

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 23.12.2024 11:34:13

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
Управление сервисной деятельностью**

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 курсам**

Курс	2		3		Итого	
	УП	РП	УП	РП		
Лекции	4	4	6	6	10	10
Практические	4	4	6	6	10	10
Итого ауд.	8	8	12	12	20	20
Контактная работа	8	8	12	12	20	20
Сам. работа	96	96	159	159	255	255
Часы на контроль	4	4	9	9	13	13
Итого	108	108	180	180	288	288

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	Развитие системы знаний в управлении сервисной деятельностью. Приобретение навыков управления сервисными технологиями и процессами в сервисной деятельности. Освоение необходимых умений и навыков по проведению диагностики объектов сервиса, с целью осуществления контроля качества и управления сервисным предприятием.
1.2	
1.3	
1.4	

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-3: Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности

ОПК-2: Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

Основы и сущность сервисной деятельности. Функции управление, их особенности в управлении сервисной деятельностью. Методы и инструменты постановки и идентификации целей и задач управления структурными подразделениями предприятий сферы сервиса или других сферах, в которых необходимо осуществление сервисной деятельности; сущность и содержание планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений предприятий (и предприятий в целом) в сфере сервиса и/или осуществления сервисной деятельности; принципы, формы и методы контроля деятельности предприятий сервиса и/или сервисной деятельности. Организация и управление процессами и технологиями на сервисных предприятиях (соотнесено с индикатором ОПК 2.1)

Теоретические и практические аспекты оценки качества оказания услуг в сервисе на основе клиентоориентированных технологий; основные положения и принципы обеспечения качества процессов оказания услуг на основе международных и национальных стандартов; основные принципы, формы и методы функционирования системы обеспечения заявленного уровня качества услуг. Показатели оценки качества, а также методы, инструменты к осуществлению диагностики и контроля качества процессов сервиса. (соотнесено с индикатором ОПК 3.1)

Уметь:

Применять функции управления в сервисной деятельности предприятия. Использовать основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса или других сферах, в которых необходимо осуществление сервисной деятельности. Разрабатывать и применять сервисные технологий в процессе осуществления сервисной деятельности, с учетом требований потребителей в современных условиях. (соотнесено с индикатором ОПК 2.2)

Организовывать и проводить диагностику объектов сервиса, а также осуществлять контроль качества предоставляемых услуг в сфере сервиса. Обеспечить требуемое качество процессов оказания услуг в сервисе в соответствии с международными и национальными стандартами; применять современные методы оценки качества оказания услуг с учетом клиентоориентированных технологий; применять международные и национальные стандарты в целях обеспечения качества процессов оказания услуг сервисной организации; использовать методы управления качеством в целях обеспечения необходимого уровня функционирования процессов обслуживания. (соотнесено с индикатором ОПК 3.2)

Владеть:

Имеет навыки применения системного, процессного и ситуационного подхода в управлении. Использует приемы и методы для разработки, организации и управления процессами сервиса с целью создания оптимальных условий сервисной деятельности на предприятии; навыками постановки целей и задач практической деятельности структурных подразделений предприятий сферы сервиса; методами и приемами планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений предприятий (и предприятий в целом) в сфере сервиса и/или осуществления сервисной деятельности; навыками осуществления контроля деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса или других сферах, в которых необходимо осуществление сервисной деятельности (соотнесено с индикатором ОПК 2.3)

Навыками оказания услуг в соответствии с заявленным качеством, а также оценки качества оказания услуг на основе клиентоориентированных технологий; навыками оценки качества процессов обслуживания и разработки рекомендаций по его приведению в соответствии с международными и национальными стандартами; навыками работы с документационным обеспечением системы управления качеством услуг; опытом применения методов и инструментов по осуществлению за контролем качества в процессе оказания услуг и деятельности сервисного предприятия (соотнесено с индикатором ОПК 3.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. «Теоретические основы сервисной деятельности»

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
1.1	«Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека» Сфера сервиса: основные понятия. Виды сервисной деятельности. Функции сервисной деятельности. Принципы современного сервиса. Роль сервисной деятельности в социально-экономической жизни страны. Специфика рынка услуг. / Лек /	2	2	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.2	«Разновидность сервисных услуг и их классификация»: Понятие «услуга» и ее основные свойства. Модель процесса оказания услуги. Виды и разновидность услуг. Классификация услуг. Общероссийский классификатор услуг населению. / Ср /	2	8	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.3	«Качество услуг и эффективность сервисной деятельности предприятия»: понятие «качество услуги», «качество обслуживания». Номенклатура показателей качества услуг». / Лек /	2	2	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.4	«Теоретические аспекты организации обслуживания. Качество и стандарты обслуживания»: Понятие «обслуживания». Понятие о стиле обслуживания клиентов. Контактная зона. Сервисные технологии обслуживания. Формы и процесс обслуживания потребителей. Цели разработки стандартов качества обслуживания. / Ср /	2	8	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.5	Самостоятельное изучение отдельных вопросов теоретического курса: 1. Потребности – предпосылки и продукт деятельности человека. 2. Основные подходы к проблеме потребностей в XXI веке. 3. Э. Фромм о потребностях человека. 4. Теория психоанализа З. Фрейда. 5. А. Маслоу о классификации потребностей. 6. История развития национальных особенностей потребления в России. 7. Потребности и потребительское поведение. 8. Сервис как система индивидуального обслуживания. Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice программы дисциплины. / Ср /	2	18	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
Раздел 2. «Организационные основы сервисной деятельности»					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
2.1	«Особенности организации и функционирования сервисных предприятий»: классификация предприятий сервиса. Сущностные особенности всех сервисных организаций. Методы и инструменты оценки репутации, имиджа предприятия сферы сервиса. / Ср /	2	8	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
2.2	«Персонал сервисной организации как ведущий компонент в эффективной деятельности сервисного предприятия»: персонал сервисных предприятий. Работа с персоналом сервисного предприятия. Показатели личностного потенциала сотрудника сервисного предприятия. Требования к персоналу сервисного предприятия. / Ср /	2	8	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
2.3	«Потребители услуг: типологические характеристики и сервисное поведение»: значение типологий потребителей услуг. Этапы взаимодействия с потребителем в процессе обслуживания. Типология потребителей и характер их сервисного поведения. Права потребителей по международным документам. / Ср /	2	8	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
2.4	Потребители услуг: типологические характеристики и сервисное поведение. Категории потребителей, особенности и подходы к обслуживанию потребителей в сфере сервиса. / Пр /	2	2	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
2.5	«Этика и психология сервисной деятельности»: психологические аспекты сервисной деятельности. Понятие «культура сервиса» и «культура обслуживания». Профессиональная этика работника сервиса и особенности профессионального поведения.	2	2	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5,

	Эстетическая культура работника сервиса. Жалобы и конфликты в сфере сервиса. / Пр /				Л2.6
2.6	«Этика и психология сервисной деятельности»: психологические аспекты сервисной деятельности. Понятие «культура сервиса» и «культура обслуживания». Профессиональная этика работника сервиса и особенности профессионального поведения. Эстетическая культура работника сервиса. Жалобы и конфликты в сфере сервиса. / Ср /	2	4	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
2.7	«Жалобы и конфликты в сфере сервиса и их разрешение»: понятие о жалобе, основные причины жалоб потребителей в сфере сервиса. Понятие, причины и виды конфликтов в сфере сервиса. Типы конфликтных личностей. Способы разрешения конфликтов в сфере сервиса. / Ср /	2	8	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
2.8	Самостоятельное изучение отдельных тем теоретического курса: 1. Информационные технологии в сфере сервиса 2. Информационный сервис и интернет-экономика 3. Этика и этикет информационного сервиса 4. Посреднические услуги в современном российском предпринимательстве 5. Характеристика досуговых услуг 6. Общая характеристика социально-культурной сферы 7. Международная торговля услугами в сфере услуг 8. Особенности сферы сервиса в современной России. 9. Внедрение инноваций и новых видов услуг. 10. Тенденции развития сервиса в современных условиях. Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice. программы дисциплины / Ср /	2	26	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
2.9	/ Зачёт /	2	4	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6

