

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 10.10.2023 11:24:15

Уникальный идентификатор документа: c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

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

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института магистратуры



Иванова Е.А.

«29» 08 2022г.

**Рабочая программа дисциплины  
Современные сервисные технологии**

Направление 43.04.01 Сервис  
магистерская программа 43.04.01.01 "Управление в сфере гостеприимства и туризма"

Для набора 2022 года

Квалификация  
Магистр

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


| Семестр<br>(<Курс>.<Семестр на<br>курсе>) | 1 (1.1) |     | 2 (1.2) |     | Итого |     |
|---|---------|-----|---------|-----|-------|-----|
|   | Неделя  |     | Неделя  |     |       |     |
| Вид занятий                               | уп      | рп  | уп      | рп  | уп    | рп  |
| Лекции                                    | 16      | 16  | 8       | 8   | 24    | 24  |
| Практические                              | 24      | 24  | 8       | 8   | 32    | 32  |
| Итого ауд.                                | 40      | 40  | 16      | 16  | 56    | 56  |
| Контактная работа                         | 40      | 40  | 16      | 16  | 56    | 56  |
| Сам. работа                               | 68      | 68  | 56      | 56  | 124   | 124 |
| Часы на контроль                          |         |     | 36      | 36  | 36    | 36  |
| Итого                                     | 108     | 108 | 108     | 108 | 216   | 216 |

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 22.02.2022 протокол № 7.

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

Зав. кафедрой: к.э.н., доцент Синюк Т.Ю. 

Методическим советом направления: д.э.н., профессор, Мишурова И.В. 

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

|     |   |
|-----|---|
| 1.1 | Формирование у магистров теоретических знаний в области сервисных технологий и приобретение практических навыков по их использованию. |
|-----|---|

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ОПК-1:Способен формировать технологическую концепцию сервисных организаций, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере сервиса**

**ОПК-3:Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в избранной профессиональной сфере**

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

|  |
|--|
| <b>Знать:</b>  |
| концептуальные и методологические подходы формирования технологических процессов в сфере гостеприимства и туризма(соотнесено с индикатором ОПК-1.1) ;<br>методы и инструменты организационной диагностики, подходы и способы оценки качества предоставляемых услуг в сфере гостеприимства и туризма (соотнесено с индикатором ОПК-3.1)   |
| <b>Уметь:</b>  |
| осуществлять и управлять технологическими процессами в сфере гостеприимства и туризма с применением программных продуктов (соотнесено с индикатором ОПК-1.2);<br>разрабатывать программу оценки качества предоставляемых услуг на предприятии, применять методы и инструменты оценки качества услуг, анализировать результаты и разрабатывать систему управления качеством услуг в сфере гостеприимства и туризма (соотнесено с индикатором ОПК-3.2) |
| <b>Владеть:</b>  |
| технологическими новациями в сфере гостеприимства и туризма, владеет навыками их внедрения (соотнесено с индикатором ОПК-1.3);<br>использования методов и инструментов оценки качества услуг, демонстрировать способность их применения (соотнесено с индикатором ОПК-3.3)   |

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/  | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература                                       |
|-------------|--|----------------|-------|-------------|--|
|             | <b>Раздел 1. «Теоретико-методологические основы сервиса»</b>   |                |       |             |  |
| 1.1         | "Теоретические основы сервиса": основные понятия в сервисе; идеология и технология в сервисе; принципы современного сервиса; культура сервиса. /Лек/   | 1              | 4     | ОПК-1       | Л1.1 Л1.2 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8      |
| 1.2         | "Теоретические основы сервиса": основные понятия в сервисе; идеология и технология в сервисе; принципы современного сервиса; культура сервиса. Современные технологии в сфере сервиса /Пр/   | 1              | 6     | ОПК-1 ОПК-3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.7 Л2.8           |
| 1.3         | «Разновидность сервисных услуг и их классификация»: история возникновения и развития сервиса; виды и разновидности услуг; классификация услуг; позиционирование сервисных услуг; жизненный цикл услуг и сервисного продукта. /Лек/   | 1              | 6     | ОПК-1       | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 |
| 1.4         | «Разновидность сервисных услуг и их классификация»: история возникновения и развития сервиса; виды и разновидности услуг; классификация услуг; позиционирование сервисных услуг; жизненный цикл услуг и сервисного продукта. Инструментарии оценки жизненного цикла услуг /Пр/ | 1              | 6     | ОПК-1       | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л2.8      |
| 1.5         | «Технологии и алгоритм создания новой услуги»<br>Деловая игра «Создай свой товар, используя следующий экономический конструкт: товар = продукт+услуга». /Пр/   | 1              | 4     | ОПК-1       | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 |
| 1.6         | «Обслуживание как процесс оказания услуг. Формы и методы обслуживания. Контактная зона» /Лек/  | 1              | 6     | ОПК-1 ОПК-3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 |

|      |   |   |    |             |  |
|------|---|---|----|-------------|--|
| 1.7  | «Обслуживание как процесс оказания услуг. Формы и методы обслуживания. Контактная зона» Инструментарий и технологии оценки качества предоставления услуг в контактной зоне /Пр/   | 1 | 4  | ОПК-1 ОПК-3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3<br>Л1.4Л2.2 Л2.3 Л2.4<br>Л2.5           |
| 1.8  | «Технологии обслуживания в контактной зон»<br>Практическое занятие «Психологические аспекты сервиса»<br>Решение практического задания: «Психогеометрия форм личности клиента сервиса»<br>Цель задания. Определение с помощью современных методик психогеометрических форм личности потребителей и разработка основных рекомендаций торговому персоналу<br>/Пр/  | 1 | 4  | ОПК-1       | Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.3<br>Л2.4 Л2.5                        |
| 1.9  | Темы и вопросы, определяемые преподавателем с учетом интересов студента:<br>1.Этапы развития сферы сервиса в России и за рубежом<br>1.Особенности организации и функционирования сервисных предприятий<br>2. Виды сервисных предприятий<br>3.Зарубежный опыт организации эффективного сервиса<br>4.Перспективные направления развития сферы сервиса<br>5.Организация и и технология обслуживания в гостинично- туристической сфере<br>6. Организация и обслуживание в ресторанном сервисе<br>Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice<br>/Ср/ | 1 | 68 | ОПК-1 ОПК-3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3<br>Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4<br>Л2.5 Л2.8      |
| 1.10 | /Зачёт/   | 1 | 0  |             |  |
|      | <b>Раздел 2. «Технология реализации сервиса в контактной зоне»</b>  |   |    |             |  |
| 2.1  | «Персонал сервисной организации как ведущий компонент в эффективной деятельности сервисного предприятия»: персонал сервисных предприятий; личностный потенциал сотрудника сервисного предприятия; технология работы с персоналом на сервисных предприятиях. /Лек/   | 2 | 2  | ОПК-1 ОПК-3 | Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1<br>Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8              |
| 2.2  | «Потребители услуг: типологические характеристики и сервисное поведение»: значение типологии потребителей услуг; этапы взаимодействия с потребителями в процессе обслуживания; типологии потребителей и их практическое применение<br>/Лек/   | 2 | 2  | ОПК-1 ОПК-3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3<br>Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3<br>Л2.4 Л2.5 Л2.8 |
| 2.3  | «Этические основы, деловой этикет и эстетические аспекты сервисной деятельности»<br>1.Практическое занятие «Конфликты в сфере сервиса и их разрешение»<br>Деловая игра «Трансактный анализ конфликтов»<br>Цель: Развитие навыков оценки конфликтности между субъектами взаимодействия на основе трансактного анализа, а также поиска вариантов разрешения таких конфликтов.<br>2. Решение ситуативных задач<br>/Пр/   | 2 | 2  | ОПК-1 ОПК-3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3<br>Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3<br>Л2.4 Л2.5 Л2.8 |

