»: Природа потребностей человека в первобытном обществе и место человека в мире. Представление о свойствах человека в философских воззрениях первых цивилизаций. Античные мыслители о человеке и его потребностях. /Ср/	2	16	ОПК-1 ПК-4	Л1.3 Л1.4 Л2.3 Э1 Э4	0	
1.3	«История общественной мысли о проблеме потребностей человека»: проблема потребностей человека в средневековой философии и в эпоху Возрождения. Проблема человеческих потребностей в философии Нового времени. Взгляды на потребности человека в философии 19 века. Подходы мыслители 20 века к проблеме человека и его потребностей. /Ср/	2	16	ОПК-1 ПК-4	Л1.3 Л1.4 Л2.3 Э1 Э4	0	
1.4	Потребности – предпосылки и продукт деятельности человека. Основные подходы к проблеме потребностей в XXI веке. Э.Фромм о потребностях человека. Теория психоанализа З.Фрейда. А.Маслоу о классификации потребностей. /Ср/	2	16	ОПК-1 ПК-4	Л1.3 Л1.4 Л2.3 Э1 Э4	0	
Раздел 2. «Классификация потребностей человека»							
2.1	«Классификация потребностей в философском аспекте»: биологические и социальные потребности. Материальные и духовные потребности. Индивидуальные и общественные потребности. Рутинные и творческие потребности. /Лек/	2	2	ОПК-1 ПК-4	Л1.3 Л1.4 Л2.3 Э4	0	
2.2	«Классификация потребностей в социально- психологическом аспекте»: потребностно - мотивационная сфера личности. Теории мотивации потребностей. Система направленности личности. /Пр/	2	2	ОПК-1 ОПК-2 ПК-4	Л1.3 Л1.4 Л2.3 Л2.5 Э2 Э4	0	
2.3	« Потребности человека и рекреационные основы сервиса»: происхождение понятия рекреация. Основные виды отдыха. Виды и типы рекреационной деятельности. Удовлетворение рекреационных потребностей как мотивированная активность личности. /Ср/	2	16	ОПК-2 ОПК-3 ПК-4 ПК-8 ПК-11	Л1.3 Л1.4 Л2.3 Л2.5 Э1 Э2 Э4	0	

2.4	<p>Тема «Потребность в межличностных отношениях»</p> <p>1. Механизм межличностных отношений</p> <p>2. Аттракция</p> <p>Тема «Человек и экология»</p> <p>1. Биологическая адаптация человека</p> <p>2. Природные (естественные) ресурсы</p> <p>3. Место человека в мире</p> <p>Тема «Потребность в новых информационных технологиях и виртуальная реальность»</p> <p>1. Информационные технологии</p> <p>2. Виртуальная реальность как потребность. Виды виртуальной реальности</p> <p>3. Перспективы развития виртуальной реальности.</p> <p>/Ср/</p>	2	16	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ПК-1 ПК-4 ПК-8 ПК-11 ПК-12	Л1.3 Л1.4 Л2.3 Л2.5 Э1 Э2 Э4	0	
Раздел 3. «Процесс принятия потребительских решений. Культура сервиса»							
3.1	<p>«Процесс принятия потребительских решений»: этапы принятия потребительского решения. Типология потребительских решений. Современные тенденции процесса покупки. Модели покупательского поведения человек.</p> <p>Деловая игра: «Рекламное воздействие»</p> <p>Цель: изучение основных методов рекламного воздействия на мотивацию и поведение потребителей.</p> <p>/Пр/</p>	2	2	ПК-8 ПК-11	Л1.3 Л1.4 Л2.3 Э2 Э4	2	
3.2	<p>Экономический анализ потребностей человека.</p> <p>История развития национальных особенностей потребления в России.</p> <p>Психосоциальное взаимодействие в сервисе и его результат.</p> <p>Потребности и потребительское поведение.</p> <p>Сервис как система индивидуального обслуживания.</p> <p>Индивидуальное обслуживание как сфера профессиональной деятельности.</p> <p>/Ср/</p>	2	24	ОПК-2 ОПК-3 ПК-1 ПК-11 ПК-12	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.3 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Раздел 4. «Теоретические основы сервисной деятельности»							
4.1	<p>«Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека» Сфера сервиса: основные понятия. Виды сервисной деятельности. Функции сервисной деятельности. Принципы современного сервиса. Роль сервисной деятельности в социально-экономической жизни страны. Специфика рынка услуг. /Лек/</p>	2	2	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.5 Э1 Э4	0	

4.2	«Разновидность сервисных услуг и их классификация»: Понятие «услуга» и ее основные свойства. Модель процесса оказания услуги. Жизненный цикл услуги. Классификации услуг. Виды и разновидности услуг. Классификация услуг. Общероссийский классификатор услуг населению. Алгоритм создания новой услуг. /Пр/	2	2	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ПК-1 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э4	2	
4.3	«Качество услуг и эффективность сервисной деятельности предприятия»: понятие «качество услуги», «качество обслуживания». Номенклатура показателей качества услуг». Методы оценки качества услуг. /Пр/	2	2	ОПК-1 ПК-12	Л1.1 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э4	2	
4.4	«Теоретические аспекты организации обслуживания. Качество и стандарты обслуживания»: Понятие «обслуживания». Понятие о стиле обслуживания клиентов. Контактная зона. Сервисные технологии обслуживания. Формы и процесс обслуживания потребителей. Цели разработки стандартов качества обслуживания. /Ср/	2	16	ОПК-3 ПК-1 ПК-12	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э3 Э4	0	
4.5	«Методы измерения качества обслуживания» ЗАДАНИЕ: «Тайный покупатель» Цель: Провести анализ качества обслуживания на предприятии сервиса методом «Тайный покупатель» /Ср/	2	18	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ПК-12	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
4.6	Самостоятельное изучение отдельных тем теоретического курса 1. Прогрессивные формы обслуживания 2. Особенности жизненного цикла услуги 3. Франчайзинг как форма организации малого бизнеса в сервисной деятельности 4. Мерчандайзинг как современная форма розничной торговли услуги 5. Сервисная деятельность в гостиницах 6. Характеристика туристской деятельности 7. Информационный сервис и интернет-экономика 8. Этика и этикет информационного сервиса 9. Сфера бытового обслуживания населения 10. Посреднические услуги в современном российском предпринимательстве 11. Характеристика досуговых услуг 12. Общая характеристика социально-культурной сферы 13. Международная торговля услугами в сфере услуг /Ср/	2	46	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ПК-1 ПК-4 ПК-8 ПК-11 ПК-12	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
	Раздел 5. «Организационные основы сервисной деятельности»						

5.1	«Персонал сервисной организации как ведущий компонент в эффективной деятельности сервисного предприятия»: персонал сервисных предприятий. Работа с персоналом сервисного предприятия. Показатели личностного потенциала сотрудника сервисного предприятия. Требования к персоналу сервисного предприятия. /Лек/	2	2	ОПК-1 ОПК-3 ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э3 Э4	0	
5.2	«Потребители услуг: типологические характеристики и сервисное поведение»: значение типологий потребителей услуг. Этапы взаимодействия с потребителем в процессе обслуживания. Типология потребителей и характер их сервисного поведения. Права потребителей по международным документам. /Лек/	2	2	ОПК-1 ПК-4 ПК-11	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э4	2	
5.3	Практическое занятие « Сервисное взаимодействие в процессе продажи услуг. Технология реализации услуг» 1.Деловая игра: «Презентация» Цель: Отработка навыков презентации товаров и услуг 2.Упражнения для отработки навыков установления контактов: - «Приве-е-е-ет» - «Ярмарка комплиментов» - «поговорим на моем языке» /Пр/	2	2	ОПК-2 ОПК-3 ПК-1 ПК-4 ПК-11	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э4	2	
5.4	«Этика и психология сервисной деятельности»: психологические аспекты сервисной деятельности. Понятие «культура сервиса» и «культура обслуживания». Профессиональная этика работника сервиса и особенности профессионального поведения. Эстетическая культура работника сервиса.Жалобы и конфликты в сфере сервиса. /Ср/	2	8	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
5.5	«Нормативно- правовые аспекты сервисной деятельности»: сервисная деятельность как объект правовых отношений. Стандарты и квалификационные требования к работникам сферы сервиса. Соблюдение правовых норм при продвижении услуг. Защита прав потребителей. /Ср/	2	14	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.2 Л2.5 Э1 Э3 Э4	0	
5.6	«Перспективы направления развития сферы сервиса»: Особенности сферы сервиса в современной России. Принципы новой экономики услуг. Внедрение инноваций и новых видов услуг. Тенденции развития сервиса в современных условиях. /Пр/	2	6	ОПК-1 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
5.7	Курсовая работа (темы курсовых работ в приложении №1 рабочей программы дисциплины) /Ср/	2	47	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ПК-1 ПК-4 ПК-8 ПК-11 ПК-12	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

5.8	/Экзамен/	2	9	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ПК-1 ПК-4 ПК-8 ПК-11 ПК-12	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
-----	-----------	---	---	---	---	---	--

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену:

1. Дайте понятие сервисной деятельности как отрасли научного знания и учебной дисциплины.
2. Дайте понятие сервиса и его основные функции. Объясните принципы современного сервиса.
3. Раскройте понятие сервиса как формы человеческой деятельности.
4. Раскройте понятие сервиса как способ удовлетворения потребностей.
5. Раскройте понятие сервиса как основная форма оказания услуг.
6. Дайте понятие «сервисная деятельность»: понятие и виды. Выделите объекты и субъекты сервисной деятельности.
7. Выделите отличительные признаки сервисной деятельности на основе субъектно-субъектных отношений.
8. Раскройте методы и принципы сервисной деятельности.
9. Раскройте культуру сервисной деятельности как сложное, многокомпонентное понятие.
10. Дайте понятие сервиса как услуга. Раскройте общую классификацию услуг.
11. Объясните классификацию услуг по принципу вещественности или невещественности.
12. Раскройте классификацию услуг по К. Лавлоку.
13. Раскройте мировую практику классификация услуг.
14. Объясните значение Общероссийского классификатора услуг населению.
15. Продемонстрируйте алгоритм возникновения новой услуги.
16. Дайте понятие сферы сервиса. Раскройте особенности сферы сервиса (услуг).
17. Раскройте функции сферы услуг.
18. Перечислите и раскройте прогрессивные формы обслуживания.
19. Раскройте значение культуры сервиса и культура обслуживания в сервисной деятельности.
20. Раскройте понятие «контактной зоны», особенности культуры общения работника контактной зоны.
21. Раскройте понятие «качество услуги» и качество услуги с позиции потребителя. Относительное качество.
22. Раскройте значение стандартизация в управлении качеством услуги.
23. Раскройте значение сертификации в управлении качеством услуги.
24. Перечислите и раскройте классификацию предприятий сервиса.
25. Объясните существенные особенности всех видов сервисной организации.
26. Объясните основные принципы становления предприятий, фирмы в сфере сервиса.
27. Раскройте основные условия эффективного функционирования (здоровья) сервисной организации.
28. Объясните значение репутации, имиджа предприятия, организации сферы сервиса.
29. Раскройте значение персонал сервисной организации. Работа с персоналом сферы сервиса.
30. Объясните значение личностного потенциала сотрудника сервисной организации. Обоснуйте значение предъявляемых требований к персоналу сферы сервиса.
31. Раскройте значение культура деятельности персонала сервисной организации.
32. Раскройте понятие «поведение потребителя» и значение типологии потребителя в процессе сервиса.
33. Опишите и продемонстрируйте этапы взаимодействия с потребителем в процессе обслуживания.
34. Раскройте типологию потребителей сервисных услуг по социально- культурным характеристикам.
35. Выделите отличительные признаки потребителей по социально – демографическим характеристикам .
36. Выделите отличительные признаки поведения потребителей услуг по социально – психологическим характеристикам.
37. Раскройте права потребителей по международным документам.
38. Объясните значение нормативно – правовые отношений, регламентирующих отношения в сфере оказания услуг.
39. Раскройте и обоснуйте значение внедрений инноваций и новых видов услуг.
40. Выделите основные тенденции развития сферы сервиса

5.2. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

Структура и содержание фонда оценочных средств представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Мишурова И. В.	Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие	Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2013	33

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.2	Федцов В. Г.	Культура гостинично-туристского сервиса: учеб. пособие для студентов, обучающихся по спец. "Социально-культур. сервис и туризм" и "Сервис"	Ростов н/Д: Феникс, 2008	70
Л1.3	Садохин А. П.	Сервисология: человек и его потребности: учеб. пособие	М.: Омега-Л, 2010	70
Л1.4	Охотина Н. М.	Сервисология: учебное пособие http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483707	Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017	http://biblioclub.ru/ - неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Барышева А. Д., Матюхина Ю. А., Шередер Н. Г.	Этика и психология делового общения (сфера сервиса): учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования	М.: Альфа-М, 2015	10
Л2.2	Горностаева Ж. В., Дуванская Е. В., Алехина Е. С.	Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учеб. пособие для подгот. бакалавров по напр. 43.03.01 "Сервис"	Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2016	25
Л2.3	Шиповская Л. П.	Человек и его потребности: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 100101 "Сервис", 100103 "Соц.-культур. сервис и туризм" 100110 "Домоведение"	М.: Альфа-М, 2009	20
Л2.4	Солдатенков Д. В.	Ресторанный персонал : как избежать проблем	М.: ИД "Рестор. ведомости", 2005	30
Л2.5	Третьякова Т. Н.	Сервисная деятельность: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. "Соц.-культур. сервис и туризм"	М.: Академия, 2010	10

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Сайт Российского союза туриндустрии, крупнейшего отраслевого объединения, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма- http://www.rostourunion.ru/
Э2	Васильев Г. А. , Деева Е. М. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг: учебное пособие. - М.: ЮНИТИ-ДИАНА, 2015г. -192с. ISBN: 978-5-238-01578-1 www. http://biblioclub.ru
Э3	Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие Казакевич Т. А. СПб.: ИЦ "Интермедия", 2014 -186с. ISBN: 978-5-4383-0039-7 www. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445
Э4	Сервисная деятельность: учебник / Романович Ж. А. , Калачев С. Л.; под общ. ред. проф. Романович Ж. А. - 6-е изд., перераб. и доп.- М: Издательская корпорация «Дашков и Ко», 2015 ISBN: 978-5-394-01274-7 www. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=221

6.3. Перечень программного обеспечения

6.3.1| Microsoft Office

6.4 Перечень информационных справочных систем

6.4.1| Консультант +


7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения. Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Рассмотрено и одобрено
на заседании кафедры Антикризисного и
корпоративного управления
Протокол № 10 от « 25 » мая 2018 г.
Зав.кафедрой  Мишурова И.В.


**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Сервисология
(наименование дисциплины)

43.03.01 «Сервис»

Уровень образования
бакалавриат

Составитель


(подпись)

Комарова С.Н. к.с.н., доцент
Ф.И.О., должность, ученая степень,
ученое звание

Ростов-на-Дону, 2018

Оглавление

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	3
2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	3
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.....	11
4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	52

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

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования представлен в п. 3. «Требования к результатам освоения дисциплины» рабочей программы дисциплины.

