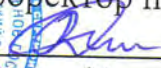


Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»



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

Рабочая программа дисциплины
Диагностика клиента сервиса

по профессионально-образовательной программе направление 43.03.01
"Сервис"

Квалификация

Бакалавр

Ростов-на-Дону
2018 г.

Антикризисное и корпоративное управление

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	17,3			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	32	32	32	32
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	18	18	18	18
Итого	72	72	72	72

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

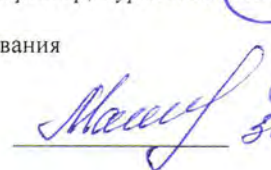
Зав. кафедрой д.э.н., профессор Мишурова И.В.

 25.05.18

Методическим советом направления д.э.н., профессор, Суржиков 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

Антикризисное и корпоративное управление

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

Программу составил *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

Антикризисное и корпоративное управление

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

Программу составил *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

Антикризисное и корпоративное управление

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

Программу составил *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

Антикризисное и корпоративное управление

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

Программу составил *к.с.н., доцент, Комарова С.Н.* _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Цели: формирование у обучающихся знаний по проблемам этики и психологии взаимоотношений, возникающих в профессиональной деятельности специалиста в сфере сервиса. Способствовать формированию у обучающихся адекватных психологических и нравственных качеств как необходимых условий для их дальнейшей профессиональной деятельности. Получение навыков диагностики клиентов и клиентской среды сервисных предприятий.
1.2	Задачи: освоение базовых знаний по психологии и этики для организации и развития клиентурных отношений на предприятиях сферы сервиса; понимание природы конфликта и путей его благоприятного разрешения; освоение технологий, способов актуализации и реализации намерений личности в процессе межсубъектного взаимодействия; выработать навыки анализа потребительского спроса; изучение и приобретение навыков использования методов и инструментов диагностики клиентской среды; разработка процессов сервиса, соответствующих запросам потребителей

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ООП:	ФТД.В
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	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности
2.1.4	Обычаи и традиции народов мира
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Гостиничное обслуживание
2.2.2	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
2.2.3	Бизнес-коммуникации в сервисе
2.2.4	Ресторанное обслуживание

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
ПК-2: готовностью к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства	
Знать:	
сущность производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса и подходы к ее планированию, понятие "конъюнктуры рынка" и "спрос потребителя"	
Уметь:	
проводит анализ конъюнктуры рынка и спроса потребителя с целью дальнейшего планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия	
Владеть:	
методами оценки производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса и способы анализа конъюнктуры рынка и спроса потребителя с целью дальнейшего планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса, в том числе с учетом социальной политики государства	
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-10: готовностью к проведению экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса	
Знать:	
основные критерии экспертизы объектов сервиса и специфику диагностики объектов сервиса	
Уметь:	

использовать различные инструменты диагностики и экспертизы объектов сервиса
Владеть:
различными инструментами и методами проведения экспертизы или диагностики объектов сервиса

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Интер акт.	Примечание
	Раздел 1. «Психодиагностическое поле клиента сервиса»						
1.1	«Потребности, мотивы и интересы потребителя услуг»: психологическая диагностика клиента; парадигма маркетинга отношений; мотивационные особенности клиента сервиса; виды потребностей; типы (категории) потребностей и интересов. /Лек/	3	2	ПК-4	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	2	
1.2	Мини-кейс: Определение психотипа клиента по методике Майерс-Брикс. Цели: Ознакомление студентов с четырьмя основными психотипами личности; выявление основных мотиваторов каждого типа для определения стратегии общения с клиентами социально-культурного сервиса; определение особенностей восприятия «картинки мира» в соответствии с принадлежностью к одной из 4х групп. /Пр/	3	4	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Э1	4	
1.3	«Личностные особенности клиента»: анализ покупательского поведения; отличительные свойства личности - типы личности; определение личностных факторов клиента сервиса /Лек/	3	2	ПК-2 ПК-4	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Э1	2	
1.4	Технология проведения диагностики личности клиента. Методы и способы определения типа личности. Подходы к анализу личностных факторов клиента сервиса. Методики оценки клиентов в сервисе /Пр/	3	4	ПК-4 ПК-10	Л1.3 Л1.4 Л2.1	4	
1.5	1. Типы личности по особенностям восприятия. Определение особенностей восприятия. 2. Морфологические признаки клиента как характеристика его психических свойств. 3. Атрибуты внешности клиента как выражение его психического склада. 4. Типология личности в психометрическом подходе /Ср/	3	4	ПК-2 ПК-4 ПК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Э1	0	
	Раздел 2. «Коммуникативные умения специалиста сферы сервиса и туризма»						

2.1	Составляющие коммуникации»: глазные сигналы доступа; голос как источник информации; пантомимика; невербальные проявления эмоционального состояния собеседника; основные телесные сигналы функционально- эмоционального состояния человека; активная позиция, готовность к действию; положительные эмоциональные реакции: настрой на активное общение, положительная оценка высказываний партнера; концентрация на собственных мыслях; критическая оценка, ожидание, удивление; отрицательные эмоциональные реакции: слабая пассивная реакция, сильная пассивная реакция, активная реакция; маскируемое поведение. /Лек/	3	2	ПК-4 ПК-10	Л1.2 Л1.4 Л2.1 Л2.3 Э1	2	
2.2	«Содержание и разновидности внешнего облика человека» 1. Мобилизация как состояние готовности к предстоящим действиям. 2. Эмоциональное состояние; мимика, жесты, выражение глаз. 3. Проблема правильного распознавания индивидуальных особенностей и психологического состояния человека. 4. Сбор информации о клиенте. 5. Типология личности по особенностям восприятия. /Пр/	3	4	ПК-4 ПК-10	Л1.2 Л1.3 Л2.1 Э1	2	
2.3	«Пути развития коммуникативной компетентности специалиста»: общение как функциональная категория; коммуникативная компетентность как способность устанавливать и поддерживать необходимое общение с другими людьми; гармонизация компетентного общения; формирование коммуникативных умений. /Лек/	3	2	ПК-4 ПК-10	Л1.2 Л2.1 Л2.2 Э1	2	
2.4	«Тренинг формирования коммуникативных умений и навыков». Цель: Сформировать у студентов навыки уверенности в себе и компетентности в излагаемой информации при общении с клиентами. Обучить коммуникативным технологиям, формирующим лояльность клиентов. /Пр/	3	4	ПК-4 ПК-10	Л1.2 Л2.1 Л2.2 Э1	2	
2.5	«Диагностика работы «контактной зоны»: клиенториентированность»: клиенториентированность как основной принцип деятельности компаний социально - культурного сервиса; проекты, направленные на определение и удовлетворение потребностей клиентов: формирование базы клиентов, внедрение программ для повышения их лояльности, предоставление сопровождающих услуг, организация работы call-центров и другое. /Лек/	3	2	ПК-10	Л1.3 Л2.1 Э1	0	