|   |   |   |    |             |   |
|---|---|---|----|-------------|---|
| 2.4   | Темы и вопросы, определяемые преподавателем с учетом интересов студента: 1.Зарубежный опыт работы с персоналом сервисных организаций 2. Методы и инструменты оценки деятельности персонала в сфере сервиса 3. Методы выявления потребностей потенциальных клиентов предприятия сервиса 4.Психологические приемы в личных продажах 5.Эстетическая культура в сфере сервиса. Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice. /Ср/ | 2 | 28 | ОПК-1 ОПК-3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3<br>Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3<br>Л2.4 Л2.5 Л2.8      |
| <b>Раздел 3. «Технология управления качеством обслуживания»</b> |   |   |    |             |   |
| 3.1   | «Качество услуг и эффективность сервисной деятельности предприятия»: качество и стандарты обслуживания; методы и инструменты оценки качество предоставляемых услуг; технологии оценки качества услуг и обслуживания на сервисных предприятиях /Лек/   | 2 | 4  | ОПК-1 ОПК-3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3<br>Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3<br>Л2.4 Л2.5 Л2.8      |
| 3.2   | «Качество услуг и эффективность сервисной деятельности предприятия. Качество и стандарты обслуживания»<br>Деловая игра «Тайный покупатель»<br>Цель: Провести анализ качества обслуживания на предприятии сервиса методом «Тайный покупатель» /Пр/   | 2 | 4  | ОПК-1 ОПК-3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3<br>Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3<br>Л2.4 Л2.5 Л2.8      |
| 3.3   | Методы и инструменты измерения качества услуг и обслуживания.<br>Деловая игра « Удовлетворенность и лояльность клиентов в ресторанном сервисе»<br>Цель: Исследование удовлетворенности и лояльности потребителей качеством обслуживания в ресторане<br>Метод исследования: с применением методики «SERVQUAL» /Пр/   | 2 | 2  | ОПК-3       | Л1.1 Л1.2 Л1.3<br>Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3<br>Л2.4 Л2.5 Л2.8      |
| 3.4   | Темы и вопросы, определяемые преподавателем с учетом интересов студента:<br>1. Стандарты качества в гостиничной сфере<br>2.Стандарты качества в ресторанном бизнесе<br>3. стандарты качества в туристическом бизнесе 4.<br>Зарубежный опыт оценки качества предоставляемых услуг<br>Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice. /Ср/  | 2 | 28 | ОПК-1 ОПК-3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3<br>Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3<br>Л2.4 Л2.5 Л2.8      |
| 3.5   | /Экзамен/   | 2 | 36 | ОПК-1 ОПК-3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3<br>Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3<br>Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 |

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Основная литература

|      | Авторы, составители                | Заглавие   | Издательство, год                    | Колич-во |
|------|------------------------------------|--|--------------------------------------|----------|
| Л1.1 | Виноградова М. В.,<br>Панина З. И. | Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учеб. пособие | М.: Дашков и К, 2007                 | 30       |
| Л1.2 | Мишурова И. В.                     | Менеджмент в гостинично-туристическом бизнесе: учеб. пособие                     | Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2017 | 52       |

|      | Авторы, составители | Заглавие                                | Издательство, год  | Колич-во  |
|------|---------------------|---|--|---|
| Л1.3 | Охотина Н. М.       | Сервисная деятельность: учебное пособие | Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2016 | <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=459497">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=459497</a><br>неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| Л1.4 | Руденко, Л. Л.      | Сервисная деятельность: учебное пособие | Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021                                 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/99368.html">http://www.iprbookshop.ru/99368.html</a><br>неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей                                       |

### 5.2. Дополнительная литература

|      | Авторы, составители                | Заглавие   | Издательство, год   | Колич-во  |
|------|------------------------------------|--|---|---|
| Л2.1 | Кнышова Е. Н.,<br>Белозерова Ю. М. | Менеджмент гостеприимства: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по спец. 080507 "Менеджмент орг."                | М.: ФОРУМ, 2015   | 14  |
| Л2.2 | Васин С. Г.                        | Управление качеством. Всеобщий подход: учеб. для бакалавриата и магистратуры   | М.: Юрайт, 2017   | 15  |
| Л2.3 | 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                                    | 69  |
| Л2.4 | Матолыгина Н. В.,<br>Руглова Л. В. | Профессиональная этика и этикет в сфере сервиса  | Санкт-Петербург: ИЦ "Интермедия", 2013                      | <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=225938">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=225938</a><br>неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей   |
| Л2.5 | Панина З. И.,<br>Виноградова М. В. | Организация и планирование деятельности предприятия сферы сервиса: практикум   | Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 | <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=419566">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=419566</a><br>неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей   |
| Л2.6 |                                    | Стандарты и качество: международный журнал для профессионалов стандартизации и управления качеством: журнал                                | Москва: РИА «Стандарты и качество», 2018                    | <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=499465">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=499465</a><br>неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| Л2.7 |                                    | ЭКО: всероссийский экономический журнал: журнал  | Новосибирск: Редакция журнала «ЭКО», 2018                   | <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=492552">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=492552</a><br>неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| Л2.8 |                                    | Вестник Московского Университета. Серия 21. Управление (государство и общество): журнал  | Москва: Московский Государственный Университет, 2017        | <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=574186">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=574186</a><br>неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |

### 5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

|  |
|--|
| КонсультантПлюс Справочная правовая система  |
| Гарант Справочная правовая система   |
| Портал открытых данных РФ <a href="https://data.gov.ru/">https://data.gov.ru/</a>  |
| Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <a href="http://ecsocman.hse.ru">http://ecsocman.hse.ru</a> |
| База статистических данных Росстата <a href="http://www.gks.ru/">http://www.gks.ru/</a>  |
| Федеральное агентство по туризму <a href="https://tourism.gov.ru/">https://tourism.gov.ru/</a>                                   |

**5.4. Перечень программного обеспечения**

LibreOffice

**5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;

- персональный компьютер / ноутбук (переносной);

- проектор, экран / интерактивная доска.