2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ОПК-1 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту сервиса			
<p>З. принципы и основы решения стандартных задач с использованием информационно-коммуникационных технологий и библиографической культуры; способы сбора информации из различных источников по объекту сервиса и особенности ее применения с учетом основных требований информационной безопасности</p> <p>У. использовать и решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры; собирать и обрабатывать собранную информацию из различных источников по объекту сервиса с учетом основных требований безопасности</p> <p>В. навыками поиска и</p>	<p>подготовка ответов к практическим занятиям по пройденным лекциям и дополнительным источникам;</p> <p>поиск и сбор необходимой информации для дополнительных вопросов к темам и выполнения заданий практического занятия, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов;</p> <p>продемонстрировать знания и навыки при решении поставленных задач практического занятия</p>	<p>полнота и содержательность ответа; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы; умение приводить примеры;</p> <p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержание ответа; целенаправленность поиска и отбора; умение отстаивать свою позицию;</p> <p>целенаправленность и поиск необходимой информации; выполнение заданий в полном объеме; умение отстаивать свою позицию при защите полученных результатов</p>	<p>СЗ – кейсы, ситуационные задания, Т – тест, Р – реферат, ДИ – деловая игра, КР- курсовая работа</p>

анализа информации об объектах сервиса из различных источников с помощью информационно-коммуникационных технологий и с учетом безопасности			
ОПК-2 готовность разрабатывать технологии процесса сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя			
<p>3. возможности их использования в процессе сервиса; существующие системы клиентских отношений и их развитие с учетом требований потребителя; подходы к разработке технологий процесса сервиса</p> <p>У. применять и разрабатывать технологии процесса сервиса, использовать, оценивать и внедрять в своей деятельности существующие системы клиентских отношений с учетом требований потребителя</p> <p>В. навыками анализа требований потребителей к процессам и технологиям сервиса; навыками разработки и построения технологии процесса сервиса и системы клиентских отношений</p>	<p>подготовка ответов к практическим занятиям по пройденным лекциям и дополнительным источникам; поиск и сбор необходимой информации для дополнительных вопросов к темам и выполнения заданий практического занятия, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов; продемонстрировать знания и навыки при решении поставленных задач практического занятия</p>	<p>полнота и содержательность ответа; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы; умение приводить примеры;</p> <p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержание ответа; целенаправленность поиска и отбора; умение отстаивать свою позицию;</p> <p>целенаправленность и поиск необходимой информации; выполнение заданий в полном объеме; умение отстаивать свою позицию при защите полученных результатов</p>	<p>Т – тест, СЗ – кейсы, ситуационные задания, Р – реферат, ДИ – деловая игра, КР- курсовая работа</p>
ОПК-3 готовность организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя			
3. особенности и подходы организации процессов сервиса, ресурсов и средств; способы оценки эффективности	подготовка ответов к практическим занятиям по пройденным лекциям и дополнительным источникам;	полнота и содержательность ответа; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и	Т – тест, СЗ – кейсы, ситуационные задания, Р – реферат, ДИ – деловая

<p>организации процессов сервиса, выбора ресурсов и средств с учетом требований потребителя</p> <p>У. организовывать и оценивать процессы сервиса, проводить выбор ресурсов и средств; выявлять и анализировать требования потребителей с целью организации процессов сервиса</p> <p>В. навыками организации процессов сервиса, выбора ресурсов и средств с учетом требования потребителя; навыками оценки организации процессов сервиса, ресурсов и средств с учетом требований потребителя</p>	<p>поиск и сбор необходимой информации для дополнительных вопросов к темам и выполнения заданий практического занятия, использование различных баз данных, использование современных информационно - коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов;</p> <p>продемонстрировать знания и навыки при решении поставленных задач практического занятия</p>	<p>учебной литературы; умение приводить примеры;</p> <p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержание ответа; целенаправленность поиска и отбора; умение отстаивать свою позицию;</p> <p>целенаправленность и поиск необходимой информации; выполнение заданий в полном объеме; умение отстаивать свою позицию при защите полученных результатов</p>	<p>игра, КР- курсовая работа</p>
<p>ПК-1 готовность к организации контактной зоны предприятия сервиса</p>			
<p>3. понятие "контактная зона" предприятия сервиса и особенности ее организации; подходы к организации и эффективной работе контактной зоны; методы оценки эффективной деятельности контактной зоны предприятия сервиса</p> <p>У. организовывать контактную зону предприятия сервиса; уметь выявлять факторы препятствующие развитию контактной зоны; уметь анализировать эффективность контактной зоны в деятельности</p>	<p>подготовка ответов к практическим занятиям по пройденным лекциям и дополнительным источникам;</p> <p>поиск и сбор необходимой информации для дополнительных вопросов к темам и выполнения заданий практического занятия, использование различных баз данных, использование современных информационно - коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов;</p> <p>продемонстрировать</p>	<p>полнота и содержательность ответа; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы; умение приводить примеры;</p> <p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержание ответа; целенаправленность поиска и отбора; умение отстаивать свою позицию;</p> <p>целенаправленность и поиск необходимой информации; выполнение заданий в</p>	<p>Т – тест, СЗ – кейсы, ситуационные задания, Р – реферат, ДИ – деловая игра, КР- курсовая работа</p>

<p>предприятия сервиса В. навыками технико-экономического, эргономического, эстетического обоснования принципов организации контактной зоны предприятия сервиса; навыками разработки и реализации, обоснования проекта контактной зоны</p>	<p>знания и навыки при решении поставленных задач практического занятия</p>	<p>полном объеме; умение отстаивать свою позицию при защите полученных результатов</p>	
<p>ПК-4 готовность к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов</p>			
<p>З. сущность и значение социально-психологических особенностей потребителя в процессе осуществления сервисной деятельности; возможности, подходы и методы проведения исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов У. организовывать и проводить исследования особенностей потребителей в процессе осуществления сервисной деятельности; осуществлять сбор и обработку полученных результатов, в ходе проведенных; выявлять особенности потребителей в ходе проведенного исследования</p>	<p>подготовка ответов к практическим занятиям по пройденным лекциям и дополнительным источникам; поиск и сбор необходимой информации для дополнительных вопросов к темам и выполнения заданий практического занятия, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов; продемонстрировать знания и навыки при решении поставленных задач практического занятия</p>	<p>полнота и содержательность ответа; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы; умение приводить примеры; соответствие проблеме исследования; полнота и содержание ответа; целенаправленность поиска и отбора; умение отстаивать свою позицию; целенаправленность и поиск необходимой информации; выполнение заданий в полном объеме; умение отстаивать свою позицию при защите полученных результатов</p>	<p>Т – тест, СЗ – кейсы, ситуационные задания, Р – реферат, ДИ – деловая игра, КР- курсовая работа</p>

<p>потребителей В. инструментарием и навыками организации, проведения исследований социально-психологических особенностей потребителя в сервисной деятельности; навыками обработки и использования полученных результатов в ходе проведенных исследований особенностей потребителя в процессе осуществления сервисной деятельности</p>			
<p>ПК-8 способность к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями</p>			
<p>3. этнокультурные, исторические и религиозные традиции различных групп потребителей с целью осуществления сервисной деятельности; понятие, цели, причины, виды и методы диверсификации; способы и методы к диверсификации сервисной деятельности У. анализировать этнокультурные, исторические и религиозные традиции с целью осуществления диверсификации сервисной деятельности; анализировать рынки сбыта, новые виды услуг и новые технологии с целью осуществления</p>	<p>подготовка ответов к практическим занятиям по пройденным лекциям и дополнительным источникам; поиск и сбор необходимой информации для дополнительных вопросов к темам и выполнения заданий практического занятия, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов; продемонстрировать знания и навыки при решении поставленных задач практического занятия</p>	<p>полнота и содержательность ответа; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы; умение приводить примеры; соответствие проблеме исследования; полнота и содержание ответа; целенаправленность поиска и отбора; умение отстаивать свою позицию; целенаправленность и поиск необходимой информации; выполнение заданий в полном объеме; умение отстаивать свою позицию при защите полученных</p>	<p>Т – тест, СЗ – кейсы, ситуационные задания, Р – реферат ДИ – деловая игра, КР- курсовая работа</p>

<p>диверсификации сервисной деятельности В. навыками анализа этнокультурных, исторических и религиозных традиции с целью осуществления диверсификации сервисной деятельности; навыками разработки плана, анализа и оценки выбранных способов диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями</p>		<p>результатов</p>	
<p>ПК-11 готовность к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса</p>			
<p>3. особенности организации и подходы к организации работы контактной зоны сервисного предприятия; способы и методы работы в контактной зоне; особенности консультирования, согласования вида, формы и объема процесса сервиса с клиентом У. работать в контактной зоне с потребителем в сфере сервиса; определять необходимость применения консультирования, согласования вида, формы и объема процесса сервиса в контактной зоне сервисного предприятия; осуществлять</p>	<p>подготовка ответов к практическим занятиям по пройденным лекциям и дополнительным источникам; поиск и сбор необходимой информации для дополнительных вопросов к темам и выполнения заданий практического занятия, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов; продемонстрировать знания и навыки при решении поставленных задач практического занятия</p>	<p>полнота и содержательность ответа; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы; умение приводить примеры; соответствие проблеме исследования; полнота и содержание ответа; целенаправленность поиска и отбора; умение отстаивать свою позицию; целенаправленность и поиск необходимой информации; выполнение заданий в полном объеме; умение отстаивать свою позицию при защите полученных</p>	<p>Т – тест, СЗ – кейсы, ситуационные задания, Р – реферат, ДИ – деловая игра, КР- курсовая работа</p>

<p>взаимодействие с потребителем с целью осуществления эффективной работы контактной зоны</p> <p>В. навыками работы в контактной зоне с потребителем, консультирования, согласования вида, формы и объема процесса сервиса; инструментами оценки и анализа удовлетворенности потребителей процессами сервиса и работой контактной зоны; навыками планирования изменений работы контактной зоны, с учетом консультирования, согласования вида, формы и объема процесса сервиса с потребителем</p>		<p>результатов</p>	
<p>ПК-12 готовность к осуществлению контроля качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов</p>			
<p>3. понятие "качество процессов сервиса", параметры технологических процессов и используемые ресурсы; требования к качеству процесса сервиса, параметрам технологических процессов, используемым ресурсам; способы и инструменты используемые для осуществления контроля качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов</p>	<p>подготовка ответов к практическим занятиям по пройденным лекциям и дополнительным источникам; поиск и сбор необходимой информации для дополнительных вопросов к темам и выполнения заданий практического занятия, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий глобальных информационных</p>	<p>полнота и содержательность ответа; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы; умение приводить примеры;</p> <p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержание ответа; целенаправленность поиска и отбора; умение отстаивать свою позицию;</p> <p>целенаправленность и поиск необходимой</p>	<p>Т – тест, СЗ – кейсы, ситуационные задания, Р – реферат, , ДИ – деловая игра, КР- курсовая работа</p>

<p>У. выбирать способы и инструменты используемые для осуществления контроля качества процесса сервиса; осуществлять контроль за качеством процессов сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов; проводить анализ результатов контроля качества процесса сервиса и оценивать параметры технологических процессов и используемых ресурсов</p> <p>В. инструментами, способами и приемами осуществления контроля за качеством процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов; навыками контроля качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов</p>	<p>ресурсов; продемонстрировать знания и навыки при решении поставленных задач практического занятия</p>	<p>информации; выполнение заданий в полном объеме; умение отстаивать свою позицию при защите полученных результатов</p>	
--	--	---	--

2.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

50-100 баллов (зачет)

0-49 баллов (незачет)

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 баллов (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

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

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

Вопросы к зачету

по дисциплине Сервисология

1. Раскройте методологию и логику предмета «Сервисология»: научные подходы к определению понятия «потребности» человека.
2. Опишите структуру и раскройте функции потребностей.
3. Объясните взаимосвязь потребностей и ценностей.
4. Объясните взаимосвязь потребностей и деятельности.
5. В чем сущность природы потребностей человека в первобытном обществе, и каково место человека в мире.
6. Дайте представление о свойствах человека в философских воззрениях первых цивилизаций.
7. Раскройте взгляды античных мыслители о человеке и его потребностях.
8. Раскройте проблемы потребностей человека в средневековой философии и в эпоху Возрождения.
9. Раскройте проблемы человеческих потребностей в философии Нового времени.
10. Опишите взгляды на потребности человека в философии 19 века.
11. Опишите подходы мыслители 20 века к проблеме человека и его потребностей.
12. Продемонстрируйте понимание биологических и социальных потребностей.
13. Продемонстрируйте понимание материальных и духовных потребностей.
14. Продемонстрируйте понимание индивидуальных и общественных потребностей.
15. Продемонстрируйте понимание рутинных и творческих потребностей.
16. Что понимается под потребностью - мотивационной сферой личности.
17. В чем суть теории мотивации потребностей.
18. Какие основные компоненты включает в себя система направленности личности.
19. Проанализируйте роль и место услуг в современной экономике.
20. Раскройте основные концепции сервиса, ориентированного на потребителя.
21. Опишите модели покупательского поведения человека.
22. Дайте характеристику культурным факторам, которые влияют на поведения потребителя.
23. Дайте характеристику социальным факторам, которые влияют на поведение потребителя.
24. Что такое «референтная группа». Опишите ее влияние на потребительское поведение.
25. Проанализируйте значение восприятия, обучения, мотивации как факторов внутреннего

влияния на потребителя.

26. Объясните значение личностных факторов и их влияние на потребителя.
27. Объясните значение эмоций и их влияния на поведение потребителя.
28. Что такое «жизненный стиль» как фактор внутреннего влияния на потребителя.
29. Перечислите основные этапы процесса принятия потребительского решения.
30. Раскройте типологию потребительских решений.
31. Проанализируйте современные тенденции процесса покупки.
32. Раскройте сущность культуры сервиса. Основные правила общения работника сферы сервиса и клиента.
33. Выявите взаимосвязь качества услуги, ожидания потребителей и их удовлетворение.
34. Раскройте сущность понятия «консюмеризм». Перечислите пути защиты прав потребителей

Составитель _____ С.Н. Комарова
(подпись)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

Вопросы к экзамену

по дисциплине Сервисология

1. Дайте понятие сервисной деятельности как отрасли научного знания и учебной дисциплины.
2. Дайте понятие сервиса и его основные функции. Объясните принципы современного сервиса.
3. Раскройте понятие сервис как формы человеческой деятельности.
4. Раскройте понятие сервиса как способ удовлетворения потребностей.
5. Раскройте понятие сервиса как основная форма оказания услуг.
6. Дайте понятие «сервисная деятельность»: понятие и виды. Выделите объекты и субъекты сервисной деятельности.
7. Выделите отличительные признаки сервисной деятельности на основе субъектно-субъектных отношений.
8. Раскройте методы и принципы сервисной деятельности.
9. Раскройте культуру сервисной деятельности как сложное, многокомпонентное понятие.
10. Дайте понятие сервис как услуга. Раскройте общую классификацию услуг.
11. Объясните классификацию услуг по принципу вещественности или невещественности.
12. Раскройте классификацию услуг по К. Лавлоку.
13. Раскройте мировую практику классификация услуг.

14. Объясните значение Общероссийского классификатора услуг населению.
15. Продемонстрируйте алгоритм возникновения новой услуги.
16. Дайте понятие сферы сервиса. Раскройте особенности сферы сервиса (услуг).
17. Раскройте функции сферы услуг.
18. Дайте характеристику социально – культурной сферы сервиса.
19. Дайте характеристику сферы бытового обслуживания населения.
20. Дайте характеристику досуговых услуг, как вид потребительских услуг.
21. Поясните значение качества жизни и уровня жизни, как главные показатели развития досуговых услуг.
22. Перечислите и раскройте прогрессивные формы обслуживания.
23. Раскройте значение культура сервиса и культура обслуживания в сервисной деятельности.
24. Раскройте понятие «контактной зоны», особенности культуры общения работника контактной зоны.
25. Раскройте понятие «качество услуги» и качество услуги с позиции потребителя. Относительное качество.
26. Раскройте значение стандартизация в управлении качеством услуги.
27. Раскройте значение сертификации в управлении качеством услуги.
28. Перечислите и раскройте классификацию предприятий сервиса.
29. Объясните существенные особенности всех видов сервисной организации.
30. Объясните основные принципы становления предприятий, фирмы в сфере сервиса.
31. Раскройте основные условия эффективного функционирования (здоровья) сервисной организации.
32. Объясните значение репутации, имиджа предприятия, организации сферы сервиса.
33. Раскройте значение персонал сервисной организации. Работа с персоналом сферы сервиса.
34. Объясните значение личностного потенциала сотрудника сервисной организации. Обоснуйте значение предъявляемых требований к персоналу сферы сервиса.
35. Раскройте значение культура деятельности персонала сервисной организации.
36. Раскройте понятие «поведение потребителя» и значение типологии потребителя в процессе сервиса.
37. Опишите и продемонстрируйте этапы взаимодействия с потребителем в процессе обслуживания.
38. Раскройте типологию потребителей сервисных услуг по социально- культурным характеристикам.
39. Выделите отличительные признаки потребителей по социально – демографическим характеристикам .
40. Выделите отличительные признаки поведения потребителей услуг по социально – психологическим характеристикам.
41. Раскройте права потребителей по международным документам.
42. Объясните значение нормативно – правовые отношений, регламентирующих отношения в сфере оказания услуг.
43. Раскройте и обоснуйте значение внедрений инноваций и новых видов услуг.
44. Выделите основные тенденции развития сферы сервиса в современных условиях.