2.6	«Технология проведения диагностики работы «контактной зоны». Освоение методики диагностики "контактной зоны", Экспертиза и оценка "контактной зоны". Разработка проектов, направленных на определение и удовлетворение потребностей клиентов, повышения их лояльности /Пр/	3	4	ПК-10	Л1.3 Л2.1 Э1	4	
2.7	1. Особенности национальных стилей невербального общения в Европе и Америке. 2. Национальные стили невербального поведения в странах Азии. 3. Методы улучшения навыков невербального общения. 4. Психологические основы взаимодействия с клиентом. 5. Метод «Тайный покупатель» /Ср/	3	4	ПК-2 ПК-4	Л1.1 Л1.3 Л2.1 Э1	0	
	Раздел 3. «Этика и психология сервисной деятельности. Организация обслуживания потребителей»						
3.1	«Содержание и разновидности внешнего облика сотрудника и клиента»: мобилизация как состояние готовности к предстоящим действиям; эмоциональное состояние; проблема правильного распознавания индивидуальных особенностей и психологического состояния человека; сбор информации о клиенте; атрибуты внешности клиента; типология личности по особенностям восприятия; определение типа восприятия; основные признаки телесной конституции и особенности речи людей с характерами разных типов; морфологические признаки клиента как характеристика его психических свойств. /Лек/	3	2	ПК-4 ПК-10	Л1.2 Л1.4 Л2.1 Э1	0	
3.2	«Содержание и разновидности внешнего облика сотрудника и клиента»: сбор информации о клиенте; атрибуты внешности клиента; типология личности по особенностям восприятия; определение типа восприятия; основные признаки телесной конституции и особенности речи людей с характерами разных типов; морфологические признаки клиента как характеристика его психических свойств. Практическое задание «Внедрение инновации». Цели: выявить перспективы внедрения в практику работы благотворительного центра новой услуги «Уроки танцев». /Пр/	3	4	ПК-4 ПК-10	Л1.2 Л2.1 Э1	2	

3.3	«Поведение человека как проявление отношения к чему-либо или к кому-либо»: внутреннее и внешнее поведение; поведение продавца услуг как способ воздействия на клиента; выражения глаз и типы взгляда клиента и турагента в их отношениях и позициях; психологические основы взаимодействия с клиентом; расстояние между собеседниками; пунктуальность; типы поведения и возможные ошибки туроператора. /Лек/	3	2	ПК-4	Л1.2 Л2.1 Э1	0	
3.4	«Поведение человека как проявление отношения к чему-либо или к кому-либо»: внутреннее и внешнее поведение; поведение продавца услуг как способ воздействия на клиента; типы поведения и возможные ошибки туроператора. Разбор конкретных ситуаций /Пр/	3	4	ПК-4 ПК-10	Л1.2 Л2.1 Э1	2	
3.5	«Поведение в процессе взаимодействия специалиста по сервису»: установление и развитие отношений с клиентом; создание атмосферы аттракции; коммуникативные основы профессионализма специалиста сервиса; методы общения с клиентами; удовлетворение потребностей клиента; схема убеждения; правила убеждения /Лек/	3	2	ПК-2 ПК-10	Л1.2 Л2.1 Э1	0	
3.6	«Поведение в процессе взаимодействия специалиста по сервису»: установление и развитие отношений с клиентом; создание атмосферы аттракции; коммуникативные основы профессионализма специалиста сервиса Деловая игра «Слепой гонщик». Деловая игра «Два капитана». /Пр/	3	4	ПК-2 ПК-10	Л1.2 Л2.1 Л2.2 Э1	2	
3.7	1. Психологические основы взаимодействия с клиентом. 2. Социально-перцептивная компетентность турагента (туроператора). 3. Психология продаж как составная часть технологии реализации турпродукта. Техника презентации турпродукта в прямом контакте. 4. Культура и этика туроператора (турагента) и сотрудника индустрии гостеприимства. /Ср/	3	6	ПК-4	Л1.2 Л1.3 Л2.1 Э1	0	
	Раздел 4. «Конфликтология в обслуживании клиентов в сфере сервиса»						

4.1	«Психологический конфликт и пути его благоприятного разрешения»: введение в конфликтологию: элементы теории; поведение личности в конфликте; основные модели поведения в конфликте; типы конфликтных личностей; самодиагностика конфликтности личности; стратегии поведения в конфликте; технологии регулирования конфликтов; оценка глубины конфликта; алгоритм деятельности в процессе управления конфликтами; эффективное общение и рациональное поведение в конфликте; внутриличностные конфликты: понятие, основные психологические концепции, классификация, формы проявления и способы разрешения. /Лек/	3	2	ПК-4 ПК-10	Л1.2 Л1.3 Л2.1 Э1	0	
4.2	«Психологический конфликт и пути его благоприятного разрешения» Краткие эссе, дальнейшее обсуждение и дискуссия по следующим вопросам: 1. Поведение личности в конфликте 2. Типы конфликтных личностей. 3. Стратегии поведения в конфликте. 4. Технологии регулирования конфликтов. 5. Оценка глубины конфликта. Алгоритм деятельности в процессе управления конфликтами. 6. Эффективное общение и рациональное поведение в конфликте. 7. Внутриличностные конфликты. /Пр/	3	4	ПК-4 ПК-10	Л1.2 Л1.3 Л2.1 Э1	2	
4.3	1. Современное состояние исследований проблем конфликта в сфере сервиса. 2. Конфликт в контексте традиционных психологических теорий. 3. Половозрастная специфика конфликта. 4. Жалобы гостей и конфликты с ними. /Ср/	3	4	ПК-4 ПК-10	Л1.3 Л2.1 Л2.3 Э1	0	
4.4	/Зачёт/	3	0	ПК-2 ПК-4 ПК-10	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к зачету:

1. Психологическая диагностика клиента.
2. Парадигма маркетинга отношений в сфере сервиса.
3. Мотивационные особенности клиента сервиса.
4. Виды потребностей и типы (категории) потребностей и интересов.
5. Анализ покупательского поведения.
6. Отличительные свойства личности - типы личности.
7. Определение личностных факторов клиента сервиса.
8. Глазные сигналы доступа.
9. Голос как источник информации.

10. Пантомимика. Основные телесные сигналы функционально-эмоционального состояния клиента сервиса.
11. Общение как функциональная категория в работе специалиста в сфере сервиса.
12. Коммуникативная компетентность как способность устанавливать и поддерживать необходимое общение с клиентами сервиса.
13. Способы формирования коммуникативных умений.
14. Клиенториентированность как основной принцип деятельности компаний социально - культурного сервиса.
15. Правила делового этикета в общении с клиентом.
16. Проекты, направленные на определение и удовлетворение потребностей клиентов: формирование базы клиентов, внедрение программ для повышения их лояльности, предоставление сопровождающих услуг, организация работы call-центров и другое.
17. Проблема правильного распознавания индивидуальных особенностей и психологического состояния клиента.
18. Сбор информации о клиенте. Атрибуты внешности клиента.
19. Типология личности клиента по особенностям восприятия и определение типа восприятия.
20. Типология личности клиента в психометрическом подходе.
21. Основные признаки телесной конституции и особенности речи клиентов с характерами разных типов.
22. Морфологические признаки клиента как характеристика его психических свойств.
23. Внутреннее (система взглядов, убеждений и т.д.) и внешнее (мимика, жесты, поза, походка, осанка, речь) поведение клиента сервиса.
24. Поведение продавца услуг как способ воздействия на клиента.
25. Психологические основы взаимодействия с клиентом.
26. Установление и развитие отношений с клиентом. Создание атмосферы аттракции.
27. Методы общения с клиентами с целью удовлетворения потребностей клиента.
28. Схема и правила убеждения клиента.
29. Понятие «конфликт». Поведение личности в конфликте.
30. Основные модели поведения в конфликте.
31. Типы конфликтных личностей.
32. Стратегии поведения специалиста сервиса в конфликте и технологии регулирования конфликтов.
33. Алгоритм деятельности в процессе управления конфликтами. Эффективное общение и рациональное поведение в конфликте

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,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Ратников В. П.	Конфликтология: учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. экономики и упр. и гуманитарно-соц. спец.	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013	50
Л1.2	Алешина И. В.	Поведение потребителей: учеб.	М.: Экономистъ, 2006	119
Л1.3	Мишурова И. В.	Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие	Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2013	33
Л1.4	Федько Н. Г., Федько В. П.	Поведение потребителей: Учеб. пособие	Ростов н/Д: Феникс, 2001	211
Л1.5	Сбоева И. А.	Поведение потребителей: учебное пособие http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483710	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	Еремина Т. И.	Визуальная психодиагностика: экспресс- методы идентификации личности по внешности, мимике и жестам	Ростов н/Д: Феникс, 2012	20
Л2.2	Самыгин С. И., Руденко А. М.	Деловое общение: учеб. пособие для студентов ВПО, обучающихся по спец. "Менеджмент"	М.: КНОРУС, 2013	20
Л2.3	Садохин А. П.	Сервисология: человек и его потребности: учеб. пособие	М.: Омега-Л, 2010	70

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Хинканина А. Л. Психодиагностика: учебное пособие/ Хинканина А. Л. - Йош -кар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2016 г.-80с. ISBN: 978-5-8158-1738-8 http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459524
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» 05 2018 г.
Зав.кафедрой  Мишурова И.В.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

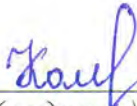
Диагностика клиента сервиса
(наименование дисциплины)

43.03.01 «Сервис»

Уровень образования

бакалавриат

Составитель


(подпись)

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

Ростов-на-Дону, 2018

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
ПК-2: готовность к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства			
3. сущность производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса и подходы к ее планированию, понятие "конъюнктура рынка" и "спрос потребителя"	подготовка ответов к занятиям по пройденным темам лекций, поиск дополнительной информации к изученному материалу; поиск и сбор необходимой информации для дополнительных вопросов к темам и выполнения заданий практического занятия	полнота и содержательность ответа; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы; умение приводить примеры	<i>ДИ - деловая игра</i> <i>Р - реферат</i> <i>СЗ - кейс, ситуационное задание, Т-тест</i>
У. проводит анализ конъюнктуры рынка и спроса потребителя с целью дальнейшего планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия	Умение осуществлять поиск и сбор необходимой информации для выполнения задания, с использованием различных баз данных; Уметь обрабатывать полученную информацию с целью дальнейшего планирования	соответствие проблеме исследования; полнота и содержание ответа; целенаправленность поиска и отбора; умение отстаивать свою позицию	<i>ДИ - деловая игра</i> <i>Р - реферат</i> <i>СЗ - кейс, ситуационное задание, Т-тест</i>