**7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

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

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

#### 1.1 Критерии оценивания компетенций:

| ЗУН, составляющие компетенцию  | Показатели оценивания   | Критерии оценивания   | Средства оценивания  |
|--|---|---|--|
| ОПК-1: Способен формировать технологическую концепцию сервисных организаций, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере сервиса |   |   |  |
| З. Знает концептуальные и методологические подходы формирования технологических процессов в сфере гостеприимства и туризма   | поиск и сбор необходимой литературы для расширения знаний в области технологических и инновационных процессов в сфере сервиса, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов | Полнота и содержательность ответа; соответствие ответов материалов лекций и учебной литературы; умение приводить примеры  | ВЗ– вопросы к зачету (1-16);<br>ВЭ – вопросы к экзамену (1-32);<br>Р – реферат (2-5;7-10;14)<br>К – коллоквиум (Темы 1-2), |
| У. Умеет осуществлять и управлять технологическими процессами в сфере гостеприимства и туризма с применением программных продуктов                                       | Умение применять различные научные подходы и методы в управлении сервисным предприятием, в том числе с использованием программных продуктов; Осуществлять сбор необходимой информации для выполнения практических заданий   | Уметь обосновывать выбор методов и способов управления технологическими процессами на предприятиях сервиса с целью решения производственных задач; Демонстрировать умение отстаивать свою позицию | ДИ – деловая (ролевая) игра<br>КЗ- кейс задание (1,2);<br>ПИЗ- практическое индивидуальное задание                         |
| В. Владеет знаниями о технологических новациях в сфере   | Демонстрировать знания и навыки, полученные в ходе  | Целенаправленность поиска и отбора информации;  | ДИ – деловая (ролевая) игра<br>КЗ- кейс задание  |



|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
| гостеприимства и туризма, владеет навыками их внедрения   | изучения дисциплины, при решении поставленных задач практических занятий; навыки интеграции междисциплинарных знаний и умений   | Критический анализ нестандартных ситуаций; Умение отстаивать свою позицию  | (1,2)<br>ПИЗ-практическое индивидуальное задание  |
| ОПК-3: Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в избранной профессиональной сфере  |   |  |   |
| 3. методы и инструменты организационной диагностики, подходы и способы оценки качества предоставляемых услуг в сфере гостеприимства и туризма   | Уровень знаний и степень подготовки к ответам на семинарских и практических занятиях по пройденному материалу; подходы, поиск и сбор информации к дополнительным вопросам по темам дисциплины   | Полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; способы отстаивать свою позицию; умение пользоваться информацией полученной из дополнительной литературы при подготовке к занятиям                    | ВЗ– вопросы к зачету (1-16);<br>ВЭ – вопросы к экзамену (1-32);<br>КЗ- кейс задание (1)<br>Р – реферат (1;6;11-13);<br>К – коллоквиум (Темы 3-4), |
| У. разрабатывать программу оценки качества предоставляемых услуг на предприятии, применять методы и инструменты оценки качества услуг, анализировать результаты и разрабатывать систему управления качеством услуг в сфере гостеприимства и туризма | Умение поиска и сбора 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 для решения практических и индивидуальных заданий | Полнота раскрытия знаний при решении заданий практических занятий; Умение адекватно оценивать возможности применения различных методик и технологий при решении практических задач; Умение отстаивать свою позицию | КЗ- кейс задание (1);<br>ПИЗ-практическое индивидуальное задание  |
| В. навыками использования   | Демонстрировать знания и навыки,  | Аргументированность и обоснованность   | КЗ- кейс задание (1);   |

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| методов и инструментов оценки качества услуг, демонстрировать способность их применения | полученные в ходе изучения дисциплины, при решении поставленных задач практических занятий; навыки интеграции междисциплинарных знаний и умений | выбора своих решений; Критический анализ возникающих нестандартных ситуаций и навыки поиска их разрешения; Навыки применения междисциплинарных знаний | ПИЗ-практическое индивидуальное задание |
|---|---|---|---|

### 1.2 Шкалы оценивания:

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

#### **Зачет:**

50-100 баллов (зачет)

0-49 баллов (незачет)

#### **Экзамен:**

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 баллов (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»).

## **2 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**

### **Вопросы к зачету**

1. Дайте понятия «сервис» и «услуга», раскройте основные характеристики услуги.
2. В чем заключается специфика сервисного взаимодействия?
3. Раскройте принципы современного сервиса.
3. Раскройте общую классификацию услуг. Раскройте мировую практику классификация услуг.
4. Объясните классификацию услуг по принципу вещественности или не вещественности. 5. Раскройте особенности сферы сервиса (услуг). Раскройте функции сферы услуг.
6. Раскройте понятие «качество услуги» и качество услуги с позиции потребителя. Относительное качество.
7. Раскройте значение стандартизация в управлении качеством услуги.
8. Раскройте значение сертификации в управлении качеством услуги.
9. Раскройте показатели эффективности в деятельности сервисного предприятия
10. Раскройте теоретические аспекты обслуживания.
11. Перечислите и раскройте прогрессивные формы обслуживания.
12. Раскройте значение культура сервиса и культуры обслуживания.
13. Объясните значение репутации, имиджа предприятия, организации сферы сервис
14. Опишите и продемонстрируйте этапы и технологию взаимодействия с потребителем в процессе обслуживания.
15. Раскройте технологию и алгоритм создания новой услуги.
16. Раскройте стадии и факторы оказывают влияние на жизненный цикл услуги.

Критерии оценивания:

50-100 баллов (зачет) – минимальным критерием является наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике

0-49 баллов (незачет) – ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы».

### Вопросы к экзамену

1. Дайте понятие сервис как услуга. Раскройте общую классификацию услуг.
2. Объясните классификацию услуг по принципу вещественности или не вещественности. Раскройте мировую практику классификация услуг.
3. Объясните значение Общероссийского классификатора услуг населению.
4. Раскройте особенности сферы сервиса (услуг). Раскройте функции сферы услуг.
5. Раскройте понятие «качество услуги» и качество услуги с позиции потребителя. Относительное качество.
6. Раскройте значение стандартизация в управлении качеством услуги.
7. Раскройте значение сертификации в управлении качеством услуги.
8. Раскройте показатели эффективности в деятельности сервисного предприятия
9. Раскройте теоретические аспекты обслуживания.
10. Перечислите и раскройте прогрессивные формы обслуживания.
11. Раскройте значение культура сервиса и культура обслуживания в сервисной деятельности.
12. Объясните значение репутации, имиджа предприятия, организации сферы сервис
13. Раскройте значение персонал сервисной организации. Работа с персоналом сферы сервиса.
14. Раскройте понятие «поведение потребителя» и значение типологии потребителя в процессе сервиса.
15. Опишите и продемонстрируйте этапы взаимодействия с потребителем в процессе обслуживания.
16. Раскройте права потребителей по международным документам.
17. Раскройте понятие «контактной зоны», особенности культуры общения работника контактной зоны.
18. Выделите и опишите факторы, являющиеся причиной создания новых услуг
19. Опишите процесс разработка новых товаров и услуг. Какие существуют инструменты для разработки услуги.
20. Какие существуют типологии клиентов и параметры их поведения.
21. Как опознать тип клиента и приемы воздействия на них.
22. Раскройте процесс личной продажи: особенности сервисной коммуникации.
23. Опишите методы, которые способствуют сближению, установлению контактов с потребителем.
24. Раскройте психологические приемы, используемые в процессе завершения личной продажи.
25. Раскройте понятие о жалобы и о конфликте при обслуживании клиента. Каковы исходы конфликтов.
26. Раскройте способы разрешения конфликтов в процессе обслуживании клиентов.
27. Раскройте единство этики и психологии в сфере сервиса.
28. Раскройте метод измерения качества обслуживания (метод «Гайного покупателя»).
29. Раскройте метод измерения качества обслуживания (методики «SERVQUAL»).
30. Раскройте технологии формирования положительного имиджа предприятия сервиса.
31. Какие показатели работы сервисного предприятия могут определить его конкурентоспособность?
32. Раскройте технологии анализа конкурентных преимуществ сервисных предприятий.