Раздел 3. Сущность, специфика и основные подходы в управлении сервисной деятельностью

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
3.1	Сущность и основные подходы в управлении: субъект и объект управления. Факторы воздействия среды на предприятия индустрии гостеприимства и туризма. Ситуационный, системный и процессный подход в управлении в сфере сервиса. Виды управленческих решений и методы их разработки. / Лек /	3	2	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
3.2	Специфика управления в сфере индустрии гостеприимства и туризма: управление в условиях сервисной экономики. Организация управления на предприятиях гостеприимства и туризма. Особенности сетевого бизнеса в сфере индустрии гостеприимства и туризма. Франчайзинг. Управляющие компании. / Ср /	3	28	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
3.3	Самостоятельное изучение отдельных тем теоретического курса 1. Франчайзинг как форма организации малого бизнеса в сервисной деятельности 2. Мерчандайзинг как современная форма розничной торговли услугами 3. История развития международных и отечественных гостиничных цепей. 4. История развития международных и отечественных ресторанных цепей. 5. Технологии обеспечения безопасности в сфере индустрии гостеприимства и туризма. Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice. программы дисциплины	3	36	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6

Раздел 4. Функции менеджмента в управлении сервисной деятельностью на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
4.1	Стратегия и тактика в управлении предприятием индустрии гостеприимства и туризма: цели и их классификация в управлении. Требования, предъявляемые к целям предприятия. Методы стратегического анализа. Определение миссии и выбор концепции предприятия индустрии гостеприимства и туризма. Классификация стратегий предприятий индустрии гостеприимства и туризма. / Лек /	3	2	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
4.2	Организация работы по управлению сервисным предприятием: централизация и децентрализация. Делегирование полномочий и ответственности. Понятие и виды организационных структур, их преимущества и недостатки. Эффективность организационных структур. / Пр /	3	2	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
4.3	Мотивация как функция менеджмента и ее особенности в индустрии гостеприимства и туризма: мотивация и стимулирование. Теории мотивации. Элементы системы мотивации и способы мотивирования труда на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма. Особенности стимулирования на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма. / Ср /	3	30	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
4.4	Контроль как функция менеджмента и ее особенности в управлении предприятием в индустрии гостеприимства и туризма: понятие и виды контроля. Система контроллинга. Организация контроля качества услуг и обслуживания на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма. Организация контроля за деятельность персонала на предприятиях сервиса. / Ср /	3	35	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
4.5	Методы и стили управления: методу управления. Стили управления и их классификация. Власть, влияние и лидерство в управлении персоналом предприятия. / Ср /	3	30	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
4.6	Управление качеством и конкурентоспособностью обслуживания на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма: качество как основа менеджмента гостеприимства и туризма. Формирование и оценка положительного имиджа предприятия. конкуренция и конкурентоспособность предприятия в индустрии гостеприимства и туризма. формирование маркетинговой стратегии предприятия. / Лек /	3	2	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
4.7	Управление качеством и конкурентоспособностью обслуживания на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма: качество как основа менеджмента гостеприимства и туризма. Формирование и оценка положительного имиджа предприятия. конкуренция и конкурентоспособность предприятия в индустрии гостеприимства и туризма. формирование маркетинговой стратегии предприятия. / Пр /	3	4	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
4.8	Курсовая работа (темы курсовых работ в приложении №1 рабочей программы.) Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice программы дисциплины. / КР /	3	0	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.6
4.9	/ Экзамен /	3	9	ОПК-3, ОПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.6

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	Чекмарева Г. В.	Сервисная деятельность: учебно-методическое пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2011	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228826 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Мишурова И. В.	Менеджмент в гостинично-туристическом бизнесе: учеб. пособие	Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2017	52
Л1.3	Охотина Н. М.	Сервисная деятельность: учебное пособие	Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2016	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459497 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.4	Охотина Н. М.	Сервисология: учебное пособие	Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2017	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483707 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.5	Мальшина, Н. А., Ермакова, Н. И.	Сервисология: потребности человека: учебное пособие для бакалавров	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019	https://www.iprbookshop.ru/83145.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.6	Руденко, Л. Л.	Сервисная деятельность: учебное пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021	https://www.iprbookshop.ru/99368.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.7		Стратегический менеджмент в социально-культурной деятельности: учебно-методическое пособие	Белгород: Белгородский государственный институт искусств и культуры, 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615919 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
5.2. Дополнительная литература				
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	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
Л2.2	Мальшина, Н. А.	Человек и его потребности	Саратов: Вузовское образование, 2013	https://www.iprbookshop.ru/17783.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Колобова, А. Е.	Человек и его потребности. Потребление как социальный институт и процесс: учебное пособие	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016	https://www.iprbookshop.ru/76532.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.4	Коноплева Н. А.	Человек и его потребности в рыночной модели культуры: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599892 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Новиков, В. С.	Менеджмент в туризме: учебное пособие	Москва: Книгодел, МАТГ□, 2006	https://www.iprbookshop.ru/3780.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.6	Евстропов, Н. А., Корнеева, В. М., Бабыкин, С. В.	Менеджмент качества предприятий и организаций: учебное пособие	Москва: Академия стандартизации, метрологии и сертификации, 2013	https://www.iprbookshop.ru/44346.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
ОПК-2: Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью			
<p>З. Основы и сущность сервисной деятельности. Функции управление, их особенности в управлении сервисной деятельностью. Методы и инструменты постановки и идентификации целей и задач управления структурными подразделениями предприятий сферы сервиса или других сферах, в которых необходимо осуществление сервисной деятельности; сущность и содержание планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений предприятий (и предприятий в целом) в сфере сервиса и/или осуществления сервисной деятельности; принципы, формы и методы контроля деятельности предприятий сервиса и/или сервисной деятельности. Организация и</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>ВЗ - (вопросы к зачету) ВЭ - (вопросы к экзамену) Т-тесты СР-самостоятельная работа СЗ – кейсы, ситуационные задачи, ИПЗ-индивидуальное практическое задание, РП- реферат с презентацией, ДИ-деловая(ролевая) игра КР-курсовая работа</i></p>

управление процессами и технологиями на сервисных предприятиях			
<p>У. Применять функции управления в сервисной деятельности предприятия. Использовать основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса или других сферах, в которых необходимо осуществление сервисной деятельности. Разрабатывать и применять сервисные технологии в процессе осуществления сервисной деятельности, с учетом требований потребителей в современных условиях.</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>ВЗ - (вопросы к зачету) ВЭ - (вопросы к экзамену) Т-тесты СР-самостоятельная работа СЗ – кейсы, ситуационные задачи, ИПЗ-индивидуальное практическое задание, РП- реферат с презентацией, ДИ-деловая(ролевая) игра КР-курсовая работ</i></p>
<p>В. Имеет навыки применения системного, процессного и ситуационного подхода в управлении. Использует приемы и методы для разработки, организации и управления процессами сервиса с целью создания оптимальных условий сервисной деятельности на предприятии ; навыками постановки целей и задач практической деятельности структурных подразделений предприятий сферы</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;</p>	<p><i>ВЗ - (вопросы к зачету) ВЭ - (вопросы к экзамену) Т-тесты СР-самостоятельная работа СЗ – кейсы, ситуационные задачи, ИПЗ-индивидуальное практическое задание, РП- реферат с презентацией,</i></p>