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
ПК-2: готовность к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства			
3. сущность производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса и подходы к ее планированию, понятие "конъюнктура рынка" и "спрос потребителя"	подготовка ответов к занятиям по пройденным темам лекций, поиск дополнительной информации к изученному материалу; поиск и сбор необходимой информации для дополнительных вопросов к темам и выполнения заданий практического занятия	полнота и содержательность ответа; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы; умение приводить примеры	ДИ - деловая игра Р - реферат СЗ - кейс, ситуационное задание, Т-тест
У. проводит анализ конъюнктуры рынка и спроса потребителя с целью дальнейшего планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия	Умение осуществлять поиск и сбор необходимой информации для выполнения задания, с использованием различных баз данных; Уметь обрабатывать полученную информацию с целью дальнейшего планирования	соответствие проблеме исследования; полнота и содержание ответа; целенаправленность поиска и отбора; умение отстаивать свою позицию	ДИ - деловая игра Р - реферат СЗ - кейс, ситуационное задание, Т-тест

	производственно-хозяйственной деятельности предприятия		
В. методами оценки производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса и способы анализа конъюнктуры рынка и спроса потребителя с целью дальнейшего планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса, в том числе с учетом социальной политики государства	Применять различные подходы и методы для решения поставленных задач, демонстрировать навыки оценки и анализа	Целенаправленность и поиск необходимой информации; выполнение заданий в полном объеме; умение отстаивать свою позицию при защите полученных результатов	ДИ - деловая игра Р - реферат СЗ - кейс, ситуационное задание, Т-тест
ПК-4: готовность к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов			
3. сущность, значение и методы исследования социально-психологических особенностей потребителя в процессе осуществления сервисной деятельности и способы	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	полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	ДИ - деловая игра Р - реферат СЗ - кейс, ситуационное задание, Т-тест

У. организовывать и проводить, осуществлять сбор и обработку полученных результатов в ходе проведенных исследований особенностей потребителей в процессе осуществления сервисной деятельности	подготовка ответов к практическим занятиям; поиск и сбор необходимой информации	соответствие проблеме исследования; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; целенаправленность поиска и отбор необходимой информации	<i>ДИ - деловая игра Р - реферат СЗ - кейс, ситуационное задание, Т-тест</i>
В. инструментарием и способами обработки для проведения исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов, основные психологические – индивидуально-типологические и личностные особенности потребителя в процессе сервисной деятельности	Продемонстрировать знания и навыки при решении поставленных задач практического занятия	Целенаправленность и поиск необходимой информации; выполнение заданий в полном объеме; умение отстаивать свою позицию при защите полученных результатов	<i>ДИ - деловая игра Р - реферат СЗ - кейс, ситуационное задание, Т-тест</i>
ПК-10: готовность к проведению экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса			
3. основы, инструменты и методику экспертизы объектов сервиса и специфику диагностики объектов сервиса	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,	полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы,	<i>ДИ - деловая игра Р - реферат СЗ - кейс, ситуационное задание, Т-тест</i>

	использование различных баз данных, использование современных информационно - коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов	сведениям из информационных ресурсов Интернет	
У. планировать и проводить мероприятия, направленные на диагностику объектов сервиса и осуществлять контроль	подготовка ответов к практическим занятиям; поиск и сбор необходимой информации для выполнения задания	соответствие проблеме исследования; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; целенаправленность поиска и отбор необходимой информации	<i>ДИ - деловая игра Р - реферат СЗ - кейс, ситуационное задание, Т-тест</i>
В. навыками организации проведения экспертизы и диагностики объектов сервиса, обобщения результатов проведенной экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса	Продемонстрировать знания и навыки при решении поставленных задач практического занятия	Целенаправленность и поиск необходимой информации; выполнение заданий в полном объеме; умение отстаивать свою позицию при защите полученных результатов	<i>ДИ - деловая игра Р - реферат СЗ - кейс, ситуационное задание, Т-тест</i>

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)

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

Вопросы к зачету по дисциплине «Диагностика клиента сервиса»

1. Психологическая диагностика клиента.
2. Парадигма маркетинга отношений в сфере сервиса.
3. Мотивационные особенности клиента сервиса.
4. Виды потребностей и типы (категории) потребностей и интересов.
5. Анализ покупательского поведения.
6. Отличительные свойства личности - типы личности.
7. Определение личностных факторов клиента сервиса.
8. Глазные сигналы доступа.
9. Голос как источник информации.
10. Пантомимика. Основные телесные сигналы функционально-эмоционального состояния клиента сервиса.
11. Общение как функциональная категория в работе специалиста в сфере сервиса.
12. Коммуникативная компетентность как способность устанавливать и поддерживать необходимое общение с клиентами сервиса.
13. Способы формирования коммуникативных умений.
14. Клиентоориентированность как основной принцип деятельности компаний социально - культурного сервиса.
15. Правила делового этикета в общении с клиентом.
16. Проекты, направленные на определение и удовлетворение потребностей клиентов: формирование базы клиентов, внедрение программ для повышения их лояльности, предоставление сопровождающих услуг, организация работы call-центров и другое.
17. Проблема правильного распознавания индивидуальных особенностей и психологического состояния клиента.
18. Сбор информации о клиенте. Атрибуты внешности клиента.
19. Типология личности клиента по особенностям восприятия и определение типа восприятия.
20. Типология личности клиента в психогеометрическом подходе.
21. Основные признаки телесной конституции и особенности речи клиентов с характерами разных типов.
22. Морфологические признаки клиента как характеристика его психических свойств.
23. Внутреннее (система взглядов, убеждений и т.д.) и внешнее (мимика, жесты, поза, походка, осанка, речь) поведение клиента сервиса.
24. Поведение продавца услуг как способ воздействия на клиента.
25. Психологические основы взаимодействия с клиентом.
26. Установление и развитие отношений с клиентом. Создание атмосферы аттракции.
27. Методы общения с клиентами с целью удовлетворения потребностей клиента.
28. Схема и правила убеждения клиента.
29. Понятие «конфликт». Поведение личности в конфликте.