Критерии оценивания:

оценка «отлично» 84-100 баллов 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» 67-83 баллов 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» 50-66 баллов 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» 0-49 баллов 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

## Деловая игра «Создай свой товар»

**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 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 «отлично»(10 баллов), если принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре

оценка «хорошо»(9-6 баллов), если принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре

оценка «удовлетворительно»(5-1 баллов), если принимает участие в обсуждении, однако собственной точки зрения не высказывает, не может сформулировать ответов на возражения оппонентов, не выступает от имени рабочей группы и не дополняет ответчика; демонстрирует слабую информационную подготовленность к игре

оценка «неудовлетворительно»(0 балла), если не принимает участия в работе группы, не высказывает никаких суждений, не выступает от имени группы; демонстрирует полную неосведомленность по сути изучаемой проблемы.

## **Кейс-задание №1**

### **ЗАДАНИЕ. Оценка качества предоставляемой услуги.**

С помощью методики *SERVQUAL* оцените качество услуги. Можно оценивать любую услугу по Вашему выбору. Объем целевой выборки – 30 человек.

### **Инструкция и/или методические рекомендации по выполнению**

Методика исследования заключается в следующем:

1. Потребителям предлагается заполнить анкету (составить анкету А, в которой

1. Часть (Ожидание); 2. Часть (Восприятие); 3. Часть (Важность))

Первая часть анкеты с 5-балльной шкалой Лайкерта «полностью не согласен - полностью согласен» фиксирует ожидания потребителей относительно пяти вышеперечисленных критериев качества услуги и предполагает высказывание своих ожиданий относительно лучшего предприятия сферы услуг по 17 позициям (необходимо адаптировать представленные варианты утверждений под выбранную Вами сферу услуг).

Вторая часть с помощью аналогичной шкалы фиксирует потребительское восприятие качества на конкретном предприятии сферы услуг и предполагает оценку потребителями степени соответствия обследуемого предприятия своим ожиданиям по тем же 17 позициям (необходимо выбрать конкретное сервисное предприятие, работающее в выбранной Вами сфере услуг).

Третья часть анкеты фиксирует важность перечисленных критериев при оценке качества услуги. Т.е. потребитель высказывает мнение о том, насколько важен каждый из критериев при оценке качества услуги.

Обратите внимание на разницу в формулировках трех представленных частей анкеты.

При оценке качества в сфере услуг используют следующие основные критерии:

1. Материальность - материально-техническая оснащенность организации и ее квалификационный состав;
2. Надежность — выполнение обещаний, данных потребителю, а также престиж организации в целом;
3. Отзывчивость — профессионализм и дисциплинированность трудового коллектива;
4. Убеденность — вежливость и тактичность коллектива, его компетентность, уверенность и внимательность к потребителю;

5. Сочувствие — индивидуальный подход к потребителю, понимание его нужд и выражение заботы о нем.

Критерий “материальность” представлен тремя вопросами (М1-М3), “надежность” – четырьмя вопросами (Н4-Н7), “отзывчивость” – тремя вопросами (О8-О10), “убежденность” – тремя вопросами (У11-У13), “сочувствие” – четырьмя вопросами (С14- С17).

2. Далее результаты анкетирования обрабатываются с помощью рейтинговой оценки (средний балл) и представляются в виде таблицы (таблица В - результаты исследования качества услуг).

Единицей измерения служит коэффициент качества Q, который является цифровым выражением состояния качества по пяти критериям. Коэффициент качества Q рассчитывается как разница рейтингов восприятия и ожидания по каждому из 17 подкритериев:

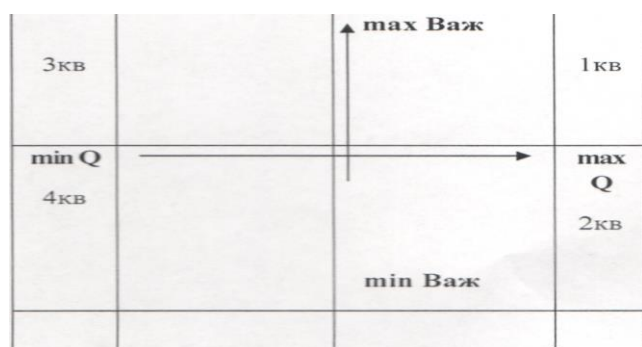
$$Q_n = P_n - E_n$$

где **Q<sub>n</sub>** - коэффициент качества по критерию **n**; **P<sub>n</sub>** - потребительское восприятие качества по критерию **n** (вторая анкета); **E<sub>n</sub>** - потребительское ожидание качества по критерию **n** (первая анкета).

На основе полученных 17 коэффициентов качества можно рассчитать, как пять общих коэффициентов качества по каждому из пяти критериев (средние значения суммы подкритериев по каждому из пяти критериев), так и глобальный коэффициент качества (среднее значение суммы всех 17 коэффициентов качества). Удовлетворительным результатом считаются коэффициенты качества, максимально приближающиеся к нулевому значению.

3. Для анализа и графической презентации результатов исследования используют адаптированную методику анализа “важность-исполнение”, позволяющую анализировать результаты исследования как бы в двухмерной форме с использованием двух осей координат – “важность” и “коэффициенты качества” (рисунок 1). Минимальные и максимальные значения “важности” и “качества” выставляются по данным проведенного Вами исследования. Далее на график наносятся 17 точек, соответствующие 17 критериям.

**Рисунок 1.**



1 квадрант – высокие коэффициенты качества, высокая важность

2 квадрант – высокие коэффициенты качества, низкая важность

3 квадрант – низкие коэффициенты качества, высокая важность

4 квадрант – низкие коэффициенты качества, низкая важность

4. Провести анализ результатов и сделать выводы.

**Критерии оценки:**

Максимальное количество 20 баллов за задание:

- 20 баллов 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;
- 19-14 балла если обучающийся раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- 13-8 балла если обучающийся обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- 7-1 баллов если обучающийся представил работу, но не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете
- 0 – работа не представлена.

## Кейс-задание №2

### «Психогеометрия форм личности»

**ЗАДАНИЕ 1:** Определение с помощью современных методик психогеометрических форм личности потребителей и разработка основных рекомендаций торговому персоналу.

Психогеометрия — уникальная практическая система анализа личности. Она позволяет:

- мгновенно определить форму (или, если хотите, тип, хотя здесь есть различия) личности интересующего вас человека и, естественно, вашу собственную форму;
- дать подробную характеристику личных качеств и особенностей поведения любого человека на обыденном, понятном каждому языке;
- составить сценарий поведения для каждой формы личности в типичных ситуациях. Психогеометрия как система сложилась в США. Автор этой системы Сьюзен Деллингер — специалист по социальной психологии.

Ученые предположили, что, например, человек-круг, приобретая товар, будет ориентирован на тождественную себе геометрическую форму. Задача продавцов — своевременное определение типа потребителей. Это можно сделать по внешнему виду, руководствуясь определенными признаками (табл. 1).