Составитель _____ С.Н. Комарова
(подпись)

« _____ » _____ 20 ____ г.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется, если изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно. Ответ показывает, что студент усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала; показал всестороннее систематическое знание учебно-программного материала, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечал на вопрос билета;
- оценка «хорошо» выставляется, если изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет. Ответ показывает, что студент показал полное знание учебно-программного материала, грамотно и по существу отвечал на вопрос билета и не допускал при этом существенных неточностей; показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебы и профессиональной деятельности;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой; допустившему неточности в ответе и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающими необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий; давшему ответ, который не соответствует вопросу экзаменационного билета

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

Тесты письменные

по дисциплине **Сервисология**

1.Банк тестов по модулям

Раздел 1,2 «Введение в предмет «Сервисология». Подходы к пониманию человека и его потребностей»; «Классификация потребностей человека»

1. Великодушное, доброе отношение к людям, готовность понять другого, стремление видеть в нем равного себе, достойного уважения человека:

- a. Потребность;
- b. Ценность;
- c. Способность;
- d. Гуманизм.

2. Гуманистами были:

- a. Шекспир;
- b. Петрарка;
- c. Леонардо да Винчи;
- d. Все перечисленные выше.

3. Отличительной чертой человека от животных и птиц не является:

- a. Речь;
- b. Умение трудиться;
- c. Умение ходить на двух ногах;
- d. Умение мыслить.

4. Нужда человека, в чем - либо:

- a. Власть;
- b. Потребность;
- c. Ценность;
- d. Культура.

5. Представление о том, что свято для человека, его убеждения и предпочтения, выраженные в поведении:

- a. Ценность;
- b. Потребность;
- c. Характер;
- d. Способность.

6. Если самооценка человека не совпадает с оценкой его другими людьми, то это:

- a. Адекватная самооценка;
- b. Завышенная самооценка;
- c. Заниженная самооценка;
- d. А+В.

7. Потребность человека в общении с другими людьми это - :

- a. Социальная потребность;
- b. Духовная потребность;
- c. Социальная и духовная потребность;
- d. Материальная потребность.

8. Индивидуальные особенности личности, помогающие ей успешно заниматься определенной деятельностью:

- a. Потребности;
- b. Способности;
- c. Гениальность;
- d. Талант.

9. Это слово в переводе с греческого означает – выдающиеся способности, высокая степень одаренности в какой – либо деятельности:

- a. Талант;
- b. Гениальность;
- c. Воля;
- d. Человечность.

10. Духовные и материальные достижения человечества:

- a. Гениальность;
- b. Талант;
- c. Человечность;
- d. Культура.

11. Установите соответствие между видами потребностей человека и их конкретными примерами: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.

Примеры потребностей	Виды потребностей
1) пища	А) социальные потребности
2) престижная работа	
3) общение	Б) биологические потребности
4) сон и отдых	

Запишите ответ: _____

12. Индивидуальность – это:

- a. Специфические черты, присущие человеку как биологическому
- b. организму;
- c. Темперамент человека, его характер;
- d. Неповторимое своеобразие как природного, так и
- e. Общественного в человеке;
- f. Совокупность человеческих потребностей и способностей.

13. Труд в отличие от общения:

- a. является потребностью человека;
- b. может доставлять человеку удовольствие;
- c. непосредственно преобразует предметы окружающей среды;
- d. предполагает наличие цели.

14. К потребностям человека, обусловленным его биологической природой, относятся потребности в:

- a. самосохранении;
- b. самореализации;
- c. самопознании;
- d. самообразовании.

15. Кто является автором теории происхождения человека из животного мира, постепенной эволюции от человекообразной обезьяны к собственно человеку?

- a. И.И. Мечников;
- b. И.П. Павлов;
- c. Ч. Дарвин;
- d. Ж. Кювье.

16. Личность формируется под воздействием:

- a. биологической программы;
- b. природной среды;

- с. социализации.
17. К потребностям человека, обусловленным обществом, относится потребность в:
- а. трудовой деятельности;
 - б. сохранении рода;
 - в. самосохранении;
 - г. физической активности.
18. К социальным потребностям человека относится потребность:
- а. дышать;
 - б. питаться;
 - в. спать;
 - г. общаться.
19. Воля – это:
- а. власть над собой, управление своими действиями, сознательное регулирование своего поведения;
 - б. способность дать сдачи обидчику;
 - в. умение выступать принципиально против любой точки зрения, кроме своей;
 - г. способность к самой опасной и жестокой борьбе.
20. Установите соответствие между типами потребностей человека, данными в первом столбце, и примерами их проявлений — во втором.

ТИП ПОТРЕБНОСТИ

1. Социальные потребности
2. Духовные потребности
3. Материальные потребности

ПРОЯВЛЕНИЕ

- A. Иметь хорошую семью
- B. Иметь добрую славу о себе
- B. Иметь удобное жилье

Ответ: _____

Раздел 3 «Факторы внешнего и внутреннего влияния на потребителей»

1. С чего начинается психологическая культура обслуживания клиента?
 - 1) С яркого, привлекательного предложения услуги клиенту;
 - 2) С доброжелательного приема;
 - 3) С создания благоприятного психологического климата;
 - 4) С изучения менеджером цели пребывания клиента.
2. Что является одной из центральных проблем психологии продаж?
 - 1) Проверка финансового состояния клиентов;
 - 2) Завоевание внимания клиента;
 - 3) Проверка вменяемости клиента;
 - 4) Умение клиента правильно изложить суть своих желаний.
3. Выберите правильный способ ускорения продаж:
 - 1) Реклама услуги фирмы;
 - 2) Навязчивое предложение услуги клиенту;
 - 3) Речевая конструкция, где предложение услуги и выгоды слиты воедино;
 - 4) Постепенное снижение цены на услуги.
4. В настоящее время в бизнесе главным фактором конкуренции фирм является:
 - 1) Качество сервиса;
 - 2) Количество услуг;

- 3) Ассортимент предложений;
 - 4) Стоимость услуг.
5. Что препятствует созданию доброжелательной атмосферы в обслуживании?
- 1) Престиж фирмы;
 - 2) Дефицит времени;
 - 3) Незнание сленга;
 - 4) Месторасположение фирмы.
6. Потребление, основным мотивом которого является демонстрация своего высокого социального положения, называется:
- 1) показным;
 - 2) престижным;
 - 3) демонстрационным;
 - 4) все ответы верны.
7. В сервисной деятельности удовлетворение потребностей конкретного человека носит характер:
- 1) массовый;
 - 2) индивидуальный;
 - 3) региональный;
 - 4) потребительский.
8. Общее мнение о качестве, достоинствах и недостатках предоставляемых предприятием сервиса услуг – это:
- 1) совокупность слухов;
 - 2) результат работы;
 - 3) лицо фирмы;
 - 4) репутация;
 - 5) контактность с потребителем.
9. Совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя, называется:
- 1) качество услуги;
 - 2) контактная зона;
 - 3) качество обслуживания;
 - 4) сервисная деятельность.
10. Уровень этических знаний, моральных принципов, нравственных навыков, проявляющихся в деятельности работников сервиса при обслуживании клиентов называется:
- 1) этическим кодексом;
 - 2) культурой сервиса;
 - 3) эстетикой сервиса;
 - 4) социокультурой.

2. Инструкция по выполнению

Укажите правильные варианты ответов или запишите ответ.

Критерии оценки:

«отлично» - 90-100% правильных ответов;

«хорошо» - 75-89% правильных ответов;

«удовлетворительно» - 60-74% правильных ответов;

«неудовлетворительно» - 59% и меньше правильных ответов.

При проведении тестирования, студенту запрещается пользоваться дополнительной литературой.

Составитель _____ С.Н. Комарова
« ____ » _____ 20 ____ г.

Вопросы теста №1

Раздел 6 «Организационные основы сервисной деятельности»

1. Совокупность отраслей, корпораций, учреждений и фирм, назначение которых связано с предоставлением услуг, - это:
 - a. Инфраструктура сервиса;
 - b. Индустрия сферы услуг;
 - c. Организация сервиса;
 - d. Производство услуг;
 - e. Бытовое обслуживание.
2. Объединение сервисных предприятий, формально самостоятельных, но подчиненных единому финансовому руководству, - это:
 - a. Производственное объединение;
 - b. Научно-производственное объединение;
 - c. Концерн;
 - d. Холдинг;
 - e. Корпорация.
3. Специализированный комплекс сервисных организаций, имеющих производственные связи и централизованные вспомогательные службы, - это:
 - a. Концерн;
 - b. Холдинг;
 - c. Производственное объединение;
 - d. Консорциум;
 - e. Корпорация.
4. Наибольшее значение для создания хорошей репутации предприятия сервиса имеет:
 - a. Изошренная реклама;
 - b. Качественная работа;
 - c. Публикации в СМИ;
 - d. Фирменный стиль;
 - e. Связи с общественностью.
5. Предприятие сервиса - это:
 - a. Закрытая;
 - b. Открытая;
 - c. Простая;
 - d. Сложная;
 - e. Ситуационная система, рассматриваемая в единстве факторов внутренней и внешней среды.
6. Общее мнение о качестве, достоинствах и недостатках предоставляемых предприятием сервиса услуг – это:
 - a. Совокупность слухов;
 - b. Репутация;
 - c. Лицо фирмы;

- d. Результат работы;
 - e. Контактность с потребителем.
7. Сотрудники сервисной организации, специалисты, создающие и предоставляющие услуги, относятся к персоналу:
- a. Основному;
 - b. Вспомогательному;
 - c. Производственному;
 - d. Управленческому;
 - e. Техническому.
8. Документ, содержащий требования и нормы обслуживания, - это:
- a. Прейскурант;
 - b. Пресс-релиз;
 - c. Условия обслуживания;
 - d. Правила обслуживания;
 - e. Должностные обязанности
9. Сложный комплекс, задающий общие рамки поведения и принимаемый большинством сотрудников сервисной организации, - это:
- a. Культура поведения;
 - b. Климат организации;
 - c. Атмосфера общения;
 - d. Корпоративная культура;
 - e. Эстетика сервиса.
10. Систематический сбор и анализ данных о работе сервисной организации – это:
- a. Контроллинг;
 - b. Мониторинг;
 - c. Информирование;
 - d. Бухучет;
 - e. Аккредитация.
11. Официальным документом в РФ, определяющий круг обязанностей работника сервисной организации, являются профессиональные:
- a. Правила;
 - b. Кодексы;
 - c. Стандарты;
 - d. Инструкции;
 - e. Руководства.
12. В сфере обслуживания ведущая роль принадлежит компоненту:
- a. Пространственному;
 - b. Техническому;
 - c. Технологическому;
 - d. Человеческому;
 - e. Временному.
13. Человек, получающий и заказывающий услугу для удовлетворения личных нужд, - это:
- a. Постоянный клиент;
 - b. Временный клиент;
 - c. Покупатель;
 - d. Посетитель;
 - e. Потребитель.
14. Группировка потребителей на основе обобщенных моделей это:
- a. Распределение;
 - b. Пересортица;
 - c. Технология;

- d. Типология;
 - e. Моделирование.
15. Общество потребителей РФ создано:
- a. В 1990;
 - b. 1992
 - c. 1996;
 - d. 1998;
 - e. 2000г.
16. Руководящие принципы для защиты интересов потребителей приняты ООН:
- a. В 1980;
 - b. 1985;
 - c. 1990;
 - d. 1995;
 - e. 2000г
17. Образование, образ и стиль жизни – это:
- a. Специализированные;
 - b. Социально-культурные;
 - c. Этнонациональные;
 - d. Технологические;
 - e. Демографические характеристики для выделения групп потребителей услуг.
18. Пол, возраст, принадлежность к профессиональной группе – это:
- a. Этнонациональные;
 - b. Специализированные;
 - c. Социально-демографические;
 - d. Технологические;
 - e. Коммуникационные характеристики для выделения групп потребителей услуг.
19. Главная внешняя цель сервисной организации заключается:
- a. В получении прибыли;
 - b. Победе над конкурентами;
 - c. Получение одобрения властей;
 - d. Удовлетворение амбиций сотрудников;
 - e. Расширение клиентуры.
20. Период времени, в течение которого потребитель взаимодействует с исполнителем услуги, - это:
- a. Затраченное время;
 - b. Нормативное время;
 - c. Время обслуживания;
 - d. Ресурсное время;
 - e. Полезное время.

2. Инструкция по выполнению

Укажите правильные варианты ответов или запишите ответ.

Критерии оценки:

«отлично» - 90-100% правильных ответов;

«хорошо» - 75-89% правильных ответов;

«удовлетворительно» - 60-74% правильных ответов;

«неудовлетворительно» - 59% и меньше правильных ответов.

При проведении тестирования, студенту запрещается пользоваться дополнительной литературой.

Вопросы теста № 2

По разделу 6 «Организационные основы сервисной деятельности»

1. Документ на право ведения сервисной деятельности – это:
 - a. Аттестат;
 - b. Сертификат;
 - c. Стандарт;
 - d. Удостоверение;
 - e. Лицензия;
 - f. Патент.
2. Требования, которым должна удовлетворять соответствующая своему назначению услуга, устанавливает:
 - a. Лицензия;
 - b. Сертификат;
 - c. Аттестат;
 - d. Знак качества;
 - e. Патент на услугу.
3. Квалификационные требования к должностям работников сферы сервиса – это профессиональные:
 - a. Правила;
 - b. Аттестаты;
 - c. Стандарты;
 - d. Патенты;
 - e. Лицензии по отраслям.
4. Нововведения в сфере сервиса на основе достижения и науки и передового опыта – это:
 - a. Технологический прорыв;
 - b. Инноватика;
 - c. Инновации;
 - d. Тенденция будущего;
 - e. Инкультурация.
5. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:
 - a. Бесконтактным;
 - b. Формальным;
 - c. Бесплатным;
 - d. Монопольным;
 - e. Абсолютным обслуживанием.
6. Творчество в сервисе – это:
 - a. Достижение прибыли;
 - b. Обновление услуги;
 - c. Профессионализм.

2. Инструкция по выполнению

Укажите правильные варианты ответов или запишите ответ.

Критерии оценки:

- «отлично» - 90-100% правильных ответов;
- «хорошо» - 75-89% правильных ответов;

«удовлетворительно» - 60-74% правильных ответов;
«неудовлетворительно» - 59% и меньше правильных ответов.
При проведении тестирования, студенту запрещается пользоваться дополнительной литературой.

Составитель _____ С.Н. Комарова
« ____ » _____ 20 ____ г.

Вопросы теста № 3

По разделу 6 «Организационные основы сервисной деятельности»

Тема: «Этика и психология сервисной деятельности»

1. С чего начинается психологическая культура обслуживания клиента?
 - 5) С яркого, привлекательного предложения услуги клиенту;
 - 6) С доброжелательного приема;
 - 7) С создания благоприятного психологического климата;
 - 8) С изучения менеджером цели пребывания клиента.
2. Что является одной из центральных проблем психологии продаж?
 - 5) Проверка финансового состояния клиентов;
 - 6) Завоевание внимания клиента;
 - 7) Проверка вменяемости клиента;
 - 8) Умение клиента правильно изложить суть своих желаний.
3. Выберите правильный способ ускорения продаж:
 - 5) Реклама услуги фирмы;
 - 6) Навязчивое предложение услуги клиенту;
 - 7) Речевая конструкция, где предложение услуги и выгоды слиты воедино;
 - 8) Постепенное снижение цены на услуги.
4. В настоящее время в бизнесе главным фактором конкуренции фирм является:
 - 5) Качество сервиса;
 - 6) Количество услуг;
 - 7) Ассортимент предложений;
 - 8) Стоимость услуг.
5. Что препятствует созданию доброжелательной атмосферы в обслуживании?
 - 5) Престиж фирмы;
 - 6) Дефицит времени;
 - 7) Незнание сленга;
 - 8) Месторасположение фирмы.
6. Потребление, основным мотивом которого является демонстрация своего высокого социального положения, называется:
 - 5) показным;
 - 6) престижным;
 - 7) демонстрационным;
 - 8) все ответы верны.
7. В сервисной деятельности удовлетворение потребностей конкретного человека носит характер:
 - 5) массовый;

- 6) индивидуальный;
- 7) региональный;
- 8) потребительский.