30. Основные модели поведения в конфликте.
31. Типы конфликтных личностей.
32. Стратегии поведения специалиста сервиса в конфликте и технологии регулирования конфликтов.
33. Алгоритм деятельности в процессе управления конфликтами. Эффективное общение и рациональное поведение в конфликте

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

Тесты письменные

по дисциплине **Диагностика клиента сервиса**

По модулю 1 «Психодиагностическое поле клиента сервиса»

Тест к модулю №1

1. Неоднородность поведения, противоречивость мимики, жестов, высказываний обычно отражают:
 - а) психологическую защиту личности;
 - б) реальное отношение к ситуации;
 - в) физиологическое состояние;
 - г) воздействие физических факторов (жары, холода, яркого света).
2. Функциональная зона (область) слуховой информации расположена:
 - а) в углах глазниц;
 - б) в верхней части глазного яблока;
 - в) в нижней части глазного яблока;
 - г) в центральной части глазного яблока.
3. Смещение взора к наружному краю глазного яблока указывает на:
 - а) припоминание слухового образа;
 - б) конструирование слухового образа;
 - в) припоминание зрительного образа;
 - г) конструирование зрительного образа;
 - д) припоминание или сосредоточенность на телесных ощущениях.
4. Активная отрицательная эмоциональная реакция сопровождается:
 - а) медленным расхаживанием взад-вперед с фиксированным положением рук (с закладыванием их за спину или в карманы);
 - б) общим замедлением жестикуляции;
 - в) внимательным, твердым взглядом на собеседника;
 - г) наклоном тела к собеседнику;
 - д) отрывистой речью, напором в голосе, внезапными изменениями громкости.
5. Положительная активная позиция, готовность к действию характеризуется:
 - а) опусканием ресниц;
 - б) сильным глубоким дыханием с небольшим раздуванием ноздрей;
 - в) потиранием ладоней;
 - г) горизонтальными складками на лбу;
 - д) разворотом ступней ног носками друг к другу (легкая «косопалость»).
6. Положительная оценка высказываний партнера характеризуется:
 - а) относительным расслаблением тела, общей направленностью его и отдельных частей к собеседнику, легкими движениями головы и лица;
 - б) сцепленными в «замок» руками;
 - в) указательный палец вытянут вертикально.

7. Положительный настрой на активное общение характеризуется:
- а) раскачиванием на стуле;
 - б) ладони открыты навстречу партнеру и движутся вперед и вверх-вниз;
 - в) насвистыванием какой-либо мелодии;
 - г) руки засунуты в карманы или скрещены перед грудью.
8. Отрицательная эмоциональная реакция характеризуется:
- а) усиленным и неравномерным морганием;
 - б) ритмичными движениями рук, ступней, пальцев (постукиванием по столу, вращением больших пальцев при переплетении остальных в замок);
 - в) речью с усиленными, но не грубыми интонациями;
 - г) спокойным выражением лица, глаза при этом слегка сощурены.
9. Концентрация на собственных мыслях характеризуется:
- а) «остановившимся» взглядом;
 - б) горизонтальными складками на лбу;
 - в) «блуждающим» взглядом;
 - г) в положении сидя обе ноги упираются в пол.
10. Слабая пассивная отрицательная реакция характеризуется:
- а) прямой посадкой без опоры на спинку стула;
 - б) скукой, потерей интереса;
 - в) демонстративным закладыванием рук за спину, заведением поднятых рук за голову;
 - г) повернутыми вовнутрь ладонями, кисти рук совершают медленные движения наружу-вниз.

Тест к модулю № 3:

1. Сильная пассивная отрицательная реакция характеризуется:
- а) частой сменой опорной ноги, перемином с ноги на ногу;
 - б) «пустым» взглядом в пространство, глаза при этом могут быть широко открыты;
 - в) отрывистой речью с внезапным изменением громкости;
 - г) прямым и холодным взглядом, глаза при этом «уперты» в собеседника;
 - д) неясной, замедленной речью.
2. Активная отрицательная эмоциональная реакция характеризуется:
- а) напряженностью рта, прикусыванием губ и языка;
 - б) загораживанием портфелем, книгой, газетой;
 - в) вертикальными движениями ладонью;
 - г) отсутствующим выражением лица;
 - д) живот выпячен вперед, плечи развернуты, голова поднята вверх.
3. При конформистской модели поведения личности в конфликте проявляется:
- а) негативная оценка личности партнера;
 - б) лаконичность и немногословие;
 - в) непоследовательность в суждениях и оценках.
4. Для стратегии поведения сотрудничества в конфликте свойственно:
- а) низкий уровень направленности на личные интересы и интересы соперника;
 - б) ценность межличностных отношений;
 - в) стремление уйти от конфликта;
 - г) баланс интересов сторон конфликта.

5. Неуправляемому типу конфликтной личности свойственно:

- а) высокий уровень притязаний;
- б) подозрительность;
- в) недостаточно развитая способность соотносить свои поступки с целями и обстоятельствами;
- г) повышенные требования к себе и окружающим;
- д) отсутствие склонности глубоко задумываться над последствиями своих поступков и причинами поступков окружающих.

6. Ригидному типу конфликтной личности свойственно:

- а) избегание кропотливой, систематической работы;
- б) неустойчивость в оценках и мнениях;
- в) импульсивность, недостаточный самоконтроль;
- г) обидчивость, повышенная чувствительность по отношению к мнимой и действительной несправедливости.

7. Сверхточному типу конфликтной личности свойственно:

- а) недостаточное развитие способности чувствовать реальные взаимоотношения в группе;
- б) легкая внушаемость;
- в) желание быть в центре внимания;
- г) неспособность извлечь пользу из прошлого опыта.

8. Демонстративному типу конфликтной личности свойственно:

- а) прямолинейность, агрессивность;
- б) недостаток силы воли;
- в) комфортное ощущение себя в конфликтной ситуации;
- г) скрупулезное отношение к работе.

9. Бесконфликтному типу личности в конфликте свойственно:

- а) подозрительность, обидчивость;
- б) ситуативное планирование деятельности;
- в) недостаточное видение перспективы;
- г) требуется подтверждение собственной значимости.