Таблица 1

#### Отличительные признаки покупателей основных психогеометрических форм

| Основная форма личности | Отличительные признаки покупателя  |
|-------------------------|--|
| <b>КВАДРАТ</b>          | Скованная, напряженная поза: прямая спина (в положении сидя и стоя); локти прижаты к туловищу, когда читает или жестикулирует. Точные, скупые жесты; отсутствие отвлекающих (или смущающих) собеседника манер. Движения целенаправленны, рассчитаны (однако им не хватает свободы, особенно в ситуациях, при которых Квадрат испытывает напряжение, неудобство, стеснение). Медленная, «солидная» походка (Квадрат не бегают и не скачат).<br>Бесстрастное, ничего не выражающее лицо «игрока в покер», особенно в эмоциональных ситуациях.<br>Строгий режим дня. Это — один из главных способов, с помощью которого Квадраты делают свой мир предсказуемым. Режим дня не нарушается даже в выходные дни, праздники и отпускное время.<br>Планирование. Квадраты ничего не делают без того, чтобы не |

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
|                                  | <p>спланировать этого заранее. И для эффективного взаимодействия с Квадратом просто необходимо знать его планы.</p> <p>Пунктуальность. «Точность — вежливость королей» — это девиз Квадрата. Если вы назначили встречу с Квадратом, не сомневайтесь — он будет минута в минуту.</p> <p>К товарам, как правило, сразу не прикасается. Задает очень конкретные вопросы с целью выяснения подробностей о товаре. Один из первых вопросов — цена товара. Высоко ценит демонстрацию товара в действии. Отрицательно реагирует на активные продажи. Сразу ничего не приобретает, ему нужно время на обдумывание решения. Квадраты не любят тратить заработанные деньги на пустяки и безделушки. Часы должны точно показывать время и служить как можно дольше; именно такие часы купит себе Квадрат, и именно за это качество часов он готов заплатить. И не пытайтесь его прельстить золотым корпусом или формой стрелок</p>  |
| <p><b><u>ТРЕУГОЛЬНИК</u></b></p> | <p>Уверенная, энергичная походка (широкий, твердый шаг). Плавность движений. Движения тела напоминают мягкие волны, что говорит о полном контроле над собой: никакой суеты или нерешительности. Широкие, выразительные жесты. Арсенал жестов невелик, но они точны и определены (привлекают внимание других и хорошо читаются). Непроницаемая маска. Если Треугольник не захочет, никто не узнает, что творится у него в душе в данный момент. (Осторожно! Там может klokотать ярость!) Но гроза разразится только по сигналу самого Треугольника (а он всегда «знает», когда подать такой сигнал). Быстрый контакт, моментальная оценка ситуации и <u>быстрая реакция.</u></p> <p>Пронзительный взгляд. С. Деллингер считает это прямым результатом способности Треугольника концентрировать всю свою энергию на цели момента. Взгляд Треугольника часто вызывает неудобство у партнера по общению еще и потому, что в случае интереса Треугольник почти неотрывно смотрит в глаза партнеру. С. Деллингер приводит также цифры: если Треугольник заинтересован, контакт глаз составляет более 80% времени общения; если интерес отсутствует — менее 50%.</p> <p>Активный отпуск. Туризм, охота и рыбалка, занятие любимым видом спорта значительно больше подходят для Треугольников, чем лежание на пляже или на диване у себя дома. Участие в общественных мероприятиях. Треугольники часто являются членами самых различных общественных организаций, фондов, союзов и т. п. Нередко они сами их и возглавляют. Поэтому посещение различного рода собраний, торжественных заседаний, презентаций и т. д. — обычный пункт в разделе ежедневника «Необходимо быть».</p> <p>Короткий разговор, в котором вопросы кажутся случайными. Предпочитают рассказ о товаре.</p> |



Создают впечатление власти над людьми

**ПРЯМОУГОЛЬНИК**

Неуклюжесть. Если кто-то опрокидывает на себя (или на другого!) чашку с кофе или чаем, смахивает локтем вазу на пол, «влетает» в кабинет начальника, споткнувшись в дверях или зацепившись за ковер, и т. д. и т. п. — весьма вероятно, что этот некто находится в «прямоугольном» состоянии. Резкие, отрывистые движения. Создается впечатление, что движения рук Прямоугольника происходят независимо от тела. Могут наблюдаться резкие движения головой, подергивание глаза, плеча, руки. Нервные реакции. Прямоугольники часто обнаруживают признаки нервного напряжения: барабнят (пальцами по столу, крутят или грызут карандаш (ручку), покашливают (нервное «кхеканье»), почесывают руку, потирают рукой лицо, сцепляют и расцепляют руки и т. д.

Быстро краснеют. У женщин, кроме того, во время разговора на глаза могут быстро наворачиваться слезы и также быстро исчезать. Бегающий взгляд; непродолжительный контакт глаз при общении. Глаза Прямоугольника как бы пытаются охватить все, перепрыгивают с одного объекта на другой, нигде не задерживаясь. Это может раздражать других, когда им требуется внимание Прямоугольника. Нервное хихиканье или смех.

Непредсказуемые колебания двигательной активности: от вялого покоя до сильного двигательного возбуждения. Забывчивость и склонность терять вещи. Вокруг находящегося в замешательстве Прямоугольника происходит так много событий, что ему трудно уследить за всем. Непунктуальность. Прямоугольники редко приходят куда-либо (на деловую встречу или в театр) вовремя; они либо опаздывают, либо являются слишком рано. Избегание конфликтов. Прямоугольники избегают всего, что может внести в их души дополнительное смятение. Однако в силу своей неосторожности все же попадают в затруднительное положение. Постоянно меняющиеся непродолжительные увлечения. Прямоугольник может начать курить утром и покончить с этой «привычкой» к вечеру, решив с завтрашнего дня заняться гимнастикой, которую потом может сменить увлечение голоданием, «Барсучья психология». По-видимому, неясность будущего побуждает Прямоугольников ничего не выбрасывать в течение этого периода. Если помнить о том, что Прямоугольники для реализации каждого своего нового решения (а иногда просто

|                           |   |
|---------------------------|---|
|                           | <p>из желания приобрести что-то новое) часто покупают какие-то вещи, технику, книги и т. д., то к моменту выхода из «прямоугольного» состояния у них может скопиться дома и на рабочем месте много лишних бумаг, литературы и вещей.</p> <p>Поначалу ведет себя робко, застенчиво, неуверенно. Желания купить что-то определенное не показывает. Может сделать несколько «заходов», прежде чем начнет разговор о намерении купить товар. Несколько раз может задать одни и те же вопросы. Невнимательно слушает ответы, может прерывать собеседника.</p> <p>Если выбор велик, перескакивает с одного на другое. Создает ложное впечатление о своих намерениях. Может показаться, что ему нравится товар, однако он тут же может стать равнодушным (причина — скачки настроения)</p>   |
| <p><b><u>КРУГ</u></b></p> | <p>Доброжелательная, сердечная улыбка и смех. Круги любят и умеют смеяться заразительно и не обидно.</p> <p>Расслабленная, не напряженная поза. Отсутствие скованности в движениях.</p> <p>Частые кивки головой в знак поддержки и одобрения других. Сопровождаемые улыбкой, они могут производить впечатление чрезмерной покорности, заискивания или даже (особенно, когда это делают женщины) заигрывания.</p> <p>«Зеркальное» поведение. Круги бессознательно отражают (воспроизводят) мимику, позы и движения партнеров по общению. По-видимому, вследствие сильной концентрации внимания на партнере Круг автоматически воспроизводит выразительные реакции собеседника: радость и грусть, воодушевление и разочарование и т.д.</p> <p>Полный контакт глаз. По данным С. Деллингер, со стороны Круга продолжительность контакта глаз превышает 80% времени диалога; иногда это вызывает у партнеров (особенно у Квадратов) чувство дискомфорта. Тактильный контакт в процессе общения. По-видимому, для Кругов характерна самая короткая социальная дистанция, т. е. то минимальное расстояние между партнерами по общению, которое еще не вызывает у них чувства неудобства или тревоги. Поэтому Круги, общаясь с другими, часто стремятся прикоснуться к партнеру: взять его за руку (под руку) или за локоть, дотронуться до него рукой, сесть рядом, касаясь партнера плечом, и т.д. Естественно, что Квадратам и Треугольникам это далеко не всегда нравится. Подчеркнуто доброжелательное приветствие. Кругам простое рукопожатие кажется слишком формальным. Поэтому, приветствуя другого, они часто пожимают протянутую им руку двумя руками («чашевидное рукопожатие») или мягко берут обе руки партнера в свои руки (особенно, когда встречаются женщины). В неформальной обстановке мужчины, здороваясь, могут также свободной рукой обнимать и слегка поддерживать партнера, а женщины — обмениваться друг с другом поцелуями. Жизнерадостная походка. Обычно Круги бодро шагают («катятся») к своей цели, демонстрируя своей походкой и</p> |

