

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 23.12.2024 11:30:32

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

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

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины
Диагностика клиента сервиса**

Направление 43.03.01 Сервис

Направленность 43.03.01.01 Управление в индустрии гостеприимства и туризма

Для набора 2024 года

Квалификация
Бакалавр

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

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	16			
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48	48	48	48
Сам. работа	24	24	24	24
Итого	72	72	72	72

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

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

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

Методический совет направления: д.э.н., профессор Суржиков М.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование у обучающихся знаний о факторах, определяющих поведение клиента, а также о психологии и этики взаимоотношений, возникающих в профессиональной деятельности специалиста в сфере сервиса. Развитие умений и навыков диагностики клиентов и клиентской среды с целью организации и развития клиентурных отношений на предприятиях сферы сервиса.
1.2	

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-8: Способность к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

сущность процесса обслуживания сервисного предприятия, понятия обслуживание, «контактная зона» и «контакт с потребителем услуг» как сферы реализации сервисной деятельности, специфику обслуживания в «контактной зоне», правила и стандарты обслуживания, нормы поведения в проблемной ситуации, связанной с обслуживанием; принципы и методы коммуникации с потребителями в ходе разрешения проблемной ситуации с потребителями. Основные социально-психологические факторы и особенности оказывающие влияние на поведение потребителя в процессе сервисной деятельности. Способы и методы диагностики клиентов сервиса с целью организации и развития клиентурных отношений в контактной зоне. Природу конфликта в сфере сервиса и пути его благоприятного разрешения. Правила и алгоритмы работы с жалобами в сервисных ситуациях; основы коммуникативной компетентности, в том числе коммуникативных сигналов (соотнесено с индикатором ПК-8.1)

Уметь:

разрабатывать и применять систему клиентских отношений, применять клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности; применять существующие нормы и правила обслуживания для разрешения проблемных ситуаций в сервисной деятельности; выявлять проблемные ситуации, определять причины их возникновения и находить адекватный способ реагирования в процессе ее разрешения; разрабатывать рекомендации по снижению риска возникновения проблемных ситуаций в процессе обслуживания в деятельности сервисных предприятий; работать в контактной зоне, консультировать потребителя; учитывать специфику сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями; осуществлять контроль качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов; работать с жалобами и возражениями. Проводить психодиагностику и составлять портрет клиента сервиса с целью консультирования, согласования и предоставления услуг в контактной зоне в процессе сервиса (соотнесено с индикатором ПК-8.2)

Владеть:

навыками совершенствования системы клиентских отношений; навыками взаимодействия с потребителями и другими заинтересованными сторонами в ходе применения клиентоориентированных технологий; навыками разработки рекомендаций по совершенствованию системы клиентских отношений. Навыками взаимодействия в контактной зоне, с учетом социально-психологических особенностей клиентов и выстраивания оптимальных клиентурных отношений, техниками восприятия и передачи коммуникативных сигналов; методами и правилами коммуникативных техник; методами и инструментами сбора информации и анализа данных с целью проведения диагностики клиентов и клиентской среды. Способы анализа конфликтных ситуаций и владеть технологиями их разрешения; методами и навыками работы с жалобами и возражениями (соотнесено с индикатором ПК-8.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. «Психодиагностическое поле клиента сервиса»

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
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 /	6	2	ПК-8	Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8
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 /	6	4	ПК-8	Л1.1, Л1.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.8, Л2.4
1.3	«Личностные особенности клиента»: анализ покупательского	6	2	ПК-8	Л1.3, Л1.4, Л1.5,