8. Общее мнение о качестве, достоинствах и недостатках предоставляемых предприятием сервиса услуг – это:

- 6) совокупность слухов;
- 7) результат работы;
- 8) лицо фирмы;
- 9) репутация;
- 10) контактность с потребителем.

9. Совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя, называется:

- 5) качество услуги;
- 6) контактная зона;
- 7) качество обслуживания;
- 8) сервисная деятельность.

10. Уровень этических знаний, моральных принципов, нравственных навыков, проявляющихся в деятельности работников сервиса при обслуживании клиентов называется:

- 5) этическим кодексом;
- 6) культурой сервиса;
- 7) эстетикой сервиса;
- 8) социокультурой.

2. Инструкция по выполнению

Укажите правильные варианты ответов или запишите ответ.

Критерии оценки:

- «отлично» - 90-100% правильных ответов;
- «хорошо» - 75-89% правильных ответов;
- «удовлетворительно» - 60-74% правильных ответов;
- «неудовлетворительно» - 59% и меньше правильных ответов.

При проведении тестирования, студенту запрещается пользоваться дополнительной литературой.

Составитель _____ С.Н. Комарова
« ____ » _____ 20 ____ г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

Деловая игра «Создай свой товар»

по дисциплине Сервисология

1 Тема: «Алгоритм создания новой услуги»

2 Концепция игры:

Студенты участвуют в проведении деловой игры «Создай свой товар, используя следующий экономический конструкт: товар = продукт+услуга». В процессе игры участникам выдается перечень видов деятельности, где они должны разработать и описать товар, по предложенной выше схеме.

Виды деятельности:

1. Индустрия гостеприимства
2. Туризм
3. Ремонт автомобилей
4. Производство ксерокопировальной техники
5. Парикмахерские услуги
6. Ритуальные услуги
7. Фотоуслуги
8. Производство кухонной мебели
9. Производство стиральных машин
10. Ландшафтный дизайн

3 Роли: Команды (3-5 человек) 4 Ожидаемые результаты

4 Программа проведения:

Участники игры разбиваются на группы (3-4 человек), каждая группа работает над созданием товара в определенном виде деятельности. Затем каждая группа презентует свой товар, используя компьютерные презентации, рисунки, схемы. Результаты оцениваются по степени наиболее полной детализации представленной схемы и по количеству дополнительных услуг, которые формируются вокруг продукта. Обязательные требования по материально-техническому обеспечению практического занятия: компьютеры, проектор, экран

Критерии оценивания:

- оценка «зачтено» (5-1 балла) выставляется студенту, если он активно принимал участие в деловой игре и продемонстрировал знания предмета;
- оценка «не зачтено» (0 баллов), если обучающийся не принимал участия в деловой игре

Составитель _____ С.Н. Комарова
(подпись)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

Деловая игра
«Построение дерева целей»

по дисциплине Сервисология

1 Тема: «Классификация потребностей»

2 Концепция игры: на основе методики построения дерева целей, создать стратегию личного развития и повышения качества жизни.

3 Критерием эффективности проведения данной игры являются показатели: разделение норм и ценностей личности.

4 Программа проведения: участникам необходимо самостоятельно построить дерево целей.

Критерии оценивания:

- оценка «зачтено» (5-1 балла) выставляется студенту, если он активно принимал участие в деловой игре и продемонстрировал знания предмета;
- оценка «не зачтено» (0 баллов), если обучающийся не принимал участия в деловой игре

Составитель _____ С.Н. Комарова
(подпись)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

Деловая игра
«Выявление иррациональные потребности человека»

по дисциплине Сервисология

1 Тема: «Рациональные и иррациональные потребности»

2 Концепция игры: используя групповые методы поиска решений составить карту мнений и разработать план проведения соответствующих мероприятий по вытеснению иррациональных потребностей из жизни человека.

3 Критерием эффективности проведения данной игры являются показатели: выявление иррациональных потребностей и способы их вытеснения из жизни человека

4 Программа проведения: участников необходимо разделить на команды по 4-6 человек. Каждой команде раздать 1-2 листа формата А4. задача должна звучать так: используя групповые методы поиска решений составить карту мнений и разработать план проведения соответствующих мероприятий по вытеснению иррациональных потребностей из жизни человека.

На это задание необходимо дать 25-30 минут. Далее каждая команда презентует свою карту и мероприятия по вытеснению иррациональных потребностей из жизни человека. После этого проводится обсуждение.

Критерии оценивания:

- оценка «зачтено» (5-1 балла) выставляется студенту, если он активно принимал участие в деловой игре и продемонстрировал знания предмета;
- оценка «не зачтено» (0 баллов), если обучающийся не принимал участия в деловой игре

Составитель _____ С.Н. Комарова
(подпись)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

Деловая игра
«Необитаемый остров»

по дисциплине Сервисология

1 Тема: «Взаимосвязь потребностей и ценностей.»

2 Концепция игры: используя групповые методы поиска решений составить кодекс норм жизни

3 Критерием эффективности проведения данных игр являются показатели: разделение норм и ценностей группы.

4 Программа проведения: участников необходимо разделить на 3 команды по 8-12 человек. Каждой команде раздать 1-2 листа формата А4. задача должна звучать так: представьте, что вы всей своей командой попали на необитаемый остров, вам на нем жить, и поэтому вы должны придумать кодекс необитаемого острова – основные правила проживания на острове. На это задание необходимо дать 20-25 минут. Далее каждая команда презентует свой кодекс. После этого проводится обсуждение каждого кодекса и следует выйти на один – суммирующий все самые приемлемые правила.

Критерии оценивания:

- оценка «зачтено» (5-1 балла) выставляется студенту, если он активно принимал участие в деловой игре и продемонстрировал знания предмета;
- оценка «не зачтено» (0 баллов), если обучающийся не принимал участия в деловой игре

Составитель _____ С.Н. Комарова
(подпись)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

Деловая игра "Подбор персонала"

по дисциплине Сервисология

Выбор места работы нужно начинать с выбора руководителя.
Г. Селье

1 Тема: "Подбор персонала на предприятие сервиса"

2 Критерием эффективности: сформулировать профессиональные требования к работнику, исходя из особенностей предприятия, и подобрать из нескольких кандидатур наиболее подходящую для замещения вакантной должности.

3 Программа проведения:

1. Сформировать команды по 4-8 чел., исходя из профессиональных интересов (5 мин). Наиболее рационально иметь не более 6 команд.
2. Определить тип предприятия и его организационно-правовую форму (2 мин).
3. Определить вакантную должность персонала, для которой будет вестись подбор работников (3 мин).
4. Распределить роли между членами команды (3 мин).
5. Построить методом "мозгового штурма" профессиональную модель работника по форме модели-руководителя, приведенной в *табл. 1*. (40 мин).
6. Подготовить/оригинальное рекламное объявление в газету объемом не более 30 слов (10 мин),
7. Разработать модель служебной карьеры работника в виде *табл. 2*. (10 мин).
8. Подготовить вопросы для команд конкурентов (10 мин).
9. Подготовить итоговые доклады команды по модели, рекламе и карьере, продолжительностью не более 5 мин. Доклад делает "генератор идей" или организатор.

10. Выделить из команды члена жюри и дать экспертную оценку результатам работы команд конкурентов по форме табл. 3.

11. Подвести итоги игры и дать оценки работы команд.

Таблица 1.

Профессиональная модель рабочего места

Элементы модели	Основные характеристики *	Весовой коэффициент
1. Кадровые данные		
2. Опыт работника		
3. Профессиональные знания		
4. Профессиональные умения		
5. Личностные качества		
6. Психология личности		
7. Здоровье й работоспособность		
8. Уровень квалификации		
9. Служебная карьера		
1 0. Хобби (увлечения)		
11. Вредные привычки и недостатки		
12. Организация труда		
1 3. Оплата труда		
14. Социальные блага		
15. Социальные гарантии		
Итого:		1,0

Конкретные характеристики вписываются группой из табл. 1.1.

Таблица 2.

Модель служебной карьеры

Должность	Возраст	Оплата	Способ занятия	Обучение
-----------	---------	--------	----------------	----------

--	--	--	--	--

Критерии оценивания:

- оценка «зачтено» (5-1 балла) выставляется студенту, если он активно принимал участие в деловой игре и продемонстрировал знания предмета;
- оценка «не зачтено» (0 баллов), если обучающийся не принимал участия в деловой игре

Составитель _____ С.Н. Комарова
(подпись)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

Кейс ситуации

по дисциплине Сервисология

Раздел 4 «Процесс принятия потребительских решений. Культура сервиса»

Тема: «Процесс принятия решения о покупке»

1. Цель задания. Анализ поведения потребителей в процессе принятия решения о покупке в разных ситуациях.

Основные положения. Процесс принятия решения о покупке включает различные этапы в зависимости от сложности приобретаемого товара, его значимости для потребителя. Стандартная процедура покупки товара включает этапы: осознание проблемы, информационный поиск, оценка альтернатив, покупка и реакция на покупку. Некоторые этапы могут исключаться из решения потребителя в силу некоторых причин. Например, при покупке товаров повседневного спроса потребители, как правило, не анализируют различные информационные источники. Они прекрасно осведомлены о специфических характеристиках каждого товара и имеют определенную приверженность к конкретным маркам.

Процесс принятия решения усложняется, когда приобретается нечто новое, сопряженное в случае неудачи с финансовыми, моральными и иными потерями.

Задание

1. Пройдите все этапы процесса принятия решения о покупке в случаях приобретения:
- а) канцелярских товаров;

- б) домашнего кинотеатра.
2. Определите совпадения и отличия в процедуре принятия решения о покупке.
3. Представьте в виде схемы усилия потребителя в процесс е принятия решений о покупке данных товаров. Оцените степень сложности решений потребителей.

Вопросы

1. Какие факторы способствуют осознанию проблемы
2. Какие информационные источники являются предпочтительными в случаях а) и б). В каком из этих случаев вероятнее предварительная покупка?
3. Из каких альтернатив вы выбирали в случаях а) и б)? Где список шире и почему?
4. Назовите предположительные действия потребителя в случаях неудовлетворенности приобретениями на примере вариантов а) и б).

2. История компании показательна, так как именно она, как и компания ВИС, стояли у истоков эры одноразовых вещей - той эры, вещи которой сейчас довольно популярны в наше время. От одноразовых носовых платков, зажигалок, стаканчиков и тарелок до... одноразовых безопасных бритв Кинга Жиллетта. Но путь к популярности был нелегким, хотя и не было столь сильной конкуренции, как сегодня.

XIX в. и конец 90-х гг. не внесли инноваций в бритвы - они были похожи на свой древнеегипетский прототип. Сами бритвы состояли из лезвия, заднюю часть которого намертво впаивали в ручку, а в отделке бритвы использовались драгоценные камни и металлы.

Инновация Жиллетта состояла в том, что от задней части можно было отказаться. Достаточно было заточить тонкую полоску стали с обеих сторон и закрепить ее в простом съемном горизонтальном держателе, который бы в свою очередь прикреплялся к ручке перпендикулярно,

Когда лезвие затупилось, его можно выкинуть и заменить па новое. Конструкция бритвы была очень проста, но только па первый взгляд. Пройдет 11 лет проб и ошибок, прежде чем изобретение Кинга даст ему первую прибыль, но оп этого пока не знал. Как не знал ничего и о свойствах стали, да и о бритвах вообще.

За следующие 8 лет опытов, в борьбе за дешевизну лезвий оп потратил более 25 000 долларов. Просиживая целыми днями в лаборатории или над чертежами, Кинг почти пи с кем не виделся. Обращаясь к специалистам, он часто получал ответ - лучше бросьте бессмысленные поиски, объясняя это тем, что сталь такой толщины закалить невозможно - все равно что пытаться сшить платье из нитки. Скорее всего, если бы Жиллетт имел соответствующее техническое образование, оп бы и не начинал свои опыты. Но у него его не было - он отступал, ведь он был идеологом и вдохновителем.

В 1900 г. дело сдвинулось с мертвой точки - за техническое воплощение жиллеттовской идеи взялся Уильям Никерсон (выпускник Массачусетского технологического института). Никерсоном была разработана технология укрепления и заточки стальной ленты. В течении двух месяцев и решение было найдено. А Жиллетт тем временем заканчивает разработку окончательной модели, его добровольные поиски закончились - он явил результат общественности.

Но время меняется, как и мода. Снова в моду вошли бороды - первыми стали их носить представители королевских фамилий Европы, а затем веяние дошло и до Америки,

В 1903 г. на рынке появились первые одноразовые бритвы. В этом году были проданы 51 бритва и 168 лезвий. В следующем - уже 91 000 бритв и 123 000 лезвий. А к 1908 г. объем продаж вырос до 13 млн. долларов США.

Первая мировая война дала новый толчок росту компании - мода на бороды улетучилась, а спрос на бритвы Жилетта резко вырос. Настал звездный час Кинга Жиллетта. Одноразовые бритвы были очень кстати, так как походные условия военного времени все больше требовали упрощения быта.

Бритвы помимо своей дешевизны решали также и другие проблемы: простота в обращении, не нужен уход за бритвой и, наконец, одноразовость бритвы гарантировала гигиеничность. Рост продаж компании рос семимильными шагами и уже к 1917 г. ежегодно продавались 1 млн. бритв и 120 млн. лезвий.

В обществе витали слухи - несколько производителей готовы начать выпускать дешевые имитации жиллеттовских бритв. Компания была на волосок от своей гибели. За полгода до истечения даты патента дующем - уже 91 000 бритв и 123 000 лезвий. А к 1908 г. объем продаж вырос до 13 млн. долларов США.

Первая мировая война дала новый толчок росту компании - мода на бороды улетучилась, а спрос на бритвы Жилетта резко вырос. Настал звездный час Кинга Жиллетта. Одноразовые бритвы были очень кстати, так как походные условия военного времени все больше требовали упрощения быта.

Бритвы помимо своей дешевизны решали также и другие проблемы: простота в обращении, не нужен уход за бритвой и, наконец, одноразовость бритвы гарантировала гигиеничность. Рост продаж компании рос семимильными шагами и уже к 1917 г. ежегодно продавались 1 млн. бритв и 120 млн. лезвий.

В обществе витали слухи - несколько производителей готовы начать выпускать дешевые имитации жиллеттовских бритв. Компания была на волосок от своей гибели. За полгода до истечения даты патента Жилетт разработал и выпустил новую модель ценой всего 1 доллар (предыдущие модели были стоимостью 5 долларов за штуку) - появление новой бритвы дало компании рекордную выручку.

В 1930-м г. компания Gillette смогла слиться с основным конкурентом. Вплоть до начала Второй мировой войны рост компании продолжался. В моде была бритва, лезвие которой вставлялось в цельный пластмассовый корпус. Побрившись, человек выбрасывал не всю бритву, а лишь только лезвие. Помимо этого нововведения компания приступает к производству бритвенных аксессуаров и кремов для бритья.

В 1932 г. умирает автор известного изобретения Кинг Жиллетт. А в 1947 г. одноразовая бритва переживает свое второе рождение - бритва меняется технологически. Привычным, завернутым в промасленную бумагу лезвиям приходят па смену более безопасные кассеты со встроенными лезвиями. Позже, в 1957 г. появляется бритва Gillette с подвижной головкой.