|                             |   |
|-----------------------------|---|
|                             | <p>осанкой положительную установку на окружающий их мир. Идя рядом с кем-то, Круг, как правило, подстраивается к походке другого.</p> <p>Часто первым идет на контакт с продавцом. В ход идут улыбка, комплименты. Кругу не присуща торопливость, посещение магазина — это социальное событие, смысловым центром которого является общение. Круги могут заговаривать с другими посетителями, обсуждая как товар, так и погоду. Редко приходят одни. По магазинам обычно ходят с друзьями или членами семьи. Часто делают покупки по просьбе друзей, знакомых или ищут для кого-то подарок.</p> <p>Кроме вопросов о товаре или услуге могут задавать продавцу вопросы личного характера.</p> <p>В момент принятия решения обычно прерывают беседу и на время умолкают</p>  |
| <p><b><u>ЗИГЗАГ</u></b></p> | <p>Стремительная походка. Истинный Зигзаг всегда куда-то спешит. Поглощенный бурным потоком своих идей, он несется по коридорам и улицам, не замечая ничего вокруг себя, наталкиваясь на других людей, а иногда и сбивая их с ног. Знакомые и сослуживцы часто обижаются на Зигзагов за то, что они пролетают мимо, не поздоровавшись.</p> <p>Быстрые, плавные движения. Движения Зигзага ясно отражают намерения их хозяина, быстры и уверенны. Живая мимика. К известной поговорке «Что на уме, то и на языке», совершенно справедливой для Зигзага, можно добавить: «Что на душе, то и на лице». Мгновенные изменения мимики соответствуют динамизму внутреннего мира Зигзагов.</p> <p>«Всевидящий» взгляд. Создается впечатление, что глаза Зигзага охватывают все одновременно, однако их молниеносные движения лишены «прямоугольной» неуверенности. Когда в беседе с кем-то Зигзаг вдруг вспоминает о вынашиваемой им идее или, паче чаяния, на ум ему приходит новая интересная мысль, его взгляд становится сосредоточенным, и он смотрит на собеседника невидящим взором. Это дает основание другим считать Зигзага невнимательным собеседником (что во многих случаях справедливо).</p> <p>Оживленная жестикуляция. Широкие, размашистые движения рук Зигзага, всегда сопровождающие его речь, кого-то могут завораживать, кого-то — развлекать, а кого-то отвлекать и раздражать. Каскад поз. Зигзаги в течение первой минуты разговора с кем-то могут переменить десяток поз. Эти «акробатические упражнения», выполняемые перед самыми глазами партнеров Зигзага, у одних вызывают улыбку, а других, прежде всего Квадратов, явно раздражают, поскольку мешают сосредоточиться. Нервные движения и тики. Они появляются у Зигзагов тогда, когда ход событий полностью предсказуем и, следовательно, вызывает у них скуку и чувство дискомфорта. Длительные, многословные заседания и совещания, где все идет по отработанному годами сценарию, заставляют Зигзага дергаться в</p> |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>прямом и переносном смысле.</p> <p>Резкие колебания двигательной активности. Когда Зигзаг обдумывает и развивает свою очередную идею, он может часами не шевелиться, забравшись, если это возможно, куда-нибудь подальше от людей. Когда же он находится среди людей и общается с ними, все его тело охвачено движением. Другие часто говорят, что Зигзагам незнакомо состояние покоя. Быстрые движения и речь, скачки от одного вопроса к другому. Быстро и откровенно, без стеснения оценивают ваш товар и состояние ваших дел. В момент принятия решения уходит от общения и как бы погружается в себя</p> |
|--|--|

### **Задание 2.**

Разработайте рекомендации торговому персоналу при работе с различными клиентами. Предложения оформите в табл. 2.

*таблица 2*

#### **Рекомендации торговому персоналу при обслуживании различных клиентов**

| Недостатки | Положительные моменты | Рекомендации |
|------------|-----------------------|--------------|
| 1          | 2                     | 3            |
|            |                       |              |

### **Ответить на вопросы:**

1. Перечислите основные психогеометрические формы личности потребителей и назовите основные черты.
2. Какой тип потребителя, на ваш взгляд, наиболее предпочтителен для продавца? Почему?
3. Какой тип потребителей охотней совершает покупки?
4. Какой тип потребителей делает часто импульсивные покупки?
5. Оцените действенность данной методики на практике.

При решении ситуационных задач разрешено пользоваться курсом лекций или учебниками.

### **Критерии оценки:**

«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.

### **Вопросы для коллоквиумов**

#### **Модуль 1: «Теоретико - методологические основы сервиса»**

##### **1. Тема: «Принципы классификации услуг и их характеристики»**

Задачи коллоквиума: Дискуссия и представление презентации изученных информационных баз и обработанных материалов по теме.

Задание: Используя информационные базы данных подготовить мультимедийную презентацию формирования новой услуги в регионе. Доказательно проиллюстрировать существование услуги и ее новизну. Классифицировать услугу по известным признакам.

## **2. Тема коллоквиума: «Сфера реализации сервисной деятельности - контактная зона»**

Задачи коллоквиума: Представление подготовленной презентации контактной зоны и обсуждение по теме.

Характеристика этапов работы на занятии:

Задание: Используя проектный метод, предлагается подготовить материал об организации пространства контактной зоны различных сервисных предприятий (гостиницы, предприятия общественного питания, туристические фирмы, салоны красоты и пр.). Выявить специфические особенности организации зоны обслуживания, эстетические решения, наличие специального оборудования, наличие персонала (в количестве и по должностям). Определить удобства и проблемы, которые создают данные решения по оформлению контактной зоны для потребителей. Доклад обязательно должен сопровождаться иллюстративным материалом (возможно использование коллажа). Обсуждение соответствия контактной зоны, заявленной концепции сервисного предприятия и возможностей совершенствования контактной зоны.

## **Модуль 2: «Технология реализации сервиса в контактной зоне»**

### **3. Тема коллоквиума «Психология сервисной деятельности».**

Дискуссионные вопросы коллоквиума:

1. Психология сервиса – основные понятия и задачи
2. Классификация индивидуальных характеристик личности участников сервисной деятельности
3. Понятие «этики сервисной деятельности». Профессиональная этика.
4. Профессиональное поведение работника контактной зоны.
5. Формирование кодекса поведения сотрудников предприятия сервиса.
6. Виды конфликтов в процессе обслуживания и пути и разрешения

## **Модуль «Технология управления качеством обслуживания»**

### **4. Тема коллоквиума «Разработка стандартов обслуживания: основные цели и задачи».**

Дискуссионные вопросы коллоквиума:

1 Содержание корпоративного стандарта обслуживания покупателей с учётом корпоративных ценностей и культуры.