<p>сервиса; методами и приемами планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений предприятий (и предприятий в целом) в сфере сервиса и/или осуществления сервисной деятельности; навыками осуществления контроля деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса или других сферах, в которых необходимо осуществление сервисной деятельности</p>		<p>обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы</p>	<p><i>ДИ-деловая(ролевая) игра КР-курсовая работ</i></p>
<p>ОПК-3: Способен обеспечивать требуемое качество оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности</p>			
<p>3. Теоретические и практические аспекты оценки качества оказания услуг в сервисе на основе клиентоориентированных технологий; основные положения и принципы обеспечения качества процессов оказания услуг на основе международных и национальных стандартов; основные принципы, формы и методы функционирования системы обеспечения заявленного уровня качества услуг. Показатели оценки качества, а также методы, инструменты к осуществлению диагностики и контроля качества процессов сервиса.</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>ВЗ - (вопросы к зачету) ВЭ - (вопросы к экзамену) Т-тесты СР-самостоятельная работа СЗ – кейсы, ситуационные задачи, ИПЗ-индивидуальное практическое задание, РП- реферат с презентацией, ДИ- деловая(ролевая) игра) КР-курсовая работ</i></p>

<p>У. Организовывать и проводить диагностику объектов сервиса, а также осуществлять контроль качества предоставляемых услуг в сфере сервиса. Обеспечить требуемое качество процессов оказания услуг в сервисе в соответствии с международными и национальными стандартами; применять современные методы оценки качества оказания услуг с учетом клиентоориентированных технологий; применять международные и национальные стандарты в целях обеспечения качества процессов оказания услуг сервисной организации; использовать методы управления качеством в целях обеспечения необходимого уровня функционирования процессов обслуживания</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>ВЗ - (вопросы к зачету) ВЭ - (вопросы к экзамену) Т-тесты СР-самостоятельная работа СЗ – кейсы, ситуационные задачи, ИПЗ-индивидуальное практическое задание, РП- реферат с презентацией, ДИ-деловая(ролевая) игра КР-курсовая работ</i></p>
<p>В. Навыками оказания услуг в соответствии с заявленным качеством, а также оценки качества оказания услуг на основе клиентоориентированных технологий; навыками оценки качества процессов обслуживания и разработки рекомендаций по его приведению в соответствии с международными и национальными стандартами; навыками работы с документационным обеспечением системы управления качеством</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</p>	<p><i>ВЗ - (вопросы к зачету) ВЭ - (вопросы к экзамену) Т-тесты СР-самостоятельная работа СЗ – кейсы, ситуационные задачи, ИПЗ-индивидуальное практическое задание, РП- реферат с презентацией, ДИ-деловая(ролевая) игра КР-курсовая работ</i></p>

услуг; опытом применения методов и инструментов по осуществлению за контролем качества в процессе оказания услуг и деятельности сервисного предприятия		данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы	
--	--	--	--

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

2 семестр

к зачету по дисциплине «Управление сервисной деятельностью»:

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

14. Раскройте мировую практику классификация услуг.
15. Продемонстрируйте алгоритм возникновения новой услуги.
16. Раскройте стадии жизненного цикла услуги и их особенности.
17. Раскройте номенклатура показателей качества услуг и их характеристики.
18. Раскройте понятие «качество услуги» и качество услуги с позиции потребителя. Относительное качество.
19. Раскройте значение стандартизация в управлении качеством услуги.
20. Раскройте значение сертификации в управлении качеством услуги.
17. Раскройте понятие «обслуживание». Стандарты и формы обслуживания.
18. Перечислите и раскройте прогрессивные формы обслуживания.
19. Раскройте значение культура сервиса и культура обслуживания в сервисной деятельности.
20. Раскройте понятие «контактной зоны», особенности культуры общения работника контактной зоны.
21. Перечислите и раскройте классификацию предприятий сервиса.
22. Объясните сущностные особенности всех видов сервисной организации.
23. Объясните основные принципы становления предприятий, фирмы в сфере сервиса.
24. Раскройте основные условия эффективного функционирования (здоровья) сервисной организации.
25. Объясните значение репутации, имиджа предприятия, организации сферы сервиса.
26. Раскройте значение персонал сервисной организации. Работа с персоналом сферы сервиса.
27. Объясните значение личностного потенциала сотрудника сервисной организации. Обоснуйте значение предъявляемых требований к персоналу сферы сервиса.
28. Раскройте значение культура деятельности персонала сервисной организации.
29. Раскройте понятие «поведение потребителя» и значение типологии потребителя в процессе сервиса.
30. Опишите и продемонстрируйте этапы взаимодействия с потребителем в процессе обслуживания.
31. Раскройте типологию потребителей сервисных услуг по социально- культурным характеристикам.
32. Выделите отличительные признаки потребителей по социально – демографическим характеристикам .
33. Выделите отличительные признаки поведения потребителей услуг по социально – психологическим характеристикам.
34. Раскройте права потребителей по международным документам.
35. Объясните значение нормативно – правовые отношений, регламентирующих отношения в сфере оказания услуг.
36. Раскройте и обоснуйте значение внедрений инноваций и новых видов услуг.
37. Выделите основные тенденции развития сферы сервиса

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 приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

ВОПРОСЫ

3 семестр

к экзамену по дисциплине «Управление сервисной деятельностью»:

1. Раскройте субъекты и объекты в управлении сервисным предприятием.
2. раскройте факторы внешней и внутренней среды, воздействующие на деятельность организации.
3. Опишите ситуационный, системный и процессный подходы управления.
4. Виды управленческих решений и методы их разработки.
5. Дайте понятие «услуга». Раскройте классификацию услуг.
6. Понятие и сущность менеджмента. Виды и функции менеджмента.
7. Раскройте специфику управления в условиях сервисной экономики
8. Объясните основные принципы становления и управления предприятий в сфере сервиса.
9. Раскройте основные условия эффективного функционирования (здоровья) сервисной организации.
10. Объясните значение репутации, имиджа предприятия, организации сферы сервиса.
11. Раскройте франчайзинга как форма управления сервисным предприятием
12. Раскройте особенности сетевого бизнеса в управлении индустрии гостеприимства и туризма.
13. Содержание, виды и принципы планирования.
14. Стратегическое планирование в управлении предприятиями сервиса.
15. Определение миссии и выбор концепции предприятия сервиса
16. Требования, предъявляемые к целям предприятия в сфере сервиса.
17. Централизация и децентрализация управления
18. Делегирование полномочий и ответственности в управлении
19. Понятие и виды организационных структур управления

20. Организационные структуры на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма и их эффективность.
21. Мотивация как функция управления. Виды стимулирования
22. Особенности стимулирования в сфере сервиса.
23. Понятие и виды контроля. Функции контроля.
24. Организация контроля качества услуг и обслуживания на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма.
25. Организация контроля за деятельностью персонала на предприятиях сервиса.
26. Раскройте понятие «качество услуги» и качество услуги с позиции потребителя. Относительное качество.
27. Какие системы качества услуг используются для оценки предприятия индустрии гостеприимства и туризма.
28. Раскройте методы измерения качества обслуживания.
29. Раскройте методы управления их классификацию.
30. Опишите стили управления и их классификация.
31. Власть, влияние и лидерство в управлении персоналом предприятия.
32. Что такое конкуренция и конкурентоспособность предприятия в индустрии гостеприимства и туризма?
31. Охарактеризуйте пять конкурентных составляющих (сил) М. Портера (на примере сервисного предприятия).
32. Раскройте методы анализа маркетинговых возможностей и процесс формирования маркетинговой стратегии сервисного предприятия.
33. Раскройте и обоснуйте значение внедрений инноваций и новых видов услуг.
34. Выделите основные тенденции развития сферы индустрии гостеприимства и туризма в современных условиях.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» (84-100 баллов) выставляется, если изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;
- оценка «хорошо» (67-83 баллов) - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;
- оценка «удовлетворительно» (50-66 баллов) - 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;
- оценка «неудовлетворительно» (0-49 баллов) - 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.