10. Для информационной технологии регулирования конфликта характерно:

- а) обеспечение эффективного общения;
- б) решение кадровых вопросов.

11. Для коммуникативной технологии регулирования конфликта характерно:

- а) снижение социальной направленности и укрепление социально-психологического климата в коллективе;
- б) ликвидация дефицита информации в конфликте;
- в) организация общения между субъектами конфликтного взаимодействия и их сторонами.

12. Для социально-психологической технологии регулирования конфликта характерно:

- а) исключение ложной информации, устранение слухов;
- б) работа с неформальными лидерами и микрогруппами;
- в) изменение условий взаимодействия сотрудников.

13. Для организационной технологии регулирования конфликта характерно:
- а) использование методов поощрения и наказания;
 - б) снижение социальной напряженности;
 - в) обеспечение эффективного общения.
14. Какой подход к решению конфликта характерен для игрового управления:
- а) силовое решение;
 - б) отказ;
 - в) компромисс;
 - г) поиск взаимовыгодных вариантов.
15. Предпосылки для решения конфликта:
- а) достаточная зрелость конфликта;
 - б) сокрытие и манипулирование информацией;
 - в) принятие решений в краткосрочной перспективе.
16. Целесообразные способы управления конфликтом:
- а) стимулирование конфликта;
 - б) перераспределение функциональных обязанностей;
 - в) работа с лидерами в микрогруппах;
 - г) стремление к одностороннему выигрышу.
17. Особенности внутриличностного конфликта:
- а) латентность, неосознанность;
 - б) наличие субъектов конфликтного взаимодействия в лице отдельных личностей или групп;
 - в) протекание в форме тяжелых переживаний (страха, стресса, депрессии).
18. В общении с клиентом по телефону оптимально:
- а) быстрый темп речи;
 - б) неторопливый, ровный, уверенный голос;
 - в) низкий тон голоса;
 - г) высокий тон голоса;
 - д) предпочтительнее положение стоя;
 - е) предпочтительнее положение сидя.
19. В речи при общении с клиентом предпочтительнее:
- а) использовать действительный залог;
 - б) использовать страдательный залог;
 - в) задавать закрытые вопросы;
 - г) повторять ключевые фразы собеседника.
20. В разговоре с требовательным клиентом следует:
- а) использовать закрытые вопросы;
 - б) быть настойчивее клиента;
 - в) предложить план действий и не поддаваться настроению клиента.

2. Инструкция по выполнению

Тест является простейшей формой контроля, направленной на владение терминологическим аппаратом, современными и информационными технологиями и конкретными знаниями в области дисциплины.

Тестовые задания рассчитаны на самостоятельную работу, без использования вспомогательных материалов. Для выполнения теста прежде всего следует прочитать поставленный вопрос. После ознакомления с вопросом следует прочитать предполагаемые ответы. Необходимо прочитать все варианты и выбрать правильные, соответствующие ответу. На выполнение теста отводится ограниченное время. Оно может варьироваться в зависимости от уровня тестируемых, сложности и объема теста. Как правило, время выполнения тестового задания варьируется от 30 сек до 1,5 минуты на один вопрос.

В каждом задании надо выбрать 1 правильный ответ из предлагаемых вариантов. Исправления возможны по согласованию с преподавателем.

3. Критерии оценки:

10-9 баллов отлично – если обучающийся ответил правильно на 100-90% заданий теста;

8 - 7 баллов хорошо – если обучающийся ответил на 80-70 % заданий теста

6-5 баллов удовлетворительно – если обучающийся ответил на 60-50% заданий теста;

0 баллов - оценка неудовлетворительно если менее 50%,

Составитель _____ С.Н. Комарова
(подпись)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Оформление задания для деловой (ролевой) игры

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)

Деловая (ролевая) игра

по дисциплине Диагностика клиента сервиса

Деловая игра «Здравствуйте!»

1 Тема (проблема, ситуация): « Организация обслуживания потребителей в контактной зоне и способы разрешение конфликтов»

2 Концепция игры

Объект имитации в игре — набор достаточно часто встречающихся, типичных ситуаций, связанных с процессом межличностного общения, с разрешением производственных конфликтов, которые сопровождают работу в контактной зоне сервисного предприятия и имеют разные последствия в зависимости от способов их разрешения.

Цель игры — научиться просчитывать ситуацию, видеть не только ближайшие последствия, но и отнесенные во времени.

Игровые цели:

- профессионально сыграть заданную роль.

Образовательные цели:

- проверить усвоение знаний по нескольким смежным учебным дисциплинам с помощью контрольных параметров.

Социальные:

- участие в деловой дискуссии;
- приобретение навыка аргументированно отстаивать свое мнение.

В результате имитационного моделирования производственных ситуаций эксперты могут признать правомерность поведения и требования заказчиков или компетентность и профессиональное поведение представителей предприятия. По количеству набранных баллов оценивается общий командный итог игры.

3 Роли:

В игре имитируется поведение двух групп участников, условно названных «сервисная фирма» и «заказчики». Каждая из групп аргументированно доказывает свое преобладающее право в соответствующей игровой ситуации.

Имитация максимально приближена к реальной деятельности хозяйствующих субъектов, так как основой игрового анализа служат данные реально существующих предприятий.

Объектом имитации выступают практически все должностные обязанности и профессиональные умения сотрудников контактной зоны и руководителей сервисной фирмы.

4. Ожидаемый результат:

Развитие профессиональных умений и получения навыков:

- правильно разграничить соответствующие участки контактной зоны;
- применять соответствующие ситуации способы погашения, ухода или разрешения конфликтной ситуации;
- использовать соответствующие ситуации модели поведения работников сервисного предприятия в соответствии с требованиями профессиональной этики;
- выделить соответствующий негативный тип заказчика и нейтрализовать его деструктивное поведение.

5. Программа проведения и/или методические рекомендации по подготовке и проведению

Предлагаемый хронометраж игры выглядит следующим образом.