2 Разработка стандарта на основе техники продаж.

3 Структура чек-листа для оценки качества обслуживания.

Задание: Разработать чек-лист оценки качества обслуживания на сервисном предприятии (предприятие по выбору магистранта) и провести оценку с применением чек-листа. Обсуждение результатов.

### **Критерии оценки:**

Оценка «отлично (10-8 баллов)» - глубокое и прочное усвоение программного материала - полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы при видоизменении задания, - свободно справляющиеся с поставленными задачами, знания материала, - правильно обоснованные принятые решения, - владение разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ.

Оценка «хорошо (7-5 баллов)» - знание программного материала - грамотное изложение, без существенных неточностей в ответе на вопрос, - правильное применение теоретических знаний - владение необходимыми навыками при выполнении практических задач

Оценка «удовлетворительно (4-1баллов)» - усвоение основного материала - при ответе допускаются неточности - при ответе недостаточно правильные формулировки - нарушение последовательности в изложении программного материала - затруднения в выполнении практических заданий

Оценка «неудовлетворительно (0 баллов)» - не знание программного материала, - при ответе возникают ошибки - затруднения при выполнении практических работ

### Примерные темы рефератов

1. Номенклатура требований и условий, формирующая показатели, влияющие на эффективность функционирования предприятий сферы сервиса.
2. Стиль и культура поведения руководителя в целях сохранения персонала и привлечения клиентов в организации сферы услуг.
3. Особенности поведения продавца услуг, являющихся поставщиком услуг.
4. Профессиональная этика и профессиональное поведение работника контактной зоны.
5. Факторы, влияющие на поведение потребителей.
6. Качество обслуживания потребителя в сфере индустрии гостеприимства и туризма, факторы, его определяющие.
7. Специфика кадровой политики в индустрии гостеприимства и туризма.
8. Основные проблемы менеджмента в сфере услуг: теоретические аспекты и практический опыт решения.
9. Особенности мотивации, стимулирования и оплаты труда персонала сервисной организации.
10. Культура общения работников с клиентами.
11. Эстетика внешнего оформления, интерьера предприятия сервиса и рабочих мест персонала.
12. «Таинственный покупатель»: практика использования на российских предприятиях.
13. Оценка персонала как инструмент мотивации: опыт российских сервисных предприятий.
14. Зависимость сервиса от географических, поселенческих, демографических факторов.

### Критерии оценки:

Максимальное количество баллов, которое студент может получить, – 10. 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;<br>– содержание полно раскрывает рассматриваемую тему                                  | 2 балла                        |
| Знание и понимание теоретического материала      | – магистрат определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры;<br>– самостоятельность выполнения работы. | 2 балла                        |

|                                     |  |         |
|-------------------------------------|--|---------|
| Анализ и оценка информации          | <ul style="list-style-type: none"> <li>– грамотно применяет категории анализа;</li> <li>– умело использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений;</li> <li>– способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к сбалансированному заключению;</li> <li>– диапазон используемого информационного пространства (использует большое количество различных источников информации);</li> <li>– обоснованно интерпретирует текстовую информацию с помощью графиков и диаграмм;</li> <li>– дает личную оценку проблеме</li> </ul> | 2 балла |
| Построение суждений и устная защита | <ul style="list-style-type: none"> <li>– ясность и четкость изложения;</li> <li>– логика структурирования доказательств;</li> <li>– выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией;</li> <li>– приводятся различные точки зрения и их личная оценка;</li> <li>– умение публично представить и защитить свою работу</li> </ul>  | 2 балла |
| Оформление работы                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– работа отвечает основным требованиям к оформлению и использованию цитат;</li> <li>– соблюдение лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка;</li> <li>– оформление текста с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации;</li> <li>– соответствие формальным требованиям</li> </ul>  | 2 балла |

- 10 баллов выставляется магистранту, 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.

- от 9-7 баллов, если магистрант раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса

- от 6-3 баллов, если магистрант обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты

- от 2-1 балла, если магистрант не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете

- 0 баллов, если магистрант не подготовил реферат

### **Практическое индивидуальное задание**

**Индивидуальное практическое задание:** Проведите анализ внешней среды любого предприятия гостиничной сферы (по выбору магистрантов), следуя описанной методике СТЕП-анализа.

*Методика анализа внешней среды косвенного воздействия (макросреды) гостиницы*

1. Определяется значимая внешняя среда - ключевые аспекты, существенно влияющие на конкретную организацию.
2. Проводится СТЭП-анализ (STEP - social, technological, economic, political environment).
3. На основе выявленных изменений факторов макросреды разрабатываются сценарии развития макроокружения и определяется реакция организации.

#### Методика СТЭП-анализа

Последовательно проводят анализ основных групп факторов (сегментов) внешней среды. Цель анализа - выявление позитивных (возможностей) и негативных (угроз) тенденций в изменении каких-либо факторов.

**Социальный сегмент:** демографические и социальные аспекты и стили жизни.

*Демографические характеристики:*

*Размер популяции.* Число людей, проживающих в Конкретной географической зоне.

*Возрастная структура.* Число людей, входящих в разные возрастные группы.

*Географическое распределение.* Темпы роста численности населения в пределах отдельных географических регионов и их изменения.

*Этнический набор.* Состав этнических групп, их размер и темпы роста числа людей, входящих в эти группы.

*Уровни дохода.* Величина дохода и темпы их роста в разных демографических группах или группах, различающихся по стилю жизни, а также в типах семей, возрастных группах или среди людей, проживающих в разных географических регионах.

*Стили жизни*

*Состав семьи.* Композиция, тип, динамика изменений и размер семьи.

*Работа.* Работают люди или нет, на каких типах работ, где работают, ожидания в Отношении работы, насколько долго они работают.

*Образование.* Тип и уровень образования.

*Потребление.* Какие люди покупают и потребляют (или не покупают и не потребляют) ту или иную Продукцию.

*Отдых.* Как люди проводят свое свободное или нерабочее время.

*Общественные ценности*

*Политические ценности:* как люди голосуют; как они относятся к основным политическим и социальным проблемам: поддержка военных действий, аборт или сохранение окружающей среды.

*Социальные ценности:* отношение к работе, отдыху, участию в деятельности отдельных организаций, готовность принять мнения и поведение представителей других групп, готовность терпимо относиться к каким-то социальным привычкам (например, курению).

*Технологические ценности:* готовность принять новые технологии, сделать выбор между издержками на технологии и предоставляемыми ими выгодами.

*Экономические ценности:* стремление добиться экономического роста и в компромиссах между экономическим прогрессом и социальными издержками на него.

Пример:

1. Как демографическая структура (число людей в каждой возрастной группе) изменится в следующие 20-40 лет? Как это отразится на покупательском спросе на различные услуги гостиницы, на персонале, на рынке труда? Какая возрастная группа в будущем может стать преобладающей среди клиентов гостиницы?
2. Какие изменения в стилях жизни, возможно, произойдут у тех людей, которым сейчас ОТ 25 до 40 лет, когда они войдут в возрастную группу от 40 до 55 лет? Как изменятся образцы потребления? Как изменятся условия, связанные с их работой? Какие изменения произойдут в том, как эти люди проводят свое свободное время, отпуск?
3. Как изменятся социальные ценности общества? Как изменятся потребности гостей в будущем? Будет ли престижно демонстрировать роскошь, минимализм, консерватизм, свободомыслие?