по дисциплине «Управление сервисной деятельностью»

Задание: *Выбрать один правильный ответ*

- 1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:**
 - a) опрос, профессионализм, качество;
 - b) услуга, спрос, специалист;
 - c) деятельность, потребность и услуга.

- 2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:**
 - a) исследовательская;
 - b) потребительская (пользовательская);
 - c) ценностно-ориентационная.

- 3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:**
 - a) бронирование номеров;
 - b) прием и размещение;
 - c) расчет при выезде.

- 4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:**
 - a) рекламные услуги;
 - b) организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
 - c) психодиагностику.

- 5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:**
 - a) уровень развития экономики и хозяйственная система;
 - b) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;
 - c) общественные структуры: политические партии.

- 6. В чем заключается неосвязаемость услуги:**
 - a) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
 - b) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
 - c) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.

- 7. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это:**
 - a) спрос;
 - b) потребность;
 - c) мотивация.

- 8. Отличительными особенностями услуг являются:**
 - a) неразрывность производства и потребления услуги;
 - b) несохраняемость услуг;
 - c) незабываемость услуг.

- 9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:**
 - a) определенный способ предоставления услуг заказчику;

- b) предоставление информации клиенту;
- c) оказание услуги клиенту.

10. Сервисная деятельность – это:

- a) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
- b) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
- c) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

11. Услуга обладает следующими качествами:

- a) способность к хранению и транспортировке;
- b) неотделимость от своего источника;
- c) неизменностью качества.

12. К некоммерческим услугам относят:

- a) услуги предприятий туризма и отдыха;
- b) услуги организаций общественного питания;
- c) услуги благотворительных фондов.

13. Целью сервисной деятельности является:

- a) удовлетворение человеческих потребностей;
- b) исследование рынка услуг;
- c) производство услуг.

14. Контактной зоной не является:

- a) зона ремонта бытовой техники;
- b) рабочее место парикмахера;
- c) рабочее место стоматолога.

15. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:

- a) бесконтактным;
- b) формальным;
- c) бесплатным.

16. Физические потребности это потребности в:

- a) в общественной деятельности,
- b) во сне;
- c) в творческой деятельности.

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- a) бесконтактное обслуживание;
- b) фирменное обслуживание;
- c) неформальное обслуживание.

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- a) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
- b) Осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.
- c) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.

19. В практической психологии выделяют четыре межличностных состояния.

Интимное расстояние - общение близких или хорошо знакомых людей.

- a) 0 – 45 см;
- b) 45 – 120 см;
- c) 120 – 400 см.

20. Франчайзинг это:

- a) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой
- b) компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;
- c) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой
- d) компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества;
- e) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- a) социальный статус;
- b) выгода;
- c) мотив.

22. Характеристика услуг:

- a) неопределенность качества;
- b) могут накапливаться;
- c) передача собственности.

23. Характеристика товаров:

- a) неоднородность;
- b) индивидуальность;
- c) осязаемость.

24. Жесткий сервис это:

- a) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности,
- b) безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
- c) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у
- d) данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;
- e) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

25. Разработка новых товаров и услуг: сходства и различия. Основные сходства:

- a) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;
- b) соответствие техническим условиям и стандартам;
- c) требует многих ресурсов, таких как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила и энергия.

26. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:

- a) жилищно-коммунальные услуги;

- b) научно-исследовательские услуги;
- c) услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги

27. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:

- a) материально-преобразовательная;
- b) исследовательская;
- c) потребительская (пользовательская).

28. Какие из перечисленных услуг ресторана относятся к вспомогательным?

- a) Резервирование столиков;
- b) Вызов такси;
- c) Кондиционирование воздуха;

29. Реклама, экспертиза, психодиагностика, имиджмейкерские услуги, художественно-оформительские услуги – это область сервиса в:

- a) материально-преобразовательной деятельности;
- b) познавательной деятельности;
- c) ценностно-ориентационной деятельности;

30. Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:

- a) потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, физиологические потребности, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении;
- b) физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении);
- c) потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности.

31. Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это:

- a) контактная зона;
- b) зал ожидания;
- c) комната для посетителей.

32. В чем заключается несохраняемость услуг:

- a) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
- b) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель оплатит;
- c) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.

33. Отличительными особенностями услуг являются:

- a) неосвязаемость услуг;
- b) неразрывность производства и потребления услуги;
- c) незабываемость услуг.

34. Обслуживание это:

- a) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги;
- b) оказание услуги потребителю;
- c) комплекс мер по обслуживанию населения.

35. Сервис — это:

- a) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг;
- b) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой;
- c) предпродажное и гарантийное обслуживание.

36. Производственные услуги – это:

- a) услуги банков, страховых компаний;
- b) инжиниринг, обслуживание оборудования, лизинг;
- c) пассажирский транспорт, торговля, образование.

37. Услуги по регистрации транспортных средств являются:

- a) государственными;
- b) идеальными;
- c) смешанными.

38. Контактная зона – это:

- a) любое место, где производится услуга;
- b) место, где услуга может храниться;
- c) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы.

39. Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания – это:

- a) поиск понимания;
- b) призыв к совести;
- c) жалоба.

40. Социальные потребности это потребности в:

- a) в самовыражении;
- b) в познании;
- c) в жилье.

Критерии оценки:

(15-20 баллов) выставляется обучающемуся, если он ответил правильно на 100-85% заданий теста

(8-14 баллов), если обучающийся ответил на 84-69% заданий теста;

(5-7 баллов), если обучающийся ответил на 68-50% заданий теста

(0-5 баллов), если обучающийся ответил менее чем на 50% теста.

Семестр 2

Самостоятельная работа

по дисциплине «Управление сервисной деятельностью»

Задание 1: Установите соответствие между понятием и определением

Услуга	совокупность полезных свойств услуги, непосредственно направленных на удовлетворение той или иной потребности человека
Функция услуги	конкретные материальные действия, направленные на удовлетворение потребностей потребителя
Полезный эффект от услуги	абстрактная, теоретическая модель того или иного вида сервисной деятельности (включает правило обслуживания, стандарты качества, технологию оказания услуги)
Потребитель услуги	предприятие, организация или предприниматель, оказывающие услугу потребителю
Исполнитель услуги	восстановление потребительских свойств товара, создание по заказу нового изделия, перемещение, создание условий потребления, обеспечение или поддержание здоровья, духовное или физическое развитие личности, профессионального мастерства
Результат услуги	гражданин, получающий, заказывающий либо имеющий намерение получить или заказать услуги для личных нужд
Идеальная услуга	непосредственное обслуживание населения, создание комфортных условий жизнедеятельности: в транспорте, в общественных местах, во время отдыха
Реальная услуга	результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя

Задание 2: Рассмотреть и представить характеристику классификаций услуг на категории, виды и типы по различным критериям в форме таблицы 1.

Таблица 1 – Характеристика классификаций услуг

Вид классификации	Критерий классификации (принцип)	Пример классификации услуг
1. По Ловлоку		
2. По типу услуг (видам деятельности)		
3. Материальные и нематериальные		
4. Отраслевая (производственная)		
5. По форме оплаты		
6. Простые и комплексные		

Задание 3: Распределите в таблице следующие продукты по таблице в зависимости от соответствия в них материальной и нематериальной составляющей: конфеты, автомобиль, консультация нотариуса, футболка, туристическая услуга, посудомоечная машина, образовательная услуга. Дополнить таблицу своими примерами.