Gillette завоевала господствующее положение на рынке благодаря большим инвестициям в научные исследования и изучению потребителей. Каждый день около 10 тыс. мужчин записывают для компании Gillette результаты своего бритья. 500 из них бреются в специально оборудованных местах под наблюдением и контролем приборов, включая наблюдение через видеокамеры. Эти мужчины записывают точное число царапин и поре зов на лице. В результате ученые выяснили, что мужская борода растет со скоростью 0,04 см в день (14 см в год) и содержит 15,5 тыс. волос. За всю жизнь мужчина тратит в среднем 140 дней, чтобы сбрить со своего лица 8, 4 м волос.

На протяжении своего существования компания в совершенстве познала как рынок товаров для бритья, так и психологию бритья. Ее продукция составляет 61% рынка, а технологии и философия управляют целой индустрией.

Вопросы

1. Какой тип покупательского поведения представляют мужчины, покупая бритву?
2. Какие стратегии разработала компания Gillette для влияния на процесс принятия потребительского решения о покупке?
3. Какие мероприятия по стимулированию сбыта вы могли бы предложить, чтобы поддержать на высоком уровне успех компании?

При решении ситуационных задач разрешено пользоваться курсом лекций или учебниками.

Оценивание результатов решения ситуационных задач при текущем контроле:
«отлично» (10-8 баллов) - студент ясно изложил условие задачи, решение обосновал точной ссылкой формулу, правило, закономерность, явление;
«хорошо» (7-5 баллов) - студент ясно изложил условие задачи, но в обосновании решения имеются сомнения в точности ссылки на формулу, правило, закономерность, явление;
«удовлетворительно» (1-4 баллов) - студент изложил условие задачи, но решение обосновал общей ссылкой на формулу, правило, закономерность, явление;
«неудовлетворительно» (0 баллов) - студент не уяснил условие задачи, решение не обосновал ссылкой формулу, правило, закономерность, явление.

Составитель _____ С.Н. Комарова

« ____ » _____ 20 г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

Кейс-задача

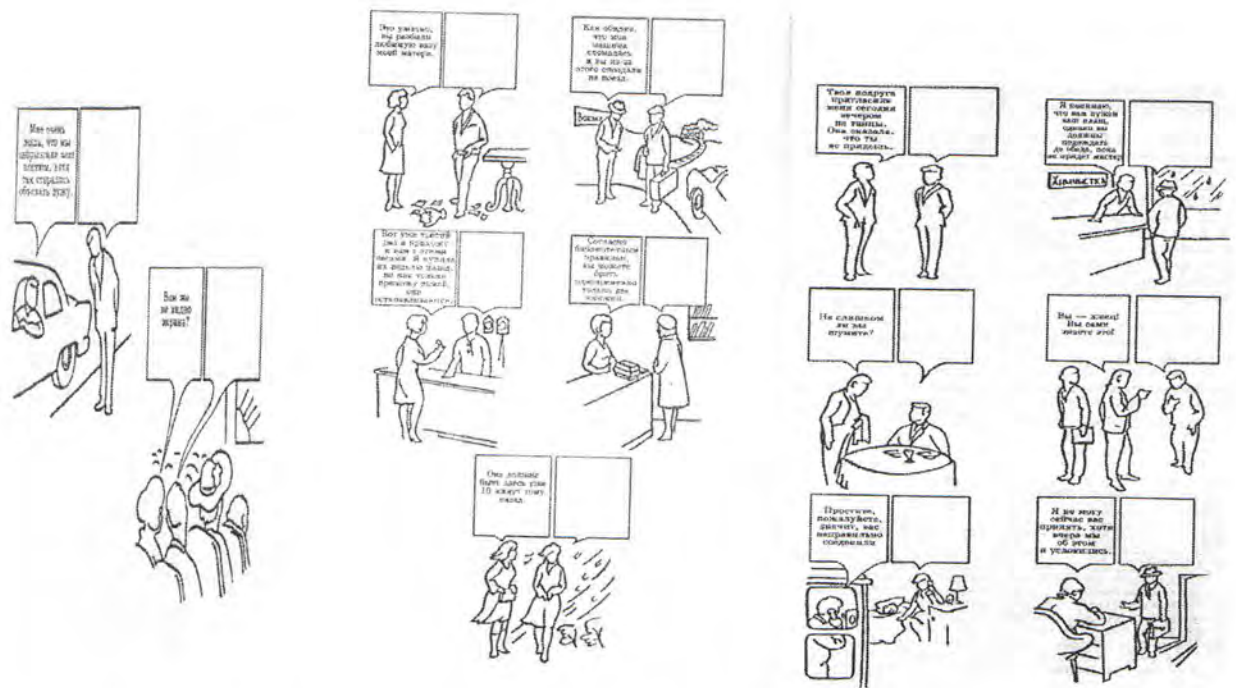
по дисциплине Сервисология

Тема: «Конфликты в сфере сервиса и их разрешение»

1. «Трансактный анализ конфликтов»

Цель занятия. Развитие навыков оценки конфликтности между субъектами социального взаимодействия на основе трансактного анализа, а также поиска вариантов разрешения таких конфликтов.

Порядок проведения игры. Обучаемым выдаются рисунки, на которых изображены два человека. То, что говорит первый человек, написано в квадрате слева. Обучаемые должны записать свои варианты ответа за другого человека. Затем организуется обсуждение вариантов ответа.



При решении ситуационных задач разрешено пользоваться курсом лекций или учебниками.

Оценивание результатов решения ситуационных задач при текущем контроле:
 «отлично» (10-8 баллов) - студент ясно изложил условие задачи, решение обосновал точной ссылкой формулу, правило, закономерность, явление;
 «хорошо» (7-5 баллов) - студент ясно изложил условие задачи, но в обосновании решения имеются сомнения в точности ссылки на формулу, правило, закономерность, явление;
 «удовлетворительно» (1-4 баллов) - студент изложил условие задачи, но решение обосновал общей ссылкой на формулу, правило, закономерность, явление;
 «неудовлетворительно» (0 баллов) - студент не уяснил условие задачи, решение не обосновал ссылкой формулу, правило, закономерность, явление.

Составитель _____ С.Н. Комарова

« ____ » _____ 20 г.

При решении ситуационных задач разрешено пользоваться курсом лекций или учебниками.

Оценивание результатов решения ситуационных задач при текущем контроле:
 «отлично» (10-8 баллов) - студент ясно изложил условие задачи, решение обосновал точной ссылкой формулу, правило, закономерность, явление;
 «хорошо» (7-5 баллов) - студент ясно изложил условие задачи, но в обосновании решения имеются сомнения в точности ссылки на формулу, правило, закономерность, явление;
 «удовлетворительно» (1-4 баллов) - студент изложил условие задачи, но решение обосновал общей ссылкой на формулу, правило, закономерность, явление;
 «неудовлетворительно» (0 баллов) - студент не уяснил условие задачи, решение не обосновал ссылкой формулу, правило, закономерность, явление.

Составитель _____ С.Н. Комарова

« ____ » _____ 20 г.

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

Кейс-задача

по дисциплине Сервисология

Раздел 6: «Организационные основы сервисной деятельности»

Еще в 1912 г. российскими предпринимателями были выработаны следующие принципы ведения дел в России:

- *Уважай власть.* Власть – необходимое условие для эффективного ведения дела. Во всем должен быть порядок. В связи с этим проявляй уважение к блюстителям порядка в законных эшелонах власти.
 - *Будь честен и правдив.* Честность и правдивость – фундамент предпринимательства, предпосылка здоровой прибыли и гармоничных отношений в делах.
 - *Уважай право частной собственности.* Свободное предпринимательство – основа благополучия государства. Российский предприниматель обязан в поте лица трудиться на благо своей Отчизны. Такое рвение можно проявлять только при опоре на частную собственность.
 - *Люби и уважай человека.* Любовь и уважение к человеку труда со стороны предпринимателя порождает ответную любовь и уважение. В таких условиях возникает гармония интересов, что создает атмосферу для развития у людей самых разнообразных способностей, побуждает их проявлять себя с лучшей стороны.
 - *Будь верен своему слову.* Деловой человек должен быть верен своему слову. «Единожды солгавши, кто тебе поверит». Успех в деле во многом зависит от того, в какой степени окружающие доверяют тебе.
 - *Живи по средствам.* «Не зарывайся». Выбирай дело по плечу. Всегда оценивай свои возможности. Действуй сообразно своим средствам.
 - *Будь целеустремленным.* Всегда имей перед собой ясную цель. Предпринимателю такая цель нужна как воздух. Не отвлекайся на другие цели. Служение «двум господам» противоестественно. В стремлении достичь заветной цели не переходи грань дозволенного. Никакая цель не может затмить моральные ценности.

Ответьте на вопросы:

1. Что из приведенных принципов 1912 г. в полной мере сохранило свою актуальность и в настоящее, а что отошло на второй план?
2. Какие новые принципы бизнеса должны быть внедрены в практику предпринимательской деятельности в России сегодня?
3. Какие принципы бизнеса считаются сегодня приоритетными?
4. Сравните принципы делового человека, разработанные в 1912 г., и заповеди настоящего времени.
5. Объясните причины появления новых заповедей.

6. Раскройте сущность рассматриваемых норм поведения, их влияние на успешность деятельности предпринимателя или фирмы.
7. В какой мере Вы выполняете в своей работе и жизни рассмотренные этические нормы?

При решении ситуационных задач разрешено пользоваться курсом лекций или учебниками.

Оценивание результатов решения ситуационных задач при текущем контроле:
 «отлично» (10-8 баллов) - студент ясно изложил условие задачи, решение обосновал точной ссылкой формулу, правило, закономерность, явление;
 «хорошо» (7-5 баллов) - студент ясно изложил условие задачи, но в обосновании решения имеются сомнения в точности ссылки на формулу, правило, закономерность, явление;
 «удовлетворительно» (1-4 баллов) - студент изложил условие задачи, но решение обосновал общей ссылкой на формулу, правило, закономерность, явление;
 «неудовлетворительно» (0 баллов) - студент не уяснил условие задачи, решение не обосновал ссылкой формулу, правило, закономерность, явление.

Составитель _____ С.Н. Комарова

« ____ » _____ 20 ____ г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
 «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

Кейс-задача

по дисциплине Сервисология

Раздел 6: «Организационные основы сервисной деятельности»

Используя данные рисунка 1, укажите факторы внешней и внутренней среды гостиницы «Российская».



Трудовые, материальные, финансовые, информационные и т. п. ресурсы предприятия, организационная структура управления, корпоративная культура и другие элементы

Факторы внешней среды прямого воздействия

(клиенты, конкуренты, акционеры, поставщики продукции, местные органы власти)

2. Какие из этих факторов и как влияют на деятельность предприятия (способствуют усилению позиций гостиницы на рынке или же могут привести к ухудшению ее позиций)?

Гостиница «Российская», определив симптомы кризисной ситуации, обратилась за помощью к специалистам по управленческому консалтингу для улучшения положения гостиницы. В качестве исходной информации о текущем состоянии гостиницы и возможных перспективах развития данного бизнеса сообщалось следующее.

1. Гостиница является единственной в своем роде (четыре звезды, удобное месторасположение - пешеходная доступность памятников, объектов показа) в своем регионе (численность жителей 300 тыс. чел. - областной центр).
2. Имеются договоры о совместной деятельности с рядом крупных городских туристических агентств, а также в других городах, что обеспечивает 100%-ную загрузку гостиницы при работе с группами туристов. В остальные периоды загрузка номерного фонда гостиницы составляет не более 40 %, что объясняется сезонностью спроса на услуги. Привлечение «непрофильных» клиентов и в межсезонный период требует дополнительных затрат.
3. Гостиница расположена в старинном особняке, что накладывает определенные требования к ее внешнему виду (невозможность изменения внешнего облика, увеличения этажности). Необходимость реконструкции или нового строительства очевидна.
4. Стоимость номеров в гостинице выше, чем у других гостиниц, что означает более высокий уровень обслуживания и обеспечивает более высокие удельные прибыли, однако означает ориентацию на узкий сегмент рынка.
5. Ощущается недостаток квалифицированных управленческих кадров, менеджмент предприятия не имеет ясных стратегических ориентиров, отсутствует возможность подготовки и переподготовки квалифицированных кадров в региональных учебных заведениях.
6. Предприятие имеет все необходимые для ее функционирования коммуникации: газ, вода, электричество, канализация. Ряд коммуникаций давно не подвергался капитальному ремонту. Инженерные сети находятся в ветхом состоянии, их мощности недостаточно для развития гостиницы.
7. В последнее время увеличивается конкуренция со стороны трехзвездочных гостиниц, предоставляющих номера повышенной комфортности (люкс и полулюкс).
8. Существует спрос со стороны туристических фирм по заключению долгосрочных договоров на размещение туристов, в том числе по линии делового туризма.
9. Отсутствуют собственные средства предприятия для осуществления инвестиционных программ, а также нет возможности получения доступного для предприятия кредита.
10. Имеется тенденция роста количества иностранных туристов, а также событийного туризма.

При решении ситуационных задач разрешено пользоваться курсом лекций или учебниками.

Оценивание результатов решения ситуационных задач при текущем контроле:

«отлично» (10-8 баллов) - студент ясно изложил условие задачи, решение обосновал точной ссылкой формулу, правило, закономерность, явление;

«хорошо» (7-5 баллов) - студент ясно изложил условие задачи, но в обосновании решения имеются сомнения в точности ссылки на формулу, правило, закономерность, явление;

«удовлетворительно» (1-4 баллов) - студент изложил условие задачи, но решение обосновал общей ссылкой на формулу, правило, закономерность, явление;

«неудовлетворительно» (0 баллов) - студент не уяснил условие задачи, решение не обосновал ссылкой формулу, правило, закономерность, явление.

Составитель _____ С.Н. Комарова

« ____ » _____ 20 ____ г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

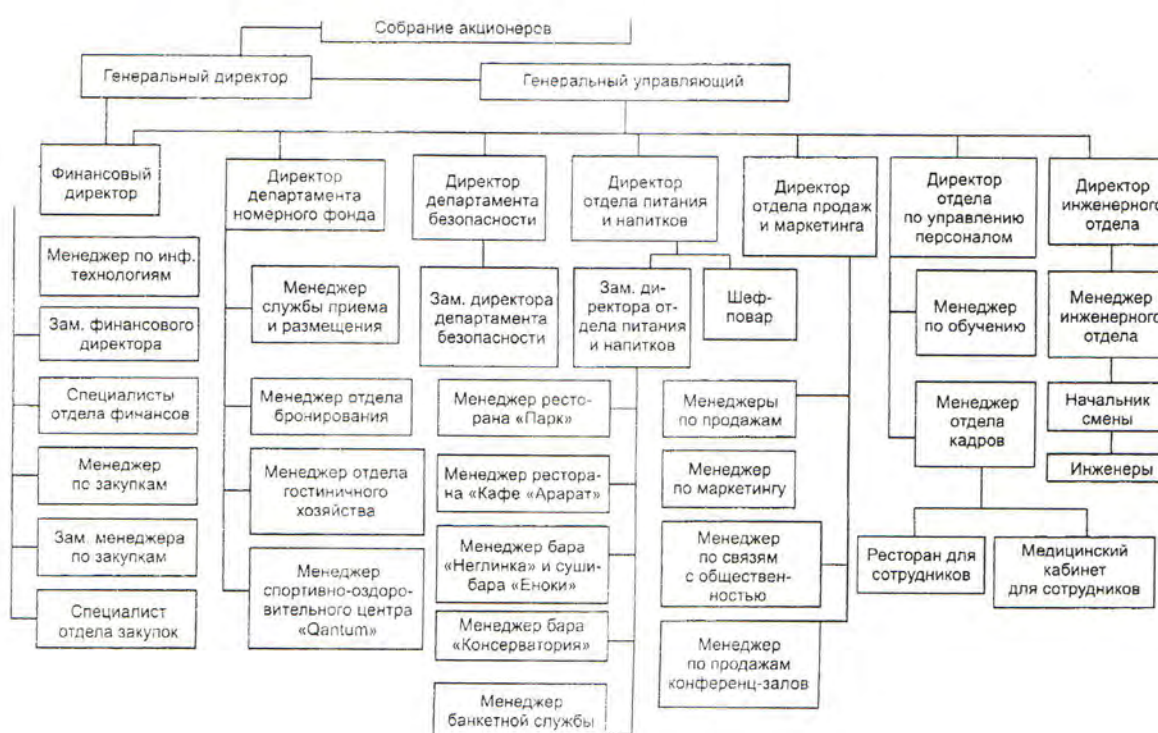
Кейс-задача

по дисциплине Сервисология

Раздел 6: «Организационные основы сервисной деятельности»

Проведите анализ организационной структуры управления гостиницы «Арагат Парк Хаятт Москва» (рис. 2). Для примера используйте следующий план анализа:

- 1) определите вид организационной структуры;
- 2) определите количество уровней управления;
- 3) проверьте, нет ли двойного подчинения или дублирования функций;
- 4) сделайте выводы о достоинствах и недостатках организационной структуры.