**Технологический сегмент:** уровень и направленность технологического прогресса или совершенствования, происходящего в обществе, в том числе к появлению новых видов оборудования, продукции, процессов или материалов; к общему уровню научной деятельности и достижениям в фундаментальной науке. Основные области технологической среды:

*Исследования.* Фундаментальные или базовые исследования, в ходе которых отыскиваются принципы и зависимости, лежащие в основе знаний.

*Разработки.* Преобразование знаний в некоторую прототипную форму (инновации).

*Операции.* Изложение знаний для их использования в форме, которой могут воспользоваться другие люди (распространение или диффузия).

Пример:

1. Когда и как возможны ближайшие прорывы в основных исследованиях, в результате которых появятся новые коммерческие продукты? Например, в области транспорта, гигиены, бытовой химии, способов приготовления блюд, что всегда актуально для гостиницы.

2. Какие связи и между какими технологиями произойдут до наступления конкретного технологического события или прорыва (например, развитие систем мобильной Internet-связи, электронных платежных систем)?

3. Какими могут быть некоторые новые приложения имеющихся в настоящее время технологий (систем бронирования номеров в гостинице, автоматизированных систем управления гостиницами и т. д.)?

**Экономическая среда** - обобщенный набор экономических условий, в которых действуют все отрасли. Экономическая активность отражается в уровнях и типах промышленного выпуска, потребления, дохода и сбережений, инвестиций и производительности. Изменения в общем уровне экономической активности непосредственно влияют на показатели спроса и предложения почти во всех отраслях.

Отражает сущность и направленность изменений экономики, в которой действует вид бизнеса:

*Структурные переменные:* изменения как в секторах экономики, так и за их пределами; изменения зависимостей между основными экономическими переменными: относительные уровни импорта и экспорта в процентных долях от валового национального продукта.

Изменения циклического характера: подъемы и спады общего уровня экономической активности, например изменения ВВП, процентных ставок, инфляции, потребительских цен, числа строящихся домов и инвестиций.

Пример:

1. Каким будет уровень инфляции через 3 года?

2. Прогнозы роста или спада отрасли.

3. Будет ли гостиничный бизнес привлекательным ДЛЯ новых инвесторов в ближайшей перспективе? Какова вероятность появления новых конкурентов поблизости от нашей гостиницы?

4. Что будет с количеством иностранных бизнесменов, регулярно приезжающих в Россию, с количеством командированных россиян, посещающих наш регион, и т. д.?

**Политический сегмент:** избирательные процессы, а также административные, регулирующие и право вые институты, принимающие и реализующие законы, нормативные акты и правила в обществе.

Политическая среда разделяется на формальную и неформальную системы.

*Формальная система* включает в себя избирательный процесс; институты власти: исполнительную, законодательную и юридическую ветви; агентства, занимающиеся регулированием.

*Неформальная система.* Относится к аренам, не входящим в состав властных органов, проявляющих политическую активность. Сюда включаются группы местных сообществ и медийные средства.

Пример:

1. Какие изменения в составе правительства и местной администрации ожидаются и как это может повлиять на нашу организацию?

2. Какие законы и регулирующие акты будут приняты в отношении гостиничной и туристской отраслей?

3. Какие решения на различных уровнях правовой системы, возможно, повлияют на отрасль ресторанного бизнеса?

**Экологический сегмент:** физические и естественные ресурсы, находящиеся в пределах региона.

*Физические.* Земля, воздух, вода и море. Естественные. Флора и фауна.

**Пример:**

1. Каковы перспективы рекреационной привлекательности туристского региона?

2. Как в будущем изменится климат нашего региона и как это может сказаться на сезонности спроса на услуги гостиницы? 3. К каким природным стихийным бедствиям следует подготовиться?

4. Как изменится качество продуктов питания и в целом экосреды региона?

**Институциональный сегмент:** выделяют следующие области.

*Физическая инфраструктура.* Транспортная: дороги, железнодорожные и водные пути.

*Интеллектуальная инфраструктура:* научные учреждения, университеты и другие организации.

*Коммуникации:* почта, телефон и другие системы связи.

**Пример:**

1. Какие проблемы могут возникнуть в связи с развитием/отсутствием развития инфраструктуры нашего района, города и т. д.? Например, заторы на дорогах, плохое состояние дорог, изменение расписания движения транспорта, строительство железной дороги в непосредственной близости от гостиницы и т. д.

2. Какие изменения могут произойти в сфере коммуникаций в течение следующих пяти лет?

3. Как могут быть востребованы услуги гостиницы (вакантные рабочие места) в связи с развитием ближайших учебных заведений?

### **Описание задания и требование к оформлению**

Магистрант должен выбрать гостиничное предприятие, дать краткую характеристику этого предприятия, провести исследование внешней среды, используя методику STEP-анализа руководствуясь рекомендациями приведенные выше и защитить индивидуальное практическое задание по следующим фазам:

1. Краткая характеристика гостиничного предприятия

2. Последовательность и анализ результатов проведенного исследования по методике СТЭП-анализ

3. Раскрытие возможных сценариев развития макроокружения и варианты реакции предприятия.

**Защита проект должен быть представлен в форме презентации.**

### **Общие требования к презентации:**

В оформлении презентаций выделяют два блока: оформление слайдов и представление информации на них.

Для создания качественной презентации необходимо соблюдать ряд требований, предъявляемых к оформлению данных блоков.

1. Количество слайдов должно быть не меньше 15.

2. Презентация должна иметь слайд – оглавление, откуда можно было бы попасть как на один из разделов (групп) слайдов, так и на каждый из слайдов в отдельности (для реализации использовать свои интерактивные или стандартные управляющие кнопки).

3. Презентация должна быть содержательной.

4. Использовать единый стиль оформления. На слайдах поля, не менее 1 см с каждой стороны. «Светлый текст на темном фоне» или «темный текст на светлом фоне». Допускаемый размер шрифта – не менее 20 пт., рекомендуемый размер шрифта  $\geq 24$  пт.

5. Каждый из слайдов должен содержать «личное клеймо» студента, создавшего данную презентацию (ФИО, группа, и т.д.).

6. С каждого из слайдов презентации должна быть возможность возврата на слайд-оглавление.

7. Для каждого из слайдов должна использоваться уникальная форма перехода.

## **Критерии оценки:**

Максимальное количество 20 баллов за задание:

- 20 баллов 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 разнообразные формы представления информации;
- 19-14 балла если обучающийся раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- 13-8 балла если обучающийся обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- 7-1 баллов если обучающийся представил работу, но не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете
- 0 – работа не представлена.

## **3 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. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Экзамен/зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета, экзамена.

Зачет проводится в устной форме по вопросам представленных в пункте 2. Результаты аттестации заносятся в зачетную ведомость и зачетную книжку студента.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в устной форме по вопросам представленных в пункте 2. Количество вопросов в экзаменационном задании – 2. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются темы представленных разделов, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки описания и анализа основных технологических процессов на предприятиях сервиса.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

По согласованию с преподавателем магистр может подготовить реферат по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены магистрами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса. В ходе самостоятельной работы каждый магистр 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.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации магистры могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

### 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 «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, неутомительных 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.