100 % товар	Товар + услуга	Услуга + товар	100 % услуга

Задание 4: Услуги можно классифицировать в зависимости от покупательских мотивов. Какие мотивы будут преобладать при принятии решения о покупке следующих услуг:

- покупка абонемента в спортклуб;
- услуги стоматолога;
- услуга маникюра;
- покупка товаров через интернет;
- услуги частного извоза вместо заказа такси;
- услуги юриста.

6. Раскройте отличительные характеристики услуг и приведите примеры их проявления в услугах предоставляемых предприятием сервиса.

Особенность услуги	В чем проявляется	Пример

Критерии оценки:

Максимальное количество баллов, которое студент может набрать, выполнив 4 задания – 20 баллов.

- Студенту выставляется 5 баллов, если студент правильно и полно раскрыл ответы на поставленные вопросы и задания;

Студенту выставляется 0-4 баллов, если допущены ошибки и (или) частично ответил на поставленные вопросы.

2 Семестр

Индивидуальное практическое задание №1

по дисциплине «Управление сервисной деятельностью»

Оценка относительного качества услуг предприятия графическим способом.

Цель задания. Гласность рынка позволяет предприятию провести прямое сравнение своего пакета услуг с предложениями конкурентов. Отсюда и происходит понятие «относительное качество» которому присущи следующие характеристики:

- возможность сравнения с услугами самых сильных конкурентов;
- возможность рассмотрения с точки зрения потребителя;
- независимость от структуры цен на предприятии;
- возможность охвата не только материальных, но и нематериальных услуг, включая поведение персонала.

Методика выявления относительного качества включает два этапа.

Первый этап. Следует выделить важнейшие с точки зрения потребителя критерии (5-10), которые приводят к принятию решения о приобретении услуг. При этом цены не

должны приниматься в расчет. Важность выделенных критериев необходимо согласовать с мнением персонала, который непосредственно контактирует с потребителем и имеет большой опыт общения.

Второй этап - оценка критериев по 5-10-балльной шкале и последующее сравнение с такой же оценкой идентичных критериев на важнейших предприятиях конкурентах. Чем больше будет предприятий, тем точнее критерии относительного качества, которые лучше изобразить графически, в результате чего получится своеобразный профиль качества. Пример проведения расчетов

Пример графического способа сопоставления качества услуг гостиничных предприятий.

Пусть гостиничные услуги с точки зрения потребителя характеризуются следующими критериями, оцененными потребителями в баллах: расположение; качество питания; безопасность; компетентность персонала; предложение дополнительных услуг; чистота в номерах, туалете, душе; вежливость и доброжелательность персонала; работа телевизора, видео-, аудиоаппаратуры; тишина и поведение соседей; мебель в номере.

По результатам представительного опроса экспертов (потребителей) находятся по пятибалльной шкале осредненные оценки приведенных критериев для данного предприятия (Пр) и трех его конкурентов К1, К2 и К3 (табл. 1). Эти оценки наносятся на график и делается заключение относительно положения данного предприятия по сравнению с его конкурентами (рис. 1.).



Рис. 1. Профиль относительного качества услуг

Исходные данные для примера составления качества услуг предприятия графическим способом

Таблица 1

№	Показатель	Вариант 0			
		Пр	К1	К2	К3
1	Расположение	5,0	3,5	4,5	3,0
2	Качество питания	4,0	3,5	3,0	4,5
3	Безопасность	4,5	5,0	4,0	3,5
4	Компетентность персонала	4,0	3,5	3,0	4,0
5	Предложение дополнительных услуг	5,0	4,0	4,5	3,5
6	Чистота в номерах, туалете, душе	4,0	3,5	3,0	5,0
7	Вежливость и доброжелательность персонала	5,0	4,0	4,5	3,5
8	Работа телевизора, видео, аудио	4,0	4,0	3,5	4,5
9	Тишина и поведение соседей	5,0	4,5	4,0	3,5
10	Мебель в номере	4,5	4,0	4,5	3,5

Задание: Усредненные оценки критериев качества для гостиничного предприятия и трех его конкурентов приведены в таблице. Необходимо построить профиль относительного качества гостиничных услуг предприятия по отношению к трем его конкурентам и дать анализ полученного результата (Вариант выбирается по последней цифре в номере зачетной книжки, нечетная цифра – вариант № 1, четная цифра – вариант №2).

Вариант №1

Исходные данные для построения профиля относительного качества

№	Показатели	Предприятие	Конкурент №1	Конкурент №2	Конкурент №3
1	Расположение	1	4,5	2,5	3
2	Качество питания	3,5	5	3,5	4
3	Безопасность	2,5	4	4	3,5
4	Компетентность персонала	3,5	5	4,5	5
5	Предложение дополнительных услуг	3,5	2,5	4	5
6	Чистота в номерах, туалете, душе	5	4	5	2,5
7	Вежливость и доброжелательность персонала	2	3,5	4	3,5
8	Работа телевизора, связь, аудиоаппаратуры	4,5	3	4,5	5
9	Тишина и поведение соседей	5	3,5	4	3,5
10	Мебель в номере	5	4,5	4	2,5

Вариант №2

Исходные данные для построения профиля относительного качества

№	Показатели	Предприятие	Конкурент №1	Конкурент №2	Конкурент №3
1	Расположение	4	4,5	3,5	3
2	Качество питания	4,5	5	3,5	4
3	Безопасность	5	4	4	4,5
4	Компетентность персонала	3,5	5	3,5	5
5	Предложение дополнительных услуг	3,5	4,5	4	5
6	Чистота в номерах, туалете, душе	4	5	3	3,5
7	Вежливость и доброжелательность персонала	5	4,5	4	3,5
8	Работа телевизора, связь, аудиоаппаратуры	4,5	3	3,5	5
9	Тишина и поведение соседей	5	4,5	4	4,5
10	Мебель в номере	5	4,5	4	3,5

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;
- 19-10 балла если обучающийся раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- 9-1 балла если обучающийся обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- 0 баллов если обучающийся не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

2 семестр

Индивидуальное практическое задание №2 по дисциплине «Управление сервисной деятельностью» Анализ контактной зоны

Задание: Подготовить презентацию контактной зоны предприятия индустрии гостеприимства (по выбору студента) и выполнить оценку ее работы по представленным критериям в таблице 1. Сделать выводы и дать рекомендации.

Таблица 1

№	Критерии (в каждый пункт внести описание по критерию)	Оценка	Примечания
		1-10 (баллов)	
1	Атмосфера пространственной среды		

2	Эстетическое оформление		
3	Работа персонала в контактной зоне		
4	Психологическое восприятие		
5.	Сценарий обслуживания		
	Общий балл		

Выводы:

Рекомендации:

1. _____
2. _____
3. _____

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;
- 19-10 балла если обучающийся раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- 9-1 балла если обучающийся обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- 0 баллов если обучающийся не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

2 семестр

Темы рефератов и презентаций по дисциплине «Управление сервисной деятельностью»

1. Сервис как общественное и экономическое явление
2. Социальные предпосылки сервисной деятельности
3. Роль сервисной деятельности в социально-экономическом развитии страны
4. Структура и виды сервисной деятельности
5. Сервисная деятельность как процесс удовлетворения потребностей
6. Услуга как специфический продукт сервисной деятельности
7. Основы организации сервисной деятельности
8. Специфика оказания различных услуг в сервисной деятельности
9. Основы организации рабочих мест в индустрии моды и красоты
10. Организация обслуживания потребителей услуг
11. Способы и формы организации обслуживания оказания услуг
12. Основные правила обслуживания населения