Подготовительный этап — 30 мин:

- а) выбор экспертов — 2 мин;
- б) распределение участников по игровым группам — 3 мин;
- в) жеребьевка игровых установок в группах — 3 мин;
- г) выдача игровых установок и исходных данных — 12 мин;
- д) распределение ролей в группах — 10 мин.

Основной этап — 110 мин.

Часть 1. Подготовка и обоснование поведения в игровой ситуации — 40 мин:

- а) ситуация 1 — «Прием заказа на чистку пальто»;
- б) ситуация 2 — «Прием претензии по срокам проведения примерки изделия в ателье индивидуального пошива»;

- в) ситуация 3 — «Семейный обед в кафе»;
- г) ситуация 4 — «Упаковка покупки в магазине»;
- д) ситуация 5 — «Оформление проката туристической палатки».

Часть 2. Последовательная игровая имитация производственных ситуаций — 70 мин:

- а) ситуация 1 — «Прием заказа на чистку пальто»;
- б) ситуация 2 — «Прием претензии по срокам проведения примерки изделия в ателье индивидуального пошива»;

- в) ситуация 3 — «Семейный обед в кафе»;
- г) ситуация 4 — «Упаковка покупки в магазине»;
- д) ситуация 5 — «Оформление проката туристической палатки».

Заключительный этап — анализ результатов игры — 40 мин:

- а) подготовка выступления, выработка мнений экспертов 10 мин;
- б) выступление экспертов — 7 мин;
- в) самооценка игроков — 13 мин;
- г) выступление преподавателей — 7 мин;
- д) заключение — 3 мин.

Процедуре и содержанию деловой игры присущи следующие конфликты:

- представителей сервисной организации и представителя группы клиентов — конфликт, выраженный в названии игры и формирующий позиции игроков;
- согласия/несогласия (выработки общей оценочной позиции) внутри каждой игровой группы;
- внутриличностный каждого игрока (ролевой конфликт).

Игра идет на двух планах.

На первом плане разворачивается *реальный (производственный)* конфликт, в котором сервисная организация и заказчики реализуют свои профессионально-социальные установки. Его кульминационная точка — завершение конфликта.

На втором плане происходит *игровой* конфликт, в котором ищут решения: с какой интонацией и невербальным подкреплением в каждом случае следует приветствовать клиента.

Основная задача подготовительного этапа - настроить студентов на игру, декларировать ее цели, объяснить ее ход и последовательность. При выборе экспертов целесообразно на эту роль предлагать самых сильных студентов группы и дополнить экспертную группу преподавателем.

При распределении участников игры можно прибегнуть к методам простейшей (и скорейшей) группировки: «чет-нечет» (по дню рождения) или «первый-второй» (по алфавиту).

Одновременно эксперты получают листы оценок, изучают их и, возможно, вводят еще 1-2 параметра по своему усмотрению.

Жеребьевка игровых установок производится между представителями игровых групп «клиентов» и «сервисного предприятия» (по одному от каждой). При выдаче игрового задания проводится краткий инструктаж: что надо сделать, чем можно пользоваться, где взять дополнительный материал и т. Д. На данном этапе выдают все нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность сервисной организации, - по комплекту на группу.

Основной этап состоит из двух частей. Первая часть - предварительный анализ - состоит в выработке общей позиции группы и проекта модели поведения в заданной ситуации. Ее основная цель - сформировать модель поведения в определенной ситуации, подкрепить аргументы и претензии документально, законодательно. Вторая часть представляет собой набор последовательно выполняемых профессиональных функций по проведению операций приема-выдачи заказа и информированию клиентов сервисной организации.

В ходе этапа следует учесть возмущающие факторы:

- длительный больничный лист основного исполнителя заказа (удаление его из игровой комнаты);
- заявление об увольнении сотрудника организации;
- внезапное отсутствие на рабочем месте руководителя предприятия (вызов на совещание, работа с партнерами и т. д.);
- неожиданное решение муниципального совета об изменении графика работы приемного салона. (Возможны и другие факторы, уместные по ходу развития ситуации, вводимые ведущим.)

При развитии игровых ситуаций особенно важно следить за соблюдением лимита времени на выступления, пресекая излишние острые высказывания или споры, непродуктивное обсуждение незначительных деталей и т. д.

Для заключительного этапа исключительно важен положительный эмоциональный настрой: и в докладах экспертов, и в выступлениях преподавателей, и в заключительном слове ведущего игры. Эксперты должны оценить каждого игрока каждой команды по сумме отмеченных параметров, поэтому доклад должен быть максимально кратким и «статистическим»: данная оценка образует основу реальной учебной отметки, выставяемой преподавателем соответствующему студенту. Самооценка может сопровождаться кратким комментарием каждого участника и завершаться самооценкой деятельности экспертов.

Роли и функции игроков

1-я группа. «СЕРВИСНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ»

Роли: руководитель, исполнитель заказа(1), исполнитель заказа (2); приемщик

Основные качества представителей сервисной фирмы (должны быть продемонстрированы в ходе игры) профессиональные качества:

- доброжелательность и радушие;
- приветливость, вежливость;
- обходительность, любезность;
- сдержанность, тактичность;
- заботливость;
- мастерство;
- эрудированность;
- забота о репутации предприятия;
- навыки воспитательной работы;
- умение пользоваться улыбкой;
- понятие о стиле обслуживания. Профессиональные знания:
- основные положения «Закона О защите прав потребителей» и дополнений к нему;
- основные положения «Правил бытового обслуживания населения»;
- основные положения «Правил оказания услуг общественного питания»;
- основы конфликтологии, профессиональной этики и т. Д.

2-я группа. «КЛИЕНТЫ»

Роли: семейная пара, «вояка», «неплательщик», добросовестный клиент

Поведенческие установки и основные качества:

- 1) знание прав и обязанностей клиента сервисной организации;
- 2) знание прав и обязанностей сервисной организации;
- 3) желание добиться утверждения своей позиции в игровом конфликте;
- 4) вежливость;
- 5) знание ролевых поведенческих установок различных групп покупателей.