	поведения; отличительные свойства личности - типы личности; определение личностных факторов клиента сервиса / Лек /				Л1.6, Л1.8, Л2.2, Л2.4
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 /	6	4	ПК-8	Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л2.4
1.5	Самостоятельное изучение отдельных тем теоретического курса 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 Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice. программы дисциплины. / Ср /	6	6	ПК-8	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л2.2, Л2.4
Раздел 2. «Коммуникативные умения специалиста сферы сервиса и туризма»					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
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 /	6	2	ПК-8	Л1.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л2.2, Л2.4
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 /	6	4	ПК-8	Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.8, Л2.4
2.3	«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 /	6	2	ПК-8	Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л2.1, Л2.4, Л2.8
2.4	«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 /	6	4	ПК-8	Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л2.1, Л2.4, Л2.8
2.5	Самостоятельное изучение отдельных тем теоретического курса 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» Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice. программы дисциплины. / Ср /	6	6	ПК-8	Л1.1, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л2.3, Л2.4, Л2.5

Раздел 3. «Этика и психология сервисной деятельности. Организация обслуживания потребителей»					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
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 /	6	2	ПК-8	Л1.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.8, Л2.1, Л2.2, Л2.4
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 /	6	4	ПК-8	Л1.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.8, Л2.1, Л2.2, Л2.4
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 /	6	2	ПК-8	Л1.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.8, Л2.1, Л2.2, Л2.4
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 /	6	4	ПК-8	Л1.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.8, Л2.1, Л2.2, Л2.4
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 /	6	2	ПК-8	Л1.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л2.2, Л2.4
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 /	6	4	ПК-8	Л1.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л2.2, Л2.4
3.7	Самостоятельное изучение отдельных тем теоретического курса 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. Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice программы дисциплины. / Ср /	6	6	ПК-8	Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.8
Раздел 4. «Конфликтология в обслуживании клиентов в сфере сервиса»					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
4.1	«Психологический конфликт и пути его благоприятного разрешения»: введение в конфликтологию: элементы теории; поведение личности в конфликте; основные модели поведения в	6	2	ПК-8	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.8, Л2.4, Л2.8

	конflikте; 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 /				
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. Технологии регулирования конфликтов. 4. Оценка глубины конфликта. Алгоритм деятельности в процессе управления конфликтами. 5. Эффективное общение и рациональное поведение в конфликте. 6. Внутриличностные конфликты. / Пр /	6	4	ПК-8	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.8, Л2.4, Л2.8
4.3	Самостоятельное изучение отдельных тем теоретического курса 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. Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice. программы дисциплины. / Ср /	6	6	ПК-8	Л1.1, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л2.2, Л2.4, Л2.5, Л2.8
4.4	/ Зачёт /	6	0	ПК-8	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.8, Л2.1, Л2.2, Л2.4, 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,	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	32
Л1.4	Федько Н. Г., Федько В. П.	Поведение потребителей: Учеб. пособие	Ростов н/Д: Феникс, 2001	210
Л1.5	Гиппенрейтер Ю. Б., Пузырей А. А.	Психология личности: хрестоматия	Москва: Директ-Медиа, 2008	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39221 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.6	Сбоева И. А.	Поведение потребителей: учебное пособие	Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2017	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483710 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.7	Гроголева, О. Ю.	Психология мотивации: учебное пособие	Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2015	https://www.iprbookshop.ru/59646.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.8	Горайнова, Н. М.	Поведение потребителей: учебное пособие	Челябинск: Южно-Уральский институт управления и экономики, 2017	https://www.iprbookshop.ru/81299.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Столяренко Л. Д.	Психология делового общения: для студентов вузов	Ростов н/Д: Феникс, 2012	50
Л2.2	Садохин А. П.	Сервисология: человек и его потребности: учеб. пособие	М.: Омега-Л, 2010	69
Л2.3		Российское предпринимательство: всероссийский ежемесячный научно-практический журнал по экономике: журнал	Москва: Креативная экономика, 2016	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439582 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Носкова Н. В.	Психология возрастного развития человека: курс лекций	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2016	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443031 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Мачкин Ю. Е.	Турист: все о спортивном, экскурсионном, экстремальном и экзотическом туризме и оздоровительном отдыхе: журнал	Москва: Турист, 2016	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443375 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.6		Известия высших учебных заведений. Серия "Гуманитарные науки": журнал	Иваново: Ивановский государственный химико-технологический университет, 2016	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447233 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.7		Человек и современный мир: журнал	Владивосток: Эксперт-Наука, 2016	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485175 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.8	Иванова, С. Ю., Попова, С. В.	Конфликтология: учебное пособие	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015	https://www.iprbookshop.ru/62947.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС "КонсультантПлюс"