13. Качество услуг и обслуживание
14. Культура обслуживания как базовый элемент качества обслуживания
15. Эффективность сервисной деятельности
16. Этика и психология сервисной деятельности
17. Особенности профессионального поведения в сфере сервиса
18. Этика и психология взаимоотношений в трудовом коллективе и в общении с потребителем
19. Специфика межличностного общения работников сервисных организаций и потребителей в процессе оказания услуги.
20. Основные психологические принципы взаимоотношения с клиентом.
21. Виды конфликтов и способы их разрешения
22. Особенности сервисной деятельности в отдельных отраслевых группах услуг.
23. Понятие «услуга» и ее место в сервисной деятельности.
24. Функции сферы услуг.
25. Структура сферы услуг
26. Классификации типов и видов услуг.
27. Социальные предпосылки возникновения и развития сферы сервиса.
28. Место сервиса в постиндустриальном обществе.
29. Понятие «сервисное общество».
30. Становление и развитие науки о сервисе - сервисологии.
31. Этапы развития сферы услуг в России.
32. Эволюция понятий «товар» и «услуга».
33. Определение ценности услуги.
34. Определение потребительской среды в сфере услуг.
35. Клиенты сферы услуг и их потребности.
36. Факторы, влияющие на покупательское поведение клиентов сферы услуг.
37. Контактная зона и ее характеристики.
38. Работа с жалобами потребителей услуг.
39. Принципы эффективного решения конфликтных ситуаций.
40. Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания.

Критерии оценки:

Максимальное количество 20 баллов за задание:

- Обучающемуся выставляется 20 баллов за реферат, если изложенный материал фактически верен, демонстрируется наличие глубоких исчерпывающих знаний в области изучаемого вопроса, грамотное, свободное и логически стройное изложение материала, эффективная презентация отражает и дополняет основные положения реферата.

- Обучающемуся выставляется 0-9 баллов за реферат, если не соблюдены отдельные или все критерии максимальной оценки.

3 семестр

Кейс-задача №1

по дисциплине «Управление сервисной деятельностью»

Задание:

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

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

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

Факторы внешней среды прямого воздействия

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

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

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

2. Имеются договоры о совместной деятельности с рядом крупных городских туристических агентств, а также в других городах, что обеспечивает 100%-ную загрузку гостиницы при работе с группами туристов. В остальные периоды загрузка номерного фонда гостиницы составляет не более 40 %, что объясняется сезонностью спроса на услуги. Привлечение «непрофильных» клиентов и в межсезонный период требует дополнительных затрат.

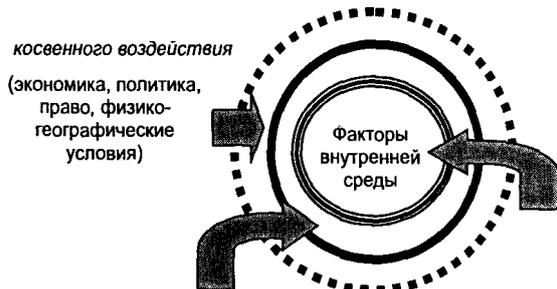
3. Гостиница расположена в старинном особняке, что накладывает определенные требования к ее внешнему виду (невозможность изменения внешнего облика, увеличения этажности). Необходимость реконструкции или нового строительства очевидна.

4. Стоимость номеров в гостинице выше, чем у других гостиниц, что означает более высокий уровень обслуживания и обеспечивает более высокие удельные прибыли, однако означает ориентацию на узкий сегмент рынка.

5. Ощущается недостаток квалифицированных управленческих кадров, менеджмент предприятия не имеет ясных стратегических ориентиров, отсутствует возможность подготовки и переподготовки квалифицированных кадров в региональных учебных заведениях.

6. Предприятие имеет все необходимые для ее функционирования коммуникации: газ, вода, электричество, канализация. Ряд коммуникаций давно не подвергался капитальному ремонту. Инженерные сети находятся в ветхом состоянии, их мощности недостаточно для развития гостиницы.

7. В последнее время увеличивается конкуренция со стороны трехзвездочных гостиниц, предоставляющих номера повышенной комфортности (люкс и полуплюкс).



8. Существует спрос со стороны туристических фирм по заключению долгосрочных договоров на размещение туристов, в том числе по линии делового туризма.
9. Отсутствуют собственные средства предприятия для осуществления инвестиционных программ, а также нет возможности получения доступного для предприятия кредита.
10. Имеется тенденция роста количества иностранных туристов, а также событийного туризма.

Критерии оценки:

Максимальное количество 20 баллов за задание:

(20 баллов) - глубокое и прочное усвоение программного материала - полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы - свободно справляющиеся с поставленными задачами, знания материала, - правильно обоснованные принятые решения, - владение разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ.

(19-15 баллов) - знание программного материала - грамотное изложение, без существенных неточностей в ответе на вопрос, - правильное применение теоретических знаний - владение необходимыми навыками при выполнении практических задач

(14-9баллов) - усвоение основного материала - при ответе допускаются неточности - при ответе недостаточно правильные формулировки - нарушение последовательности в изложении программного материала - затруднения в выполнении практических заданий

(8-1 баллов) – слабое знание программного материала, - при ответе возникают ошибки - затруднения при выполнении практических работ

(0 баллов) - не знание программного материала, - кейс-задача не выполнена.

3 семестр

Кейс-задача №2

по дисциплине «Управление сервисной деятельностью» «Психогеометрия форм личности»

Задание: 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 быденном, 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
<u>КВАДРАТ</u>	<p>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 бегает и не скачет).</p> <p>Бесстрастное, ничего не выражающее лицо «игрока в покер», особенно в эмоциональных ситуациях.</p> <p>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.</p> <p>Планирование. Квадраты ничего не делают без того, чтобы не 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>
<u>ТРЕУГОЛЬНИК</u>	<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. Создают впечатление власти над людьми</p>
<p><u>ПРЯМОУГОЛЬНИК</u></p>	<p>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: барабанят (пальцами по столу, крутят или грызут карандаш (ручку), покашливают (нервное «кхеканье»), почесывают руку, потирают рукой лицо, сцепляют и расцепляют руки и т. д.</p> <p>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.</p> <p>Непредсказуемые колебания двигательной активности: от вялого покоя до сильного двигательного возбуждения. Забывчивость и склонность терять вещи. Вокруг находящегося в замешательстве</p>

	<p>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 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. 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. 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><u>КРУГ</u></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</p>

	<p>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 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><u>ЗИГЗАГ</u></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</p>

	<p>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 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 таблицу 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:

Максимальное количество 20 баллов за задание:

(20 баллов) - глубокое и прочное усвоение программного материала - полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы - свободно справляющиеся с поставленными задачами, знания материала, - правильно обоснованные принятые решения, - владение разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ.

(19-15 баллов) - знание программного материала - грамотное изложение, без существенных неточностей в ответе на вопрос, - правильное применение теоретических знаний - владение необходимыми навыками при выполнении практических задач

(14-9баллов) - усвоение основного материала - при ответе допускаются неточности - при ответе недостаточно правильные формулировки - нарушение последовательности в изложении программного материала - затруднения в выполнении практических заданий

(8-1 баллов) – слабое знание программного материала, - при ответе возникают ошибки - затруднения при выполнении практических работ

(0 баллов) - не знание программного материала, - кейс-задача не выполнена.

3 семестр

Кейс-задача №3

по дисциплине «Управление сервисной деятельностью»

Кейс-задача 1

Задание: сделайте выводы по таблице 1, а именно относительно роли материального стимулирования работников, на какой персонал в первую очередь направлена мотивация страхом, от чего зависит эффективность мотивации персонала отеля.