При решении ситуационных задач разрешено пользоваться курсом лекций или учебниками.

Оценивание результатов решения ситуационных задач при текущем контроле:
«отлично» (10-8 баллов) - студент ясно изложил условие задачи, решение обосновал точной ссылкой формулу, правило, закономерность, явление;
«хорошо» (7-5 баллов) - студент ясно изложил условие задачи, но в обосновании решения имеются сомнения в точности ссылки на формулу, правило, закономерность, явление;
«удовлетворительно»(1-4 баллов) - студент изложил условие задачи, но решение обосновал общей ссылкой на формулу, правило, закономерность, явление;
«неудовлетворительно» (0 баллов) - студент не уяснил условие задачи, решение не обосновал ссылкой формулу, правило, закономерность, явление.

Составитель _____ С.Н. Комарова

« ____ » _____ 20 ____ г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

Кейс-задача

по дисциплине Сервисология

Раздел 6: «Организационные основы сервисной деятельности»

Гостиница «Российская», определив симптомы кризисной ситуации, обратилась за помощью к специалистам по управленческому консалтингу для улучшения положения гостиницы. В качестве исходной информации о текущем состоянии гостиницы и возможных перспективах развития данного бизнеса сообщалось следующее.

1. Гостиница является единственной в своем роде (четыре звезды, удобное месторасположение - пешеходная доступность памятников, объектов показа) в своем регионе (численность жителей 300 тыс. чел. - областной центр).

2. Имеются договоры о совместной деятельности с рядом крупных городских туристических агентств, а также в других городах, что обеспечивает 100%-ную загрузку гостиницы при работе с группами туристов. В остальные периоды загрузка номерного фонда гостиницы составляет не более 40 %, что объясняется сезонностью спроса на услуги. Привлечение «непрофильных» клиентов и в межсезонный период требует дополнительных затрат.
3. Гостиница расположена в старинном особняке, что накладывает определенные требования к ее внешнему виду (невозможность изменения внешнего облика, увеличения этажности). Необходимость реконструкции или нового строительства очевидна.
4. Стоимость номеров в гостинице выше, чем у других гостиниц, что означает более высокий уровень обслуживания и обеспечивает более высокие удельные прибыли, однако означает ориентацию на узкий сегмент рынка.
5. Ощущается недостаток квалифицированных управленческих кадров, менеджмент предприятия не имеет ясных стратегических ориентиров, отсутствует возможность подготовки и переподготовки квалифицированных кадров в региональных учебных заведениях.
6. Предприятие имеет все необходимые для ее функционирования коммуникации: газ, вода, электричество, канализация. Ряд коммуникаций давно не подвергался капитальному ремонту. Инженерные сети находятся в ветхом состоянии, их мощности недостаточно для развития гостиницы.
7. В последнее время увеличивается конкуренция со стороны трехзвездочных гостиниц, предоставляющих номера повышенной комфортности (люкс и полулюкс).
8. Существует спрос со стороны туристических фирм по заключению долгосрочных договоров на размещение туристов, в том числе по линии делового туризма.
9. Отсутствуют собственные средства предприятия для осуществления инвестиционных программ, а также нет возможности получения доступного для предприятия кредита.
10. Имеется тенденция роста количества иностранных туристов, а также событийного туризма.

Задание. Какие из этих факторов и как влияют на деятельность предприятия (способствуют усилению позиций гостиницы на рынке или же могут привести к ухудшению ее позиций)?

При решении ситуационных задач разрешено пользоваться курсом лекций или учебниками.

Оценивание результатов решения ситуационных задач при текущем контроле:
«отлично» (10-8 баллов) - студент ясно изложил условие задачи, решение обосновал точной ссылкой формулу, правило, закономерность, явление;
«хорошо» (7-5 баллов) - студент ясно изложил условие задачи, но в обосновании решения имеются сомнения в точности ссылки на формулу, правило, закономерность, явление;
«удовлетворительно» (1-4 баллов) - студент изложил условие задачи, но решение обосновал общей ссылкой на формулу, правило, закономерность, явление;
«неудовлетворительно» (0 баллов) - студент не уяснил условие задачи, решение не обосновал ссылкой формулу, правило, закономерность, явление.

Составитель _____ С.Н. Комарова

« ____ » _____ 20 ____ г.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

Кейс-задача

по дисциплине Сервисология

Раздел 6: «Организационные основы сервисной деятельности»

Сезонность и заполняемость являются важнейшими факторами, оказывающими влияние на эффективность и рентабельность гостиничного бизнеса. Основной проблемой является загрузка в «низкий» сезон. И хотя у мини-отелей среднегодовая загрузка выше, чем у крупных гостиниц, и составляет 70-80%, здесь сложилась серьезная ситуация. Она связана с аннуляциями заявок на броню. Одна - две аннуляции в неделю для мини отеля с небольшим количеством номеров - и 10-20% номерного фонда простаивают, гостиница терпит убытки.

Руководство мини-отеля рассматривает предложение крупнейшей службы по бронированию гостиничных номеров взять на себя проблемы по заполняемости мини-отеля. Агентство предлагает заключить договор на год с гарантией среднегодовой загрузки отеля на уровне 800/0. За свои услуги фирма претендует на 30% от выручки.

Задания. Опишите сильные и слабые стороны данного соглашения и ответьте на вопросы:

- 1) Какие преимущества получает мини-отель при передаче функций бронирования на аутсорсинг?
- 2) Какими методами можно снижать риски, связанные с недозагрузкой в «низкий» сезон и нехваткой мест в «высокий» сезон?
- 3) Какие проблемы могут возникнуть в случае передачи функций бронирования номеров агентству?

75. Денис работал в приморском отеле служащим на парковке. В один из чрезвычайно загруженных дней одна клиентка пожелала забрать свою машину, и именно он был тем служащим, который подогнал ее к центральному выезду по запросу из гаража. у клиентки оказалось множество претензий к состоянию машины, наиболее серьезная из которых была насчет царапины на пассажирской двери. К сожалению, такой тип жалоб не так уж необычен, так как водитель редко видит пассажирские двери своей машины (ведь большей частью он садится в машину с водительской стороны), кроме как стоя в ожидании у выезда из гаража.

В стандартную оперативную процедуру парковки машин в отелях входит проверка машины и запись всех ее повреждений на обороте парковочного билета перед тем, как спустить ее в гараж. К счастью, в этом случае служащий, который парковал данную машину, выполнил свою работу весьма тщательно (в спешке персонал частенько забывает сделать это). Денис испытал большое облегчение, когда увидел, что может продемонстрировать клиентке записи на обороте билета и быстро свести конфликт на нет.

Гостья выхватила ключи и отправилась вокруг машины к водительскому месту, но практически сразу после того, как уселась в машину, вернулась назад. На этот раз жалоба состояла в том, что счетчик машины показывает намного больше километров, чем до того, как она оставила ее на парковку, и что машина вся пропахла пиццей. Клиентка стала обвинять Дениса в том, что он пользовался ее машиной для поездки за пиццей. Так как не

могло быть никаких свидетельств обратного, все, что оставалось сделать Денису - хладнокровно объяснить клиентке, что ее машина не использовалась ни для каких других целей и была припаркована сразу же после того, как она вручила парковочному служащему ключи. Ему пришлось повторять это несколько раз подряд, пока позади них на выезде не скопились другие машины. Дежурный менеджер спокойно вмешался в спор, чтобы объяснить клиентке, что персонал отеля обязан следовать стандартным оперативным процедурам. Он выразил надежду в том, что она снова посетит их отель, и спросил, не будет ли она возражать отогнать свою машину в сторону, так как несколько других машин уже ожидают своей очереди и подъездной путь становится перегруженным.

Задания:

1. Оцените действия Дениса.
2. Оцените действия дежурного менеджера.
3. Какие меры были предприняты отелем, чтобы оградить себя от ложных обвинений?
4. Какие дополнительные меры вы рекомендовали бы отелю предпринять для более эффективной работы с жалобами клиентов?

При решении ситуационных задач разрешено пользоваться курсом лекций или учебниками.

Оценивание результатов решения ситуационных задач при текущем контроле:

«отлично» (10-8 баллов) - студент ясно изложил условие задачи, решение обосновал точной ссылкой формулу, правило, закономерность, явление;

«хорошо» (7-5 баллов) - студент ясно изложил условие задачи, но в обосновании решения имеются сомнения в точности ссылки на формулу, правило, закономерность, явление;

«удовлетворительно» (1-4 баллов) - студент изложил условие задачи, но решение обосновал общей ссылкой на формулу, правило, закономерность, явление;

«неудовлетворительно» (0 баллов) - студент не уяснил условие задачи, решение не обосновал ссылкой формулу, правило, закономерность, явление.

Составитель _____ С.Н. Комарова

« ____ » _____ 20 г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления
(наименование кафедры)

Темы рефератов

по дисциплине Сервисология

Примерная тематика рефератов по разделам дисциплины №1,2:

1. Возникновение потребностей в первобытном обществе.
2. Античные мыслители о проблеме потребностей.
3. Взгляды на потребности в средние века и в эпоху Возрождения.
4. Человек и его потребности в Новое время.

5. Основные подходы к проблеме потребностей в XXI веке.
6. Э.Фромм о потребностях человека.
7. Теория психоанализа З.Фрейда.
8. А.Маслоу о классификации потребностей.
9. Биологические потребности человека.
10. Социальные потребности человека.
11. Единство производства и человеческих потребностей.
12. Образование и потребность взрослого человека в самоопределении и саморазвитии.
13. Образовательные потребности человека и процесс самореализации личности.
14. Методы удовлетворения потребностей высшего уровня.
15. Потребность как побудительная сила производства.
16. Роль семьи и школы в формировании потребностей человека.
17. Свобода и счастье человека как главная потребность человека.
18. Учет потребностей человека в структуре бытового обслуживания.
19. Бытовое обслуживание населения.
20. Экономический анализ потребностей человека.
21. История развития национальных особенностей потребления в России.
22. Массовый туризм – потребность современного цивилизованного общества.
23. Потребность человека в образовании.
24. Индивидуальные психические и физические особенности человека, как основа его запросов.
25. Психосоциальное взаимодействие в сервисе и его результат.
26. Потребности и потребительское поведение.
27. Качество, уровень жизни и потребность в развитии сферы услуг.
28. Социокультурные услуги и их роль в обеспечении современного качества жизни.
29. Сервис как система индивидуального обслуживания.
30. Формирование потребностей в условиях научно-технического прогресса.
31. Формирование потребностей в современных условиях XXI века.

Примерная тематика рефератов по разделам дисциплины № 5:

1. Сфера обслуживания населения – исторические этапы развития.
2. Исторические этапы развития гостиничного сервиса.
3. Исторические этапы в развитии ресторанного сервиса
4. Исторические этапы в туристического сервиса.
5. Международные гостиничные цепи.
6. Национальные особенности питания туристов.
7. Элементы анимации в организации экскурсий.

Критерии оценки:

Максимальное количество баллов, которое студент может получить, – 5. Критерии оценки реферата могут трансформироваться в зависимости от их конкретной формы. Общие требования к качеству реферата могут оцениваться последующим критериям.

Таблица 1 – Критерии оценки качества реферата

Критерий	Требования к студенту	Максимальное количество баллов
Соответствие содержания реферата заявленной теме	<ul style="list-style-type: none"> – используемые понятия строго соответствуют теме; – содержание полно раскрывает рассматриваемую тему 	1 балл
Знание и понимание теоретического материала	<ul style="list-style-type: none"> – студент определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры; – самостоятельность выполнения работы. 	1 балл
Анализ и оценка информации	<ul style="list-style-type: none"> – студент грамотно применяет категории анализа; – студент умело использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений; – студент способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к сбалансированному заключению; – диапазон используемого информационного пространства (студент использует большое количество различных источников информации); – обоснованно интерпретирует текстовую информацию с помощью графиков и диаграмм; – дает личную оценку проблеме 	1 балл
Построение суждений и устная защита	<ul style="list-style-type: none"> – ясность и четкость изложения; – логика структурирования доказательств; – выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией; – приводятся различные точки зрения и их личная оценка; – умение публично представить и защитить свою работу 	1 балл

Критерий	Требования к студенту	Максимальное количество баллов
Оформление работы	<ul style="list-style-type: none"> – работа отвечает основным требованиям к оформлению и использованию цитат; – соблюдение лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка; – оформление текста с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации; – соответствие формальным требованиям 	1 балл

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно, а также максимально широко использует технические возможности программных продуктов и разнородные формы представления информации.

- оценка «хорошо», если раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса

– оценка «удовлетворительно», если обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты

– оценка «неудовлетворительно», если не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете

Составитель _____ С.Н. Комарова

(подпись)

« ____ » _____ 20 г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

Темы курсовых работ

по дисциплине Сервисология

1. Проблема становления санаторно-курортного дела в России

Содержание
Введение
Глава I. Исторические аспекты становления санаторно-курортного дела в России
1.1. Истоки становления санаторно-курортного дела
1.2. Развитие санаторно-курортного дела в России
1.3. Современное состояние санаторно-курортного дела в России
Глава II. Развитие санаторно-курортного дела в
2.1. Характеристика Санатория
2.2. Курорты и санатории, расположенные в районе.....
Заключение
Список использованной литературы

2. Организация процесса продвижения услуг сферы сервиса

Содержание
Введение
Глава I. Теоретические аспекты проблемы продвижения услуг сферы сервиса
1.1. Понятие и классификация сервисных услуг
1.2. Особенности организации процесса продвижения услуг сферы сервиса
1.3. Технологии и приемы продвижения услуг сферы сервиса
Глава II. Опыт организации процесса продвижения услуг сферы сервиса на примере
конкретного предприятия сервиса
2.1. Описание предприятия сервиса
2.2. Анализ процесса продвижения услуг сферы сервиса на этом предприятии
Заключение
Список использованной и цитируемой литературы

3. Особенности организации сервисной деятельности в области международного туризма

Содержание
Введение
Глава I. Теоретические аспекты развития сервисной деятельности в области
международного туризма
1.1. Историческое развитие международного туризма
1.2. Понятие и назначение международного туризма
1.3. Развитие сервисной деятельности в области международного туризма
Глава II. Практические аспекты организации сервисной деятельности в области
международного туризма на примере турагентства «_____»
2.1. Описание турагентства «_____»
2.2. Анализ организации сервисной деятельности в области международного туризма в
турагентстве «_____»
Заключение
Список использованной и цитируемой литературы

4. Этапы и особенности формирования имиджа туристического предприятия

Содержание
Введение
Глава I. Теоретические аспекты формирования имиджа туристического предприятия
1.1. Виды и классификация субъектов сервисной деятельности в области туризма
1.2. Понятие «имиджа» в сервисной деятельности

- 1.3. Этапы формирования имиджа сервисного предприятия
- Глава II. Практические аспекты формирования имиджа туристической фирмы
- 2.1. Описание турфирмы «_____»
- 2.2. Анализ формирования имиджа в турфирме «_____»
- Заключение
- Список использованной и цитируемой литературы

5. Особенности организации сервисной деятельности в области природного туризма

- Содержание
- Введение
- Глава I. Теоретические аспекты развития сервисной деятельности в области природного туризма
- 1.1. Историческое развитие природного туризма
- 1.2. Понятие и виды природного туризма
- 1.3. Характеристика сервисной деятельности в области природного туризма
- Глава II. Практические аспекты организации сервисной деятельности в области природного туризма на примере
- 2.1. Описание турфирмы «_____»
- 2.2. Анализ организации сервисной деятельности в области природного туризма в турфирме «_____»
- Заключение
- Список использованной и цитируемой литературы

6. Особенности обслуживания потребителей в зависимости от сферы сервисной деятельности

- Содержание
- Введение
- Глава I. Теоретические аспекты проблемы обслуживания потребителей
- 1.1. Генезис понятия «обслуживание»
- 1.2. Виды и формы обслуживания потребителей
- 1.3. Характеристика обслуживания потребителей в различных сферах сервисной деятельности
- Глава II. Практические аспекты проблемы обслуживания потребителей на примере
- 2.1.
- 2.2.
- Заключение
- Список использованной и цитируемой литературы

7. Особенности организации сервисной деятельности в области фитнеса

- Содержание
- Введение
- Глава I. Теоретические аспекты проблемы организации сервисной деятельности в области фитнеса
- 1.1. Понятие «фитнес» как сферы сервисных услуг
- 1.2. Особенности сервисной деятельности в области фитнеса
- 1.3. Особенности обслуживания потребителей в сфере фитнеса
- Глава II. Практические аспекты организации сервисной деятельности в области фитнеса на примере
- 2.1.
- 2.2.