3-я группа. «ЭКСПЕРТЫ»

Роли: эксперты

Обязанности экспертов:

- следить за соблюдением сроков прохождения каждого этапа, а при нарушении - информировать игроков и ведущего игры;
- оценивать действия игроков по принятой шкале;
- добавить к существующим параметрам оценок свою (свои).

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если он активно принимал участие в деловой игре и продемонстрировал знания предмета;
- оценка «не зачтено», 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
(наименование кафедры)

Деловая (ролевая) игра

по дисциплине Диагностика клиента сервиса
Деловая игра «Презентация мотива»

1 Тема (проблема, ситуация): презентация товаров и услуг

2 Концепция игры

развитие навыков вербального и невербального общения с клиентом (говорить на языке покупателя о его потребностях).

3 Роли:

Продавец товаров и услуг
Эксперты

4 Ожидаемый результат

Формирование навыков работы с клиентом, выявление его потребностей и презентации товаров и услуг

Шаг первый. Участники выбирают один товар, который будут продавать. Это может быть любой товар, например, обычные лимоны. Затем участники называют категории покупателей и их мотивы к покупке товара (того же лимона). На флипчарте или доске в две колонки записываются категории возможных клиентов и их мотивы в соответствии с пирамидой потребностей А. Маслоу.

Категория покупателей	Мотив к покупке
-----------------------	-----------------

1	Молодежь, студенты	Яркий фрукт, красивый, поднимает настроение, можно добавить в чай, использовать как косметическое средство
2	Семейные пары с детьми	Проверенный временем фрукт, содержит много витамина С, используется во многих блюдах, полезен для роста детей, для лечения простуды
3	Холостяки	Быстрая закуска
4	Родители взрослых детей	Вкусненькое к столу, побаловать себя
5	Пенсионеры	Символ праздника, достатка, лекарство, фрукт с ожидаемым вкусом, недорогой, средство от изжоги

Шаг второй. Участникам предлагается по очереди вытащить заранее заготовленные небольшие листочки с цифрами и по количеству строк в таблице, соответствующие номеру категории покупателя и номеру мотива к покупке.

Получатся новые комбинации покупатель + мотив, например: холостяки - > вкусненькое к столу, побаловать себя.

Шаг третий. Участникам дается 3-5 мин. на подготовку презентации, чтобы затем в течение 1 минуты презентовать покупателю товар в соответствии с мотивом.

Презентация может проводиться в мини-группах или как публичная для всех участников.

Шаг четвертый. Участники оценивают презентацию по следующим критериям:

- Была ли презентация направлена на выбранную категорию покупателей (лексика, мимика, жесты, построение фраз)?
- Был ли мотив покупки при вязан к данной категории покупателей?
- Захотелось ли купить товар по этой причине?

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если он активно принимал участие в деловой игре и продемонстрировал знания предмета;
- оценка «не зачтено», 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-ситуация

по дисциплине Диагностика клиента сервиса
(наименование дисциплины)

по модулю 4. «Конфликтология в обслуживании клиентов сервиса»

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.

Гостя 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.

Инструкция и/или методические рекомендации по выполнению:

Прочитать и ответить на вопросы, обсудить сложившуюся ситуацию и предложить варианты решений.

Вопросы:

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?

Критерии оценивания:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если он активно принимал участие в решении ситуационной задачи продемонстрировал знания предмета;
- оценка «не зачтено», если обучающийся не принимал участия в решении задачи

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
(наименование кафедры)

Темы рефератов

по дисциплине Диагностика клиента сервиса

Тематика рефератов:

1. Влияние территории и личного пространства на общение.
2. Особенности национальных стилей невербального общения в Европе и Америке.
3. Национальные стили невербального поведения в странах Азии.
4. Методы улучшения навыков невербального общения.
5. Восприятие психологических качеств человека по его внешности и поведению: личный имидж.
6. Атрибуты внешности потребителя.
7. Конфликты: виды, структура, стадии протекания.
8. Предпосылки возникновения конфликта в процессе общения.
9. Стратегии и тактики поведения в конфликтной ситуации.
10. Конфликты в личностно-эмоциональной сфере.
11. Причины и последствия конфликтов.
12. Разрешимые и неразрешимые конфликты.
13. Половозрастная специфика конфликта.
14. Исследования конфликтов человеческой души в глубинной психологии и в психоанализе.
15. Социально-психологическая традиция исследования межличностных и межгрупповых конфликтов.
16. Методы диагностики клиента сервиса
17. Метод «Тайный покупатель»
18. Метод ABC-анализа
19. Метод «SERVQUAL»
20. Инструментарий диагностики клиентов сервиса.

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	– используемые понятия строго соответствуют теме; – содержание полно раскрывает рассматриваемую тему	1 балл
Знание и понимание теоретического материала	– студент определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры; – самостоятельность выполнения работы.	1 балл
Анализ и оценка информации	– 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	– 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	– 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.

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.

Зачет проводится по окончании теоретического обучения до начала экзаменационной сессии. Количество вопросов в зачетном задании – 2. Проверка ответов и объявление результатов производится в день зачетов. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

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» 05 2018 г.
Зав.кафедрой  Мишунова И.В.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Диагностика клиента сервиса (наименование дисциплины)

Направление подготовки

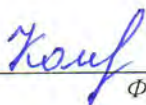
43.03.01 «Сервис»

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 «*Диагностика клиента сервиса*» адресованы студентам *всех* форм обучения.

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

- лекции;
- практические занятия;

В ходе лекционных занятий рассматриваются следующие вопросы личностных особенностей клиента, коммуникативные основы и компетентности специалиста в работе с клиентом, этики и психологии взаимоотношений с клиентами в контактной зоне, жалобы и конфликты при обслуживании клиентов.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки использования методов и инструментов диагностики клиентов сервиса и контактной зоны, навыки разработки процессов сервиса, соответствующих запросам потребителей, способности разрешения конфликтов в сфере сервиса.

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 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 страницах;
- 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.