Одним из важнейших аспектов, характеризующих принятые в коллективе ценности, является мотивация трудового поведения. Основополагающей сутью современной концепции управления персоналом является признание экономической целесообразности капиталовложений в привлечение персонала, поддержание его трудоспособности, создание условий для более полного выявления возможностей и способностей, заложенных в личности. Поэтому важные изменения в кадровой политике, стилях и методах руководства персоналом связаны с изменениями в системе трудовой мотивации. Мотивация позволяет

обеспечить восстановление смыслообразующей функции труда, утратившей свои позиции в нынешних экономических условиях, возвращение нормальной трудоспособности работников и формирование нового трудового сознания.

На трудовую мотивацию влияют следующие показатели:

- система экономических нормативов и льгот;
- уровень заработной платы и справедливость распределения доходов;
- условия и содержательность труда;
- признание со стороны окружающих и карьерные соображения;
- творческий порыв и интересная работа;
- желание самоутвердиться и постоянный риск;
- жесткие внешние команды, внутренняя культура и другое.

Готовность и стремление человека выполнять свою работу наилучшим образом рассматривается организацией в качестве ключевого фактора успеха организации. Знание мотивов, побуждающих человека к труду, и механизмов их возникновения позволяет разработать систему управления персоналом.

Результаты исследования ряда организаций индустрии туризма, в ходе которого опрошенных попросили указать факторы, важные для них при выборе работы, показали, что одним из основных факторов является интерес к работе. Этот фактор опередил по значимости такие факторы, как заработная плата, признание профессионального и личного достоинства, психологический климат в коллективе, безопасность (табл.1).

Таблица 1

Перечень факторов, важных для персонала при выборе работы, по степени убывания их привлекательности

Критерии мотивации	Доля персонала, выбравших данный критерий, %
Интерес к работе	52
Организация труда	51
Заработная плата	48
Признание профессионального достоинства	46
Справедливая оценка труда	38
Психологический климат в коллективе	33
Возможность профессионального роста	29
Самореализация	32
Целеполагание	22
Безопасность	7

Кейс-задача 2

Задание: назовите причины, по которым эффективность данных систем поощрения персонала может с течением времени уменьшаться.

В московских гостиницах сети «Marriott» для формирования у служащих отеля чувства гордости за свою компанию и сопричастности к деятельности всей гостиничной цепи в целом с вновь поступившими на работу сотрудниками проводится ориентировочный инструктаж, во время которого они узнают об истории корпорации, их знакомят с принципами гостеприимства в цепи «Marriott»: приветствуйте каждого гостя с улыбкой; общайтесь с гостем в теплой, сердечной, дружелюбной манере; проявляйте неподдельный интерес к запросам гостя и его проблемам; четко выясняйте потребности гостя и будьте гибки при удовлетворении их; обладайте всеми необходимыми знаниями относительно

своей работы; не бойтесь принимать полноценные решения и ответственности в них. Кроме того, служащих знакомят с существующими в гостинице компенсационными и премиальными выплатами, а также с правилами и техники безопасности.

В течение испытательного срока, который может составлять 30, 60 или 90 дней, работник проходит несколько аттестаций на соответствие занимаемой должности. А затем в течение первых двух лет работника аттестуют каждые полгода, после двух лет работы - 1 раз в год. Такая аттестация позволяет самим работникам увидеть недостатки своей работы и учесть их в дальнейшем, а руководству дает возможность использовать данные аттестации для поощрения отличившихся сотрудников.

В процессе работы в гостинице цепи «Marriott» сотрудникам также предоставляются следующие социальные льготы и гарантии:

- медицинское страхование для сотрудников, проработавших более 1 года;
- организация поездок в Подмоскowie и на Черное море, с предоставлением скидок в размере 60-90 % от стоимости путевки;
- предоставление всем сотрудникам гостиниц права на специальную скидку, если они останавливаются в любом городе мира в гостиницах сети «Marriott»;
- предоставление бесплатного питания (каждый месяц менеджер отдела раздает карточки на питание, по которым можно завтракать и обедать);
- совместное празднование отдельных дат (годовщина открытия гостиницы, Новый год и др.) для укрепления корпоративной культуры.

Кроме этого в гостиницах сети проводится также ряд мотивационных программ:

- «лучший сотрудник месяца». В конце каждого месяца выбираются претенденты на это звание, которые затем приглашаются на обед в один из банкетных залов гостиницы, где объявляется «лучший сотрудник», причем таких сотрудников два: «лицо» гостиницы и «сердце» гостиницы. Эти сотрудники получают приглашение на двоих в ресторан «Гратци» (Marriott) и денежную премию;
- «лучший сотрудник года» выбирается в конце года. Он получает приглашение в ресторан и поездку на неделю в Европу с проживанием в пятизвездочном отеле сети «Marriott»;
- «лучший супервайзер» и «лучший менеджер» выбираются каждый квартал и в конце года.

Однако эффективность этих поощрений с течением времени уменьшается.

Кейс-задача 3

Для развития профессионального уровня персонала руководство отелей «Marriott» постоянно проводит различные программы обучения. С этой целью в отделе кадров есть специальные сотрудники и менеджеры по обучению (тренеры). Система подготовки кадров в гостиницах «Marriott» предполагает постоянное совершенствование профессионализма персонала. Каждый сотрудник, приходящий в компанию, обучается своей работе. Системный подход в обучении предполагает: создание учебного пособия по специальности (руководство); разъяснение работнику его обязанностей в ходе учебных программ; пошаговое описание того, как правильно выполнять конкретную работу в соответствующей производственной обстановке; знакомство со стандартами обслуживания клиента, существующими в компании. Положительными сторонами такого обучения является то, что работникам не приходится импровизировать на тему качественного сервиса и это способствует развитию индивидуальности компании, формированию корпоративной культуры, созданию положительного имиджа гостиницы у потребителя.

В гостиницах сети «Marriott» программа повышения квалификации представляет собой непрерывный процесс. Сотрудники также постоянно проходят обучение на основе тренингов. Для персонала различных служб гостиницы разработаны как общие, так и

специальные программы тренингов. Данные тренинги рассчитаны по продолжительности на 1-2 дня.

Тренинги позволяют в имитационном режиме в условиях коллективной работы спроектировать реальные ситуации и соответствующие им модели поведения, убедиться в их эффективности, найти пути переноса опыта игровой реальности в настоящую жизнь. В тренинговом режиме легче преодолеть состояние подвешенности и ценностной неопределенности, добиться консенсуса в случае существенного различия позиций разнообразных субъектов процесса управления. Такая групповая работа позволяет приобрести навыки сотрудничества в коллективе, выявить лидеров, понять специфику социально-психологических отношений, а также способствует формированию и дальнейшему развитию корпоративной культуры в организации.

Постоянная система обучения высокоэффективна, но имеет ряд недостатков, основным из которых является то, что данные тренинги разработаны для всех гостиниц сети «Marriott», независимо от их географической принадлежности, т. е. без учета культурных ценностей российского персонала гостиниц, сформировавшихся под влиянием национальных традиций, отечественной системы образования или иных социальных структур.

Аналогичные тренинги в большем или меньшем объеме используются и в других отелях России, принадлежащих крупным международным гостиничным цепям. Так, в целях поддержания единой системы ценностей и подхода к обслуживанию гостей в гостиницах международной сети «Radisson SAS» организуют корпоративные тренинги, программы обучения и повышения квалификации персонала. Сеть «Radisson SAS» активно использует для обучения персонала одну из своих самых динамичных программ повышения квалификации «Yes, I Can!». Цель этой программы привить философию высочайшего уровня обслуживания всем без исключения сотрудникам отеля. За десять лет существования данной программы она стала частью корпоративной культуры сети «Radisson SAS».