Заключение
Список использованной и цитируемой литературы

8. Роль сервисной деятельности в социально-экономической жизни страны

Содержание
Введение
Глава I. Теоретические аспекты проблемы взаимозависимости сервисной деятельности и социально-экономической жизни страны
1.1. Понятие и особенности сервисной деятельности
1.2. Особенности социально-экономической жизни страны на современном этапе развития общества
1.3. Взаимовлияние сервисной деятельности и социально-экономической жизни страны
Глава II. Практические аспекты проблемы взаимозависимости сервисной деятельности и социально-экономической жизни страны на примере
2.1.
2.2.
Заключение
Список использованной и цитируемой литературы

9. Проблема формирования рынка сервисных услуг

Содержание
Введение
Глава I. Теоретические аспекты проблемы формирования рынка сервисных услуг
1.1. Сервисная услуга как продукт сервисной деятельности
1.2. Характеристика и назначение сервисных услуг
1.3. Особенности развития рынка сервисных услуг в России
Глава II. Практические основы формирования рынка сервисных услуг на примере
2.1.
2.2.
Заключение
Список использованной и цитируемой литературы

10. Особенности организации сервисной деятельности в области внутреннего туризма

Содержание
Введение
Глава I. Теоретические аспекты развития сервисной деятельности в области внутреннего туризма
1.1. Историческое развитие внутреннего туризма
1.2. Понятие и назначение внутреннего туризма
Развитие сервисной деятельности в области внутреннего туризма
Глава II. Практические аспекты организации сервисной деятельности в области внутреннего туризма на примере
2.1.
2.2.
Заключение
Список использованной и цитируемой литературы

11. Проблема качества сервисных услуг в современных социально-экономических условиях

Содержание

Введение

Глава I. Теоретические аспекты проблемы качества сервисных услуг в современных социально-экономических условиях

1.1. Характеристика понятия «качество сервисных услуг»

1.2. Характеристика современных социально-экономических условий в сфере сервиса

1.3. Соотношение качества сервисных услуг и социально-экономических условий развития общества

Глава II. Решение проблемы качества сервисных услуг субъектами сервисной деятельности на примере

2.1.

2.2.

Заключение

Список использованной и цитируемой литературы

12. Организация сервисной деятельности в сфере материальных услуг населению

Содержание

Введение

Глава I. Теоретические аспекты развития сервисной деятельности в сфере материальных услуг населению

1.1. Историческое развитие сферы материальных услуг населению

1.2. Понятие и назначение сферы материальных услуг

1.3. Развитие сервисной деятельности в сфере материальных услуг населению на современном этапе развития общества

Глава II. Практические аспекты организации сервисной деятельности в сфере материальных услуг населению на примере

2.1.

2.2.

Заключение

Список использованной и цитируемой литературы

13. Проблема имиджа предприятий сферы сервиса

Содержание

Введение

Глава I. Теоретические аспекты проблемы имиджа предприятий сферы сервиса

1.1. Понятие «имидж» в литературе

1.2. Имиджмейкерство как современное направление формирования имиджа

1.3. Особенности формирования имиджа предприятий

Глава II. Практические аспекты формирования имиджа предприятий сферы сервиса на примере

2.1.

2.2.

Заключение

Список использованной и цитируемой литературы

Критерии оценки:

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Факультет Менеджмента и предпринимательства

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления

ФИО студента: _____

курс _____, группа _____

Тема курсовой работы: _____

№ п/ п	Критерии	Показатели	Баллы	
			Макс м.	Фактич .
2.	Корректность определения элементов научного аппарата исследования	Указаны адекватные теме объект и предмет курсовой работы, указывающий на аспект или часть объекта. Цель курсового исследования фиксирует ожидаемые результаты работы, адекватна теме и предмету. Последовательность поставленных задач позволяет достичь цели рациональным способом; структура работы (оглавление) полностью адекватна поставленным задачам.	5	
3.	Полнота отражения разработанности исследуемой проблемы в теории и практике обучения, воспитания, развития детей	На основе использования оптимального количества библиографических источников проанализированы современные подходы различных авторов к рассматриваемой проблеме, выполнена их группировка и обобщение. Приведены фамилии наиболее известных авторов, работающих в данной области, и кратко указаны полученные ими основные результаты, а также вопросы, уровень рассмотрения которых является недостаточным с точки зрения теории и практики обучения, воспитания и развития детей.	15	
4.	Адекватность, полнота и глубина разработки поставленных вопросов	Грамотно представлено методическое или технологическое решение поднимаемой проблемы. Содержание соответствует заявленной теме и цели курсовой работы. Выполнен глубокий анализ всех понятий и категорий, необходимых для раскрытия темы	30	

		работы. Продемонстрировано применение необходимых научных методик и передового опыта.		
5.	Качество выводов на основе изложенного в работе материала	Наличие выводов в конце каждого параграфа и/или главы. Связь выводов с общей логикой работы и поставленными задачами. Формулировка в заключении курсовой работы основных результатов исследования с их кратким анализом, обобщениями, выводами и практическими рекомендациями автора по их использованию.	10	
6.	Полнота и логичность структуры текста курсовой работы	Содержание глав и параграфов имеет внутреннюю логическую связь. Его раскрытие ведется полно, последовательно и аргументировано с использованием необходимой научной лексики и терминологии. Текст курсовой работы содержит ссылки на использованные библиографические источники, необходимый иллюстративный материал	10	
7.	Степень творческой активности, самостоятельности и оригинальности идей автора при выполнении курсовой работы	Самостоятельность в работе с материалами по их обработке, анализу и структурированию, наличие творческого потенциала у автора работы. Проявление собственного, авторского мнения студента в ходе поиска и реализации решений поднимаемой проблемы. Оригинальность суждений автора курсовой работы. Отсутствие плагиата.	10	
8.	Актуальность темы исследования и её обоснованность	Аргументировано обоснованы важность и своевременность рассмотрения темы курсовой работы в свете последних научных достижений и разработок.	10	
9.	Соответствие оформления текста курсовой работы необходимым требованиям	Соблюдение правил грамматики и орфографии, стилистики научного текста. Основаниями для снижения оценки являются ошибки в тексте, несоблюдение научного стиля изложения, ошибки в употреблении терминологии, неправильное оформление ссылок, цитат, библиографического списка, таблиц, иллюстративного материала.	10	
		Общее количество баллов:	100	
		Премialsные баллы		
10.	Публикация научных докладов, тезисов		5	

11.	Участие в конференциях	5	
-----	------------------------	---	--

Критерии оценки:

ниже 60 баллов – неудовлетворительно;
 60-74 – удовлетворительно;
 75-89 – хорошо;
 90-100 – отлично.

Итоговая отметка:

Примечания.

Дата «___» _____ 2018 г.

Научный руководитель: _____

(ФИО)

(подпись)

Составитель _____ С.Е. Комарова

(подпись)

«___» _____ 20 г.

4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 3 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета/ экзамена/ защиты курсовой работы

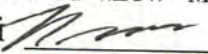
Зачет проводится по окончании теоретического обучения до начала экзаменационной сессии

Экзамен проводится по расписанию экзаменационной сессии в устном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 2. Объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Защита курсовой работы проводится за счет времени, отведенного на освоение дисциплины.

Приложение 2
к рабочей программе

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Рассмотрено и одобрено
на заседании кафедры Антикризисного и
корпоративного управления
Протокол № 10 от «25» мая 2018 г.
Зав.кафедрой  Мишурова И.В.

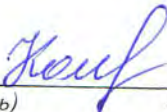
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Сервисология
(наименование дисциплины)

Направление подготовки
43.03.01 «Сервис»

Уровень образования
бакалавриат

Составитель


(подпись)

к.с.н., доцент С.Н. Комарова
Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание

Ростов-на-Дону, 2018

Методические указания по освоению дисциплины «Сервисология» адресованы студентам *всех* форм обучения.

Учебным планом по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия;

В ходе лекционных занятий рассматриваются следующие вопросы теоретические основы о сущности и потребностях человека, методах удовлетворения потребностей индивида и общества, о способах и подходах к потребителю в сфере услуг, изучение места и роли сервиса в удовлетворении человеческих потребностей, на освоение методологических подходов к человеку в сфере сервиса.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов о возникновении и изменении потребностей человека; о месте и роли сервиса в удовлетворении человеческих потребностей. Закрепляются: знания основ сервиса как инструмента удовлетворения человеческих потребностей; навыки анализа процесса принятия решения потребителем о покупке; основные понятия сервисной деятельности и ее видов; расширяются представления об организационных формах, целях, средствах, результатах сервисной деятельности. Раскрываются социальные нормы и установления, регламентирующие, нормирующие сервисное взаимодействие и направления совершенствования сервисной деятельности в современных условиях.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;
- выполнить домашнее задание, рекомендованные преподавателем при изучении каждой темы.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат, доклад или сообщение по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса, выполнения практических заданий и посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и

по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

При реализации различных видов учебной работы используются разнообразные (в т.ч. интерактивные) методы обучения, в частности:

- интерактивная доска для подготовки и проведения лекционных и семинарских занятий;
- мультимедийное и презентационное оборудование.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронной библиотекой ВУЗа <http://library.rsue.ru/> . Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе вузовской библиотеки или воспользоваться читальными залами вуза.

Методические рекомендации по написанию, требования к оформлению реферата

Реферат представляет собой изложение имеющихся в научной литературе концепций по заданной проблемной теме. Сдача реферата является формой контроля по определенной теме курса. Преподаватель, проверив реферат, может задать вопросы студенту и при необходимости предложить в дальнейшем доработать его в письменном виде.

Реферат – один из видов самостоятельных студенческих работ. Он является простейшей учебно-научной формой контроля знаний студентов, поэтому к нему предъявляются определенные требования. Несмотря на то, что это научная работа, реферат не должен содержать никаких элементов новизны. Достаточно грамотно и логично изложить основные идеи по заданной теме, содержащихся в нескольких источниках, и сгруппировать их по точкам зрения. Подготовка реферата предполагает углубленное изучение первоисточников и способствует всестороннему знакомству с литературой по избранной теме, создает возможность комплексного использования приобретенных навыков работы с научной и учебной литературой, развивает самостоятельность мышления, умение на научной основе анализировать экономические процессы и делать выводы для практической работы. Для реферата необходимо обоснование собственного понимания процесса, аргументированное согласие с одной из излагаемых точек зрения.

Основные требования, предъявляемые к студенческому реферату:

- умение работать с научной литературой;
- учебники и учебные пособия при написании реферата не используются в качестве единственных источников исследования;

- умение ориентироваться в выборе нужного материала из монографий, научных статей из журналов и т.п.;
- умение выделить проблемы из контекста;
- применение навыков логического мышления;
- соблюдение культуры письменной речи;
- знание оформления научного текста, ссылок, составления библиографии.

Таким образом, реферат – это учебно-исследовательская работа студентов, включающая обоснование темы (актуальность, анализ литературы, цель, задачи, методы исследования), содержание, заключение, список литературы. В сравнении с курсовой и дипломной работой обоснование в реферате свернуто, лаконично, схематично. Он предполагает письменную работу и устный доклад с презентацией.

Выполнение реферата предполагает прохождение следующих стадий:

- выбор и утверждение темы работы;
- подбор и изучение литературы; составление плана реферата (план представляет собой совокупность предметных и детальных вопросов, раскрывающих основные содержательные моменты изучаемой темы);
- написание работы;
- внесение поправок и защиту реферата.

Реферат выполняется на листах формата А4 в редакторе MS Word, шрифтом Times New Roman, размер 14, поля: левое – 2,5 см, правое – 1 см, верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, выравнивание текста – по ширине страницы, красная строка – 1,25 см, межстрочный интервал – 1,5, переносы задаются автоматически. Объем реферата составляет 10–15 страниц, которые должны быть пронумерованы. Каждый новый абзац начинается с красной строки. Не допускаются сокращения слов, выражений, фамилий, а так же использование аббревиатур, которые не являются общеупотребляемыми.

Страницы нумеруются арабскими цифрами. Номер страницы ставится в правом нижнем углу без точек. Титульный лист и содержание включаются в общую нумерацию реферата, но на них номер страницы не ставится. Таким образом, нумерация реферата начинается со страницы «3» и эта цифра впервые проставляется только на первой странице основной части. Последняя страница реферата, согласно которой определяется объем самой работы – последняя страница библиографического списка.

При подготовке реферата студент пользуется определенными источниками, поэтому работа обязательно должна содержать ссылки и сноски на использованную литературу. Оформляя ссылки и сноски, следует указывать названия работ, ее авторов, издательства, год издания, страницы цитирования. Различают постраничные и общие ссылки. Постраничные сноски оформляются на тех страницах текста работы, где непосредственно автор к ним обращается. Сноски оформляются внизу страницы под текстом по всем правилам оформления документа и имеют либо общую нумерацию, либо на каждой странице они начинаются с цифры 1. От текста они

отделяются сплошной чертой. Шрифт сносок – 10 (они оформляются автоматически). Ссылка предполагает, что автор в тексте в квадратных скобках указывает порядковый номер источника в библиографическом списке и номер страниц, к которым он отсылает читателя, например, если в тексте автор обращается к Федеральному Закону, то пишет .

Текст реферата делится на разделы и подразделы. Заголовки позволяют структурировать текст. Заголовки разделов должны быть расположены по центру заглавными буквами. Точки не ставятся после нумерации и названий разделов и подразделов. Расстояние между заголовками разделов и подразделов составляет полуторный интервал, как и для самого текста. Текст от заголовка отделяется пробелом. Наименования разделов и подразделов должны быть краткими и содержательными.

Реферат имеет следующую структуру: титульный лист, план, введение, основную часть, заключение, библиографический список, допускается приложение.

Титул несет основную представительную часть реферата, поэтому его оформление строго нормировано. Переносы слов здесь не разрешаются. Тема реферата пишется целиком, без сокращений и аббревиатур. Тема указывается та, которую студент предварительно согласовал с преподавателем. Самостоятельное изменение темы реферата не допускается.

Во введении обычно обосновывается причина, по которой выбрана та или иная тема, подчеркивается ее актуальность, ставятся определенные задачи, выделяется конечная цель работы.

Основная часть – это главная часть реферата, одноименная с избранной темой. Основными требованиями к изложению основной части являются: соблюдение логической последовательности, раскрытие поставленной во введении проблемы, прослеживание пути ее решения на материалах источников. Весьма поднимает ценность работы представление различных точек зрения на решение проблемы и высказываемое отношение к ним. Текст реферата может быть дополнен иллюстративным материалом: схемами, таблицами, графиками.

Основную часть реферата необходимо раскрыть в 2–3 разделах.

В работе следует рассмотреть теоретические положения по исследуемой теме. В этой части освещаются различные вопросы, касающиеся избранной проблемы, раскрываются наиболее интересные ее стороны, дается оценка автором исследуемого материала. Объем основной части реферата 8–12 страниц.