ИСС "Гарант" <http://www.internet.garant.ru/>

Портал открытых данных РФ <https://data.gov.ru/>

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>

База статистических данных Росстата <http://www.gks.ru/>

Федеральное агентство по туризму <https://tourism.gov.ru/>

5.4. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС
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

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

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 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-8: Способность к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида. Форм и объема процесса сервиса			
<p>3. Сущность процесса обслуживания сервисного предприятия, понятия обслуживания, «контактная зона» и «контакт с потребителем услуг» как сферы реализации сервисной деятельности, специфику обслуживания в «контактной зоне», правила и стандарты обслуживания, нормы поведения в проблемной ситуации, связанной с обслуживанием; принципы и методы коммуникации с потребителями в ходе разрешения проблемной ситуации с потребителями. Основные социально-психологические факторы и особенности оказывающие влияние на поведение потребителя в процессе сервисной деятельности. Способы и методы диагностики клиентов сервиса с целью организации и развития клиентурных отношений в</p>	<p>поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов</p>	<p>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; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы</p>	<p><i>СЗ – кейсы, ситуационные задания, П – презентации, Р – реферат, ДИ – деловая (ролевая) игра</i></p>

<p>контактной зоне. Природу конфликта в сфере сервиса и пути его благоприятного разрешения. Правила и алгоритмы работы с жалобами в сервисных ситуациях; основы коммуникативной компетентности, в том числе коммуникативных сигналов</p>			
<p>У. разрабатывать и применять систему клиентских отношений, применять клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности; применять существующие нормы и правила обслуживания для разрешения проблемных ситуаций в сервисной деятельности; выявлять проблемные ситуации, определять причины их возникновения и находить адекватный способ реагирования в процессе ее разрешения; разрабатывать рекомендации по снижению риска возникновения проблемных ситуаций в процессе обслуживания в деятельности сервисных предприятий; работать в контактной зоне, консультировать потребителя; учитывать специфику сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями; осуществлять контроль качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов; работать с жалобами и возражениями. Проводить</p>	<p>поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов</p>	<p>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; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы</p>	<p><i>СЗ – кейсы, ситуационные задания, П – презентации, Р – реферат, ДИ – деловая (ролевая) игра</i></p>

<p>психодиагностику и составлять портрет клиента сервиса с целью консультирования, согласования и предоставления услуг в контактной зоне в процессе сервиса</p>			
<p>В. Навыками совершенствования системы клиентских отношений; навыками взаимодействия с потребителями и другими заинтересованными сторонами в ходе применения клиентоориентированных технологий; навыками разработки рекомендаций по совершенствованию системы клиентских отношений. Навыками взаимодействия в контактной зоне, с учетом социально-психологических особенностей клиентов и выстраивания оптимальных клиентурных отношений, техниками восприятия и передачи коммуникативных сигналов; методами и правилами коммуникативных техник; методами и инструментами сбора информации и анализа данных с целью проведения диагностики клиентов и клиентской среды. Способы анализа конфликтных ситуаций и владеть технологиями их разрешения; методами и навыками работы с жалобами и возражениями</p>	<p>поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов</p>	<p>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; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы</p>	<p><i>СЗ – кейсы, ситуационные задания, П – презентации, Р – реферат, ДИ – деловая (ролевая) игра</i></p>

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)

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 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

Критерии оценивания:

Оценки «зачтено» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеющий свободно выполнять задания, предусмотренные

программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной кафедрой.