Задание: предложите девять тренингов для персонала службы питания отеля и заполните таблицу:

Тренинг	Обоснование необходимости тренинга

Критерии оценки:

Максимальное количество баллов, которое один студент может набрать, выполнив 3 кейс задания – 15 баллов.

Студенту выставляется 5 баллов, если студент правильно полно раскрыл ответы на поставленные вопросы кейс-задачи;

Студенту выставляется 0-4 баллов, если частично ответил на поставленные вопросы кейс – задачи.

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

1 Тема (проблема, ситуация): Подбор персонала на предприятие сервиса (предприятие по выбору команды)

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

3 Программа проведения и/или методические рекомендации по подготовке и проведению 1. Сформировать команды по 4-8 чел., исходя из профессиональных интересов (5 мин). Наиболее рационально иметь не более 6 команд.

2. Определить тип предприятия и его организационно-правовую форму (2 мин).

3. Определить вакантную должность персонала, для которой будет вестись подбор работников (3 мин).

4. Распределить роли между членами команды (3 мин).

5. Построить методом "мозгового штурма" профессиональную модель работника по форме модели-руководителя, приведенной в *табл. 1*. (40 мин).

6. Подготовить/оригинальное рекламное объявление в газету объемом не более 30 слов (10 мин),

7. Разработать модель служебной карьеры работника в виде *табл. 2*. (10 мин).

8. Подготовить вопросы для команд конкурентов (10 мин).

9. Подготовить итоговые доклады команды по модели, рекламе и карьере, продолжительностью не более 5 мин. Доклад делает "генератор идей" или организатор.

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

11. Подвести итоги игры и дать оценки работы команд.

Таблица 1.

Профессиональная модель рабочего места

Элементы модели	Основные характеристики *	Весовой коэффициент
1. Кадровые данные		
2. Опыт работника		
3. Профессиональные знания		
4. Профессиональные умения		
5. Личностные качества		
6. Психология личности		
7. Здоровье и работоспособность		
8. Уровень квалификации		

9. Служебная карьера		
10. Хобби (увлечения)		
11. Вредные привычки и недостатки		
12. Организация труда		
13. Оплата труда		
14. Социальные блага		
15. Социальные гарантии		
Итого:		1,0

Конкретные характеристики вписываются группой из табл. 1.1.

Таблица 2.

Модель служебной карьеры

Должность	Возраст	Оплата	Способ занятия	Обучение

Критерии оценки:

Максимальное количество 30 баллов за задание:

20-30 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

10-19 балла, 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

5-9 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

0-4 балла, если не принимает участия в работе группы, не высказывает никаких суждений, не выступает от имени группы; демонстрирует полную неосведомленность по сути изучаемой проблемы.

3 семестр

Индивидуальное практическое задание по дисциплине «Управление сервисной деятельностью»

Задание:

1. Определить организацию сервиса и ее конкурентов

Итого	1, 0		Σ		Σ		Σ		Σ
Слабые стороны									
1.									
2.									
3....									
Итого									

5. Создать графики 1,2 (диаграммы), показывающие относительную конкурентную позицию предприятия отдельно по внутреннем и внешним показателям .

Пример на рисунке 1

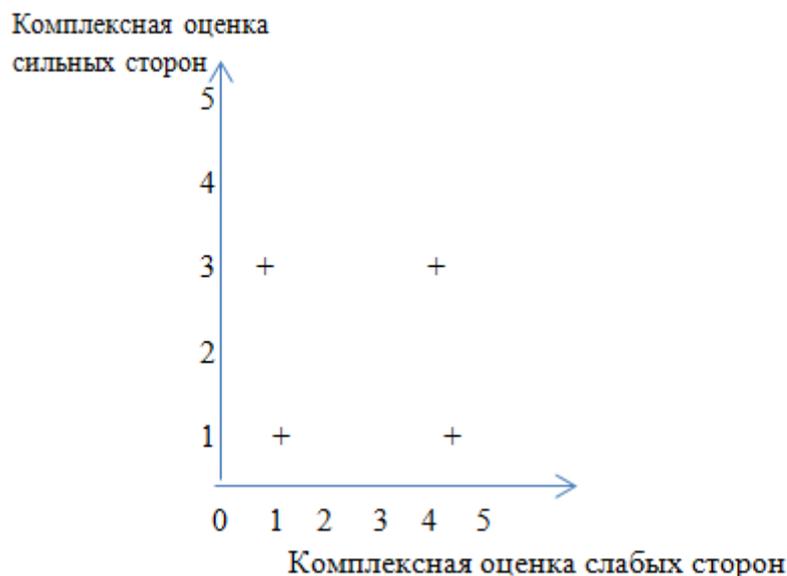


Рисунок 1 – Положение конкурирующих предприятий по комплексным оценка внешней среды относительно сильных и слабых сторон

(+) - это положение в системе координат предприятий конкурентов (на ваших графиках обозначит конкурента собственным символом или указать название предприятий)

6. Выявить наиболее важные факторы, определяющие преимущество организации по отношению к конкурентам, которые могут использоваться при разработке стратегии.

Критерии оценки:

Максимальное количество 15 баллов за задание:

- 15 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;
- 14-10 балла если обучающийся раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- 9-1 балла если обучающийся обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- 0 баллов если обучающийся не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

**Перечень тем курсовых работ
по дисциплине «Управление сервисной деятельностью»**

1. Особенности развития сервисной деятельности в России: история и современность.
2. Роль сервисной деятельности в социально-экономической жизни страны
3. Состояние и перспективы развития индустрии гостеприимства в России
4. Состояние и перспективы развития туризма в России
5. Подходы к управлению сервисным предприятием в современных условиях
6. Особенности и специфика управления предприятием в сфере сервиса (на примере)
7. Особенности организации сервисной деятельности в области туризма(на примере.....)
8. Особенности организации сервисной деятельности в индустрии гостеприимства (на примере.....)
- 9.Факторы влияния внутренней и внешней среды на деятельность сервисного предприятия и способы их оценки (на примере.....)
10. Особенности формирования миссии и целей сервисного предприятия (на примере.....)
11. Этапы и формирование положительного имиджа сервисного предприятия (на примере.....)
- 12.Подходы и особенности управления персоналом в сфере сервиса (на примере.....)
13. Формирование системы мотивации на предприятиях сферы сервиса (на примере.....)
14. Этическая культура сервиса, особенности профессиональной этики и этикета в сфере сервиса (на примере.....)
15. Преимущества и недостатки различных стилей управления, и возможности их применение на предприятиях сферы сервиса
16. Особенности обслуживания потребителей в зависимости от сферы сервисной деятельности (на примере.....)
17. Современные способы организации позитивной атмосферы продаж и обслуживания потребителей (на примере.....)
18. Конфликты в сфере сервиса и способы их разрешения
19. Управление качеством сервиса и услуг на предприятии (на примере.....)
20. Современные технологии управления в сфере сервиса (на примере.....)
21. Инновационные технологии в сфере услуг (на примере.....)
22. Экскурсионный менеджмент (разработать экскурсию)

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» (84-100 баллов);
- оценка хорошо» (67-83 баллов);
- оценка «удовлетворительно» (50-66 баллов);
- оценка «неудовлетворительно» (0-49 баллов).

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, экзамена, защиты курсовой работы.

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации в устном виде.

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

Защита курсовой работы проводится по окончании теоретического обучения до начала экзаменационной сессии. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания адресованы студентам *всех* форм обучения.

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются темы представленных модулей, 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 умения управления консалтинговой деятельностью, ее регулирование; навыками межпрофессионального взаимодействия.

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 реферат. 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.

Студент должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в рабочей программе дисциплины вопросам.

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.