В заключении необходимо подвести итог всему изложенному в основной части, сделать выводы, позволяющие получить четкое и ясное представление о проделанной работе, о решении поставленной задачи. Можно очертить круг вопросов, не решенных автором, но требующих, по его мнению, обязательного решения. Это поможет тем, кто интересуется данной темой и захочет ее продолжить.

Библиографический список отражает те источники, которые действительно использовались при подготовке реферата.

Научная литература описывается в алфавитном порядке по первой букве фамилий автора или названий источников. Библиографическое описание книги должно включать: фамилию и инициалы автора, заглавие книги, место издания, издательство и год издания, количество страниц (в соответствии с ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»).

Материал, который не вошел в реферат, но, по мнению автора, необходим для более полного освещения проблемы, может быть вынесен в приложение. Оно может включать иллюстрации, фотографии, таблицы, на которые автор ссылается в ходе работы над рефератом. Отсылка к приложению ставится в круглых скобках в конце предложения с указанием номера приложения.

Требования, предъявляемые к защите реферата

Подготовка к защите реферата начинается с момента составления студентом тезисов или конспекта выступления (доклада). Конспект выступления (тезисы) представляет собой краткое письменное изложение содержания реферата. К тезисам можно обращаться время от времени, а можно и не обращаться во время защиты. Для защиты реферата предоставляется 3–5 минут, после чего студент должен быть готов ответить на вопросы преподавателя или своих сокурсников относительно содержания представляемой им работы. Защита рефератов может проходить в форме мини-конференции, что оживит процесс и создаст творческую обстановку.

Для визуализации материалов сообщения необходимо использовать мультимедийную презентацию, которая может содержать графики, схемы, таблицы, рисунки и т.п.

Требования к стилю и оформлению презентаций:

- отсутствие орфографических и стилистических ошибок;
- единство стиля страниц;
- одинаковая гарнитура и размер шрифта для всех заголовков (не менее 24 пунктов);
- одинаковая гарнитура и размер шрифта для тестовых фрагментов (не менее 18 пунктов);
- заголовки, номера страниц, кнопки перелистывания должны появляться в одном и том же месте экрана;
- одинаковая цветовая гамма на всех слайдах;
- выбор удачной цветовой гаммы: использование не слишком ярких, неумоительных цветов, использование в дизайне не более 3 цветов (цвет текста, цвет фона, цвет заголовка и/или выделения). Необходимо избегать применение темного фона со светлым текстом;
- использование одного фона на слайдах в рамках одной презентации;
- использование рисунков, фотографий хорошего качества;

- высокая контрастность фон / текст;
- четкость связей в схемах или между компонентами материала на слайде;
- отсутствие различных эффектов переходов между слайдами и других раздражающих эффектов анимации, мешающих восприятию информации;
- для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов с:
 - текстом,
 - таблицами,
 - диаграммами.

В презентациях желательно свести текстовую информацию к минимуму, заменив ее схемами, диаграммами, рисунками, фотографиями, анимациями, фрагментами фильмов. Понятия и абстрактные положения до сознания зрителя доходят легче, когда они подкрепляются конкретными фактами, примерами и образами; и потому для раскрытия их необходимо использовать различные виды наглядности.

Типичные недостатки структуры и формы представления информации:

- отсутствие *Титульного слайда*, содержащего: название реферата; сведения об авторе и др.
- отсутствие *Введения*, в котором представлены: цели и задачи изучения темы, краткая характеристика содержания;
- отсутствие логического завершения презентации, содержащего: *заключение, обобщения, выводы*;
- перегрузка слайдов подробной текстовой информацией (не более трех мелких фактов на слайде и не более одного важного);
- неравномерное и нерациональное использование пространства на слайде;
- отсутствие связи фона презентации с содержанием.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Написание любой научной работы предполагает ряд этапов, на каждом из них решаются определенные задачи. Следование системе этапов при работе над курсовым исследованием позволит, во-первых, рационально использовать сравнительно короткий промежуток времени, которым располагает обучающийся и, во-вторых, написать работу, содержащую все основные элементы полноценного научного текста.

1. Первым этапом является выбор темы. Важность этого этапа в том, что тема определяет содержание работы, характер литературы, с которой необходимо будет работать; от темы зависят и конкретные критерии качества

написанной работы. Неудачный выбор темы может повлечь за собой необходимость ее изменения, существенные переделки. Выбор темы должен быть согласован с научным руководителем и утвержден им. Выбирая тему, относящуюся к любому разделу курса, необходимо самостоятельно ознакомиться с ее содержанием, чтобы обосновать свой выбор перед научным руководителем и утвердить тему. Следует иметь в виду, что работа над темами теоретического характера предполагает не только хорошее владение содержанием учебного курса, но и ознакомление с вопросами темы, выходящими за его пределы.

2. Следующим после выбора темы этапом является подбор литературы. Подбор литературы осуществляется самостоятельно. Обучающийся должен научиться работать с различными видами библиотечных каталогов.

Работа по подбору литературы предполагает, что вы уже знакомы с основной проблематикой темы. Подбор литературы начинается после основательной работы над соответствующими разделами учебника и конспектом лекций, если тема уже освещалась в лекциях.

Количество подобранной по теме литературы (монографий, статей, разделов учебной литературы) должно быть обозримым в течение периода времени, который вы можете для этого выделить (обычно четверть всего времени работы над курсовым проектом).

Литературу, подобранную по теме, необходимо обрабатывать, т.е. бегло ознакомиться с ее содержанием и отобрать те работы, которые вы будете непосредственно использовать для написания курсовой работы. После того, как круг используемой литературы определен окончательно (обычно он находится в пределах 14-18 позиций для работы объема курсовой), с литературой работают более основательно: читают, делают выписки и, самое главное, сравнивают, проводят аналогии, вырабатывают свое понимание вопроса и фиксируют его в записи. При этом важно скрупулезно записывать источники, из которых вы берете фактические данные, таблицы, выписывать фрагменты, которые собираетесь впоследствии цитировать. Если не делать этого, то в дальнейшем невозможно будет воспользоваться этими материалами и безупречно оформить работу.

Результатом работы с литературой должно стать более или менее целостное видение проблемы – представление о ее важнейших частях и взаимосвязях между ними.

3. Следующий этап – составление плана курсовой работы. Фактически необходимо составить два плана. Первый – это план, который содержит оглавление работы. Кроме введения и заключения, он содержит несколько пунктов, отражающих структуру и содержание курсовой работы. Роль этого плана двойка. Во-первых, он определяет круг вопросов, которые будут освещены в курсовой работе и отражают ваше видение темы; во-вторых, он информирует будущего читателя о содержании работы.

Составив план – оглавление, приступают к работе над подробным планом-конспектом. Он является чисто рабочим инструментом, поэтому его форма и объем произвольны. Кроме пунктов оглавления, такой план часто

включает подпункты, расширяющие и конкретизирующие основное содержание работы. Подпункты, в свою очередь, включают отсылки к выпискам, которые вы делали ранее, указываются страницы книг, где расположен нужный вам материал, выписываются положения, которые вы считаете важными для содержания работы. План-конспект ляжет в основу первого (чернового) варианта работы.

Глубоко продуманный план, его четко сформулированные вопросы во многом определяют конечный успех исследования.

Итак, курсовая работа должна содержать введение, основную часть и заключение.

Во введении формулируются цель и задачи исследования, очерчивается круг вопросов, с помощью которых предполагается раскрыть содержание темы. Целью исследования обычно является необходимость нечто изучить, исследовать, объяснить, найти и т. п. Задачи исследования конкретизируют цель и могут быть сформулированы следующим образом: рассмотреть..., продемонстрировать..., показать связь..., доказать..., раскрыть..., определить и т. п.

В основной части раскрывается суть изучаемой проблемы посредством последовательного рассмотрения отдельных вопросов: с помощью решения частных задач достигается цель, сформулированная во введении.

В решении частных задач можно действовать двумя основными методами: дедукции или индукции. В первом случае путь мышления ведет от общего к частному, т. е. от общих положений к частным суждениям. Во втором случае мышление двигается в направлении от частного к общему, т. е. от разрозненных, отдельных фактов к общим положениям. В реальной практике научного познания эти два метода взаимосвязаны. Применительно к курсовой работе последовательность решения задачи может выглядеть следующим образом:

постановка проблемы – изложение определенной точки зрения – аргументы, подтверждающие данную позицию – факты, иллюстрирующие эти аргументы, резюмирование рассуждений, выводы. Далее переход к решению другой задачи.

Рассматривая вопросы, являющиеся дискуссионными (спорными), желательно показать различные подходы в решении этих вопросов и определить свою позицию.

Основная часть должна быть разбита на параграфы (главы) в соответствии с поставленными задачами.

Заключение содержит основные выводы, историческую, научную, личную оценку описываемого явления или изучаемой проблемы. В заключение должны быть кратко, четко сформулированы ответы на вопросы, обозначенные во введении, показана практическая значимость проведенного исследования, намечены перспективы изучения поставленных задач. Согласно академической практике, введение и заключение пишутся после завершения основной части работы.

В тексте курсовой работы неизбежно придется ссылаться на используемые источники, приводить таблицы, факты и т.п. Оформление цитируемых источников имеет определенные правила. Так, автор работы на соответствующей странице обязан внизу сделать сноску с указанием названия источника, фамилии и инициалов его автора, места и года издания, а также страницы. Если речь идет о коллективной работе, следует указать фамилию и инициалы ответственного редактора. При этом каждая сноска нумеруется.

К работе следует приложить список использованных источников. Его также составляют с учетом определенных требований в соответствии с государственным стандартом.

Итак, повторим основные этапы работы:

1. Выбор темы и ее утверждение у научного руководителя.
2. Подбор литературы.
3. Составление плана.
4. Написание работы (сначала в черновом варианте, затем после обдумывания получившейся структуры, содержания, итогов исследования, внесения необходимых корректив – в окончательном варианте).
5. Проверка правильности оформления (титульного листа, оглавления, библиографического списка, ссылок в тексте, наличия полей в тексте, нумерации страниц).

Работа должна быть написана грамотно, аккуратно. Листы прочно скреплены.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ:

1. Курсовая работа должна включать в себя:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основную часть;
- заключение;
- список использованных источников.

В конце работы может быть приложение.

2. Все части курсовой работы должны быть логично связанными между собой, без резких переходов из одной в другую.

3. Введение к курсовой работе имеет ориентировочный объем 2-3 страницы и должно содержать **обоснование актуальности темы**, анализ состояния соответствующей проблемы, а также **цели и задачи предстоящего исследования**.

4. Титульный лист является первой страницей работы и оформляется по установленному в университете образцу. Он содержит следующую информацию:

- наименование вышестоящей организации, вуза, факультета, кафедры;

- тема курсовой работы;
- код и наименование направления (специальности);
- фамилия, имя, отчество обучающегося и наименование академической группы;
- фамилия, имя, отчество, ученая степень, должность научного руководителя;
- место и год выполнения курсовой работы (проекта).

5. Второй лист курсовой работы представляет собой ее содержание. Содержание курсовой работы (проекта) включает введение, наименование всех разделов (глав), пунктов, заключение, список источников и использованной литературы, наименование приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются соответствующие части курсовой работы.

6. **Во введении** раскрывается актуальность темы, её научная и практическая значимость, степень разработанности, формулируются цели и задачи исследования, а также характеризуются источники и материалы, использованные в процессе выполнения курсовой работы (проекта).

7. Основной текст курсовой работы следует делить на разделы (главы), которые в свою очередь делятся на пункты и при необходимости на подпункты. Каждый подпункт должен содержать логически законченную информацию. Как правило, основная часть состоит из теоретической и практической части. Пункты работы должны быть равнозначными по объему. **В основной части** раскрывается содержание курсовой работы, поэтому она должна содержать данные, отражающие существо, методику и основные результаты выполненного исследования:

- выбор направления исследования, включающий обоснование принятого направления исследования, метода решения задач и их сравнительную оценку, разработку общей методики исследования;
- теоретические и (или) экспериментальные исследования, включающие определение характера и содержания теоретических исследований, метода исследований;
- обобщения и оценку результатов исследования, включающие оценку полноты решения поставленной задачи и предложения по дальнейшим направлениям работ, оценку достоверности полученных результатов и их сравнение с аналогичными результатами отечественных и зарубежных работ.

7. **Заключение** должно содержать итоги работы: выводы, полученные в ходе исследования, разработку рекомендаций по конкретному использованию результатов курсовой работы (проекта). Заключение должно быть кратким, обстоятельным (приблизительный объем 1-2 страницы), а также соответствовать поставленным во введении задачам.

8. **В список использованных источников** обязательно включаются работы, на которые сделаны сноски по тексту. Вся использованная литература перечисляется в алфавитном порядке в соответствии с требованиями ГОСТ.7.1- 2003 и должна быть оформлена в соответствии с общими требованиями.

Работа представляется в сброшюрованном виде.

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

1. Ориентировочный объем курсовой работы 30-35 страниц текста.
2. Курсовая работа набирается на компьютере в текстовом редакторе Microsoft Word. Рекомендуется следующий вариант форматирования текста: шрифт – Times New Roman, размер - 14, междустрочный интервал - полуторный, выравнивание текста на странице — по ширине. Работа печатается на одной стороне листа формата А4 со следующими полями: левое — 30 мм, верхнее, нижнее - 20мм, правое -15 мм.
3. Введение, каждый пункт работы, заключение, а также библиографический список начинаются с отдельной страницы и снабжаются соответствующими заголовками или подзаголовками.
4. На последней странице курсовой работы, непосредственно под списком использованной литературы, указывается дата окончания работы и ставится личная подпись студента.
5. Курсовая работа оформляется в папке-скоросшивателе с прозрачной верхней обложкой.
6. Содержание работы должно соответствовать ее теме и плану.
7. Не следует необоснованно увеличивать их объем, останавливаясь на второстепенных, прямо не относящихся к теме исследования, аспектах. При формулировании собственных суждений следует избегать таких выражений, как «по моему мнению», «я думаю» и т.п., т.е. писать от первого лица.
8. При использовании в тексте цитат, норм правовых актов, заимствованных таблиц и схем следует руководствоваться правилами оформления сносок и ссылок на соответствующие источники. Ссылки на источники даются по тексту или в квадратных скобках, с указанием источника и страницы, например: [4,5], или же допускаются подстрочные ссылки по тексту работы.

Сноски имеют постраничную нумерацию, то есть первая сноска на каждой странице нумеруется цифрой 1. Печатание сносок с использованием сквозной нумерации в конце работы не допускается. Сноски печатаются на тех страницах, к которым относятся, и отделяются от основного текста чертой. В текстовом редакторе «Microsoft Word» сноска оформляется следующим образом: стиль шрифта «Times New Roman», размер: «10», междустрочный интервал: 1. Отступ абзаца по первой строке – 1 см, выравнивание – «по ширине».
9. Заимствование текста без ссылки на источник цитирования, т.е. плагиат, не допускается и является основанием для направления работы на доработку.

Если автор считает целесообразным в ходе раскрытия темы использовать табличную или схематическую форму изложения материала, то должен руководствоваться правилами оформления таблиц и схем. Таблицы и рисунки должны иметь наименование, нумерация сквозная.

10. Следует обратить внимание, что при использовании в работе статистического материала необходимо давать текстовое объяснение.

11. В конце работы автор может привести перечень условных обозначений, символов и специальных терминов только в том случае, если их общее число более 20 и каждое из них повторяется в тексте не менее трех раз.

12. Заголовки глав, параграфов, пунктов печатаются шрифтом с выделением «жирный», с выравниванием «по ширине» и с отступом абзаца указанного размера по первой строке. Точка в конце заголовка не ставится. В тексте работы запрещается использовать выделение «жирный» (кроме указанных заголовков), а также шрифт другого стиля.

13. В работе используется сквозная нумерация страниц. Титульный лист считается первым, но не нумеруется. Нумерация страниц начинается с третьего листа работы – введения. Нумерация страниц - снизу, по центру.

15. Работа должна быть выполнена грамотно и аккуратно, с обязательным соблюдением рекомендуемых правил и требований. Не допускаются произвольные сокращения слов, исправления и зачеркивания. Грамматические и стилистические ошибки снижают уровень оценки работы. Нарушение правил оформления работы является основанием для направления работы на доработку.