Также оценка «зачтено» выставляется студентам, обнаружившим полное знание учебного материала, успешно выполняющим предусмотренные в программе задания, усвоившим основную литературу, рекомендованную кафедрой, демонстрирующие систематический характер знаний по дисциплине и способные к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Наконец, оценкой «зачтено» оцениваются ответы студентов, показавших знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляющихся с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении контрольных заданий, не носящие принципиального характера, когда установлено, что студент обладает необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей под руководством преподавателя.

Оценка «незачтено» выставляется студентам, обнаружившим пробелы в знаниях основного учебного материала, допускающим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Такой оценки заслуживают ответы студентов, носящие несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда студент не понимает существа излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что студент не может дальше продолжать обучение или приступать к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

Деловая (ролевая) игра

по дисциплине Диагностика клиента сервиса

Деловая игра «Здравствуйте!»

1 Тема (проблема, ситуация): «Организация обслуживания потребителей в контактной зоне и способы разрешения 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 (свою).

Критерии оценки:

Максимальное количество 40 баллов за задание:

(40 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

(39-25 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

(24-1 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.

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 цифрам 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:

Максимальное количество 20 баллов за задание:

(20 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

(19-14 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

(13 -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-задача

по дисциплине Диагностика клиента сервиса

Инструкция: Перед вами 15 утверждений, которые вы должны оценить, попарно сравнивая их между собой. Сравните 1-е утверждение со 2-м, 3-м и т.д. и результат впишите 1-ю колонку. Так, если при сравнении первого утверждения со вторым, предпочтительным для себя вы сочтете второе, то в начальную строчку впишите цифру 2. Если же предпочтительным окажется первое утверждение, то впишите цифру 1. Затем то же самое проделайте со вторым утверждением: сравните его сначала с 3-м, потом с 4-м и т. д. впишите результат во вторую колонку. Подобным же образом работайте с остальными утверждениями, степенно заполняя весь бланк». Во время работы полезно к каждому утверждению вслух проговорить фразу «Я хочу...»

Старый	Новый
--------	-------

1. Добиться признания и уважения.	Добиться признания и уважения.
2. Иметь теплые отношения с людьми.	Иметь теплые отношения с людьми.
3. Обеспечить себе будущее.	Обеспечить себе будущее.
4. Зарабатывать на жизнь.	Зарабатывать на жизнь.
5. Иметь хороших собеседников.	Иметь хороших собеседников.
6. Упрочить свое положение.	Упрочить свое положение.
7. Развивать свои силы и способности.	Развивать свои таланты и способности.
8. Обеспечить себе материальный комфорт.	Обеспечить себе материальный комфорт.
9. Повышать уровень мастерства и компетентности.	Повышать уровень мастерства и компетентности.
10. Избегать неприятностей.	Избегать неприятностей.
11. Стремиться к новому и неизведанному.	Стремиться к новому и неизведанному.
12. Обеспечить себе положение влияния.	Обеспечить себе влиятельное положение.
13. Покупать хорошие вещи.	Покупать хорошие вещи.
14. Заниматься делом, требующим полной отдачи.	Заниматься делом, требующим полной отдачи.
15. Быть понятым другими.	Быть понятым другими.

1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.

КЛЮЧ

а) Закончив работу, подсчитайте количество баллов (т.е. выборов), выпавших на каждое утверждение. Выберите 5 утверждений, получивших наибольшее количество баллов и расположите их по иерархии. Это ваши главные потребности!

б) Для определения степени удовлетворенности пяти главных потребностей подсчитайте сумму баллов по пяти секциям по следующим вопросам.

- 1. Материальные потребности: 4, 8, 13;
- 2. Потребности в безопасности: 3, 6, 10;
- 3. Социальные (межличностные) потребности: 2, 5, 15;
- 4. Потребности в признании: 1, 9, 12;
- 5. Потребности в самовыражении: 7, 11, 14.

Результат. Подсчитайте суммы баллов по каждой из пяти секций; отложите на вертикальной оси графика результаты. По точкам-баллам постройте общий график результата, который укажет три зоны удовлетворенности по пяти потребностям

Критерии оценки:

Максимальное количество 10 баллов за задание:

- 10 баллов выставляется обучающемуся, если он правильно выполнил и ответил на вопросы кейс-задачи, аргументировал свою позицию

- 9-7 баллов

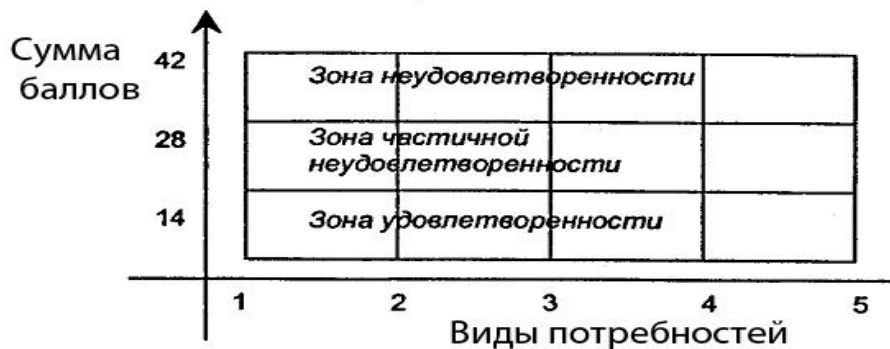
помощью

выполнить и вопросы кейс-аргументацию полно;

- 6-3 балла обучающийся вопросы кейс-
- 0-2 балла обучающийся

может ответить ни на один вопрос и провести аргументацию ситуации.

График результата: степень удовлетворенности потребностей



выставляется обучающемуся, если он с

других студентов или преподавателя сумел правильно ответить на задачи, но выстроил верно и достаточно

выставляется, если частично ответил на задачи;

выставляется, если не владеет темой и не

Кейс-ситуация

по дисциплине Диагностика клиента 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.

Гостья выхватила ключи и отправилась вокруг машины к водительскому месту, но практически сразу после того, как уселась в машину, вернулась назад. На этот раз жалоба состояла в том, что счетчик машины показывает намного больше километров, чем до того, как она оставила ее на парковку, и что машина вся пропахла пиццей. Клиентка стала обвинять Дениса в том, что он пользовался ее машиной для поездки за пиццей. Так как не могло быть никаких свидетельств обратного, все, что оставалось сделать Денису - хладнокровно объяснить клиентке, что ее машина не использовалась ни для каких других целей и была припаркована сразу же после того, как она вручила

парковочному служащему ключи. Ему пришлось повторять это несколько раз подряд, пока позади них на выезде не скопились другие машины. Дежурный менеджер спокойно вмешался в спор, чтобы объяснить клиентке, что персонал отеля обязан следовать стандартным оперативным процедурам. Он выразил надежду в том, что она снова посетит их отель, и спросил, не будет ли она возражать отогнать свою машину в сторону, так как несколько других машин уже ожидают своей очереди и подъездной путь становится перегруженным.

Инструкция и/или методические рекомендации по выполнению: Прочитать и ответить на вопросы, обсудить сложившуюся ситуацию и предложит 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 оценки:

Максимальное количество 10 баллов за задание:

- 10 баллов выставляется обучающемуся, если он правильно выполнил и ответил на вопросы кейс-задачи, аргументировал свою позицию полностью
- 9-7 баллов выставляется обучающемуся, если он с помощью других студентов или преподавателя сумел выполнить и правильно ответить на вопросы кейс-задачи, но выстроил аргументацию верно и достаточно полно;
- 6-3 балла выставляется, если обучающийся частично ответил на вопросы кейс-задачи;
- 0-2 балла выставляется, если обучающийся не владеет темой и не может ответить ни на один вопрос и провести аргументацию ситуации.

Темы рефератов и презентаций по дисциплине Диагностика клиента сервиса

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 20 баллов за задание:

15-20 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;

10-14 баллов, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

5-9 баллов, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

0-4 баллов, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

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.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации.

Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Приложение 2

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 студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки стратегического управления персоналом, а также анализ его и оценка

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 студент может подготовить доклад и презентацию 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. 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.

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