

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность:

Документ подписан

Дата подписания: 30.06.2026 21:14:47

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

Т.К. Платонова

«25» мая 2026 г.

**Рабочая программа дисциплины
Диагностика клиента сервиса**

Направление подготовки

43.03.01 Сервис

Направленность (профиль) программы бакалавриата

43.03.01.01 Управление в индустрии гостеприимства и туризма

Для набора 2026 года

Квалификация
Бакалавр

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

Курс Вид занятий	3		Итого	
	УП	РП		
Лекции	2	2	2	2
Практические	4	4	4	4
Итого ауд.	6	6	6	6
Контактная работа	6	6	6	6
Сам. работа	62	62	62	62
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом Университета (протокол № 9 от 03.03.2026 г.).

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

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

Методический совет: д.э.н., доцент М.А. Суржиков

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

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

Уметь:

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

Владеть:

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

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. «Психодиагностическое поле клиента сервиса»

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	«Потребности, мотивы и интересы потребителя услуг»; психологическая диагностика клиента; парадигма маркетинга отношений; мотивационные особенности клиента сервиса; виды потребностей; типы (категории) потребностей и интересов.	Лекционные занятия	3	2	ПК-8
1.2	Технология проведения диагностики личности клиента. Методы и способы определения типа личности. Подходы к анализу личностных факторов клиента сервиса. Методики оценки клиентов в сервисе. Мини-кейс: Определение психотипа клиента по методике Майерс-Брикс.	Практические занятия	3	2	ПК-8
1.3	«Личностные особенности клиента»: анализ покупательского поведения; отличительные свойства личности - типы личности; определение личностных факторов клиента сервиса. Самостоятельное изучение отдельных тем теоретического курса 1. Типы	Самостоятельная работа	3	12	ПК-8

	<p>личности по особенностям восприятия. Определение особенностей восприятия.</p> <p>2. Морфологические признаки клиента как характеристика его психических свойств.</p> <p>3. Атрибуты внешности клиента как выражение его психического склада.</p> <p>4. Типология личности в психогометрическом подходе</p> <p>Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice. программы дисциплины.</p>				
Раздел 2. «Коммуникативные умения специалиста сферы сервиса и туризма»					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
2.1	«Технология проведения диагностики работы «контактной зоны»». Освоение методики диагностики "контактной зоны", Экспертиза и оценка "контактной зоны". Разработка проектов, направленных на определение и удовлетворение потребностей клиентов, повышения их лояльности	Практические занятия	3	2	ПК-8
2.2	Самостоятельное изучение отдельных тем теоретического курса 1. Особенности национальных стилей невербального общения в Европе и Америке. 2. Национальные стили невербального поведения в странах Азии. 3. Методы улучшения навыков невербального общения. 4. Психологические основы взаимодействия с клиентом. 5. Метод «Тайный покупатель» 6. «Содержание и разновидности внешнего облика человека» 7. «Диагностика работы «контактной зоны»: клиенториентированность» Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice. программы дисциплины.	Самостоятельная работа	3	10	ПК-8
2.3	Составляющие коммуникации: глазные сигналы доступа; голос как источник информации; пантомимика; невербальные проявления эмоционального состояния собеседника; основные телесные сигналы функционально-эмоционального состояния человека; активная позиция, готовность к действию; положительные эмоциональные реакции: настрой на активное общение, положительная оценка высказываний партнера; концентрация на собственных мыслях; критическая оценка, ожидание, удивление; отрицательные эмоциональные реакции: слабая пассивная реакция, сильная пассивная реакция, активная реакция; маскируемое поведение. Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice. программы дисциплины.	Самостоятельная работа	3	8	ПК-8
Раздел 3. «Этика и психология сервисной деятельности. Организация обслуживания потребителей»					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
3.1	«Содержание и разновидности внешнего облика сотрудника и клиента»: мобилизация как состояние готовности к предстоящим действиям; эмоциональное состояние; проблема правильного распознавания индивидуальных особенностей и психологического состояния человека; сбор информации о клиенте; атрибуты внешности клиента; типология личности по особенностям восприятия; определение типа восприятия; основные признаки телесной конституции и особенности речи людей с характерами разных типов; морфологические признаки клиента как характеристика его психических свойств. Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice. программы дисциплины.	Самостоятельная работа	3	6	ПК-8
3.2	«Поведение в процессе взаимодействия специалиста по сервису»: установление и развитие отношений с клиентом; создание атмосферы аттракции; коммуникативные основы профессионализма специалиста сервиса; методы общения с клиентами; удовлетворение потребностей клиента; схема убеждения; правила убеждения Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice. программы дисциплины.	Самостоятельная работа	3	6	ПК-8
3.3	Самостоятельное изучение отдельных тем теоретического курса 1. Психологические основы взаимодействия с клиентом. 2. Социально-перцептивная компетентность турагента (туроператора). 3. Психология продаж как составная часть технологии реализации турпродукта. Техника презентации турпродукта в прямом контакте. 4. Культура и этика туроператора (турагента) и сотрудника индустрии гостеприимства. Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice. программы дисциплины.	Самостоятельная работа	3	6	ПК-8

Раздел 4. «Конфликтология в обслуживании клиентов в сфере сервиса»

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
4.1	«Психологический конфликт и пути его благоприятного разрешения»: введение в конфликтологию: элементы теории; поведение личности в конфликте; основные модели поведения в конфликте; типы конфликтных личностей; самодиагностика конфликтности личности; стратегии поведения в конфликте; технологии регулирования конфликтов; оценка глубины конфликта; алгоритм деятельности в процессе управления конфликтами; эффективное общение и рациональное поведение в конфликте; внутриличностные конфликты: понятие, основные психологические концепции, классификация, формы проявления и Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice программы дисциплины.	Самостоятельная работа	3	6	ПК-8
4.2	Самостоятельное изучение отдельных тем теоретического курса 1. Современное состояние исследований проблем конфликта в сфере сервиса. 2. Конфликт в контексте традиционных психологических теорий. 3. Половозрастная специфика конфликта. 4. Жалобы гостей и конфликты с ними. Подготовка осуществляется с использованием LibreOffice программы дисциплины.	Самостоятельная работа	3	8	ПК-8
4.3	Подготовка к промежуточной аттестации	Зачет	3	4	ПК-8

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Алешина И. В.	Поведение потребителей: учеб.	М.: Экономистъ, 2006	Библиотека РГЭУ (РИНХ) / 119 экз.
2	Федько Н. Г., Федько В. П.	Поведение потребителей: Учеб. пособие	Ростов н/Д: Феникс, 2001	Библиотека РГЭУ (РИНХ) / 1 экз.
3	Гиппенрейтер Ю. Б., Пузырей А. А.	Психология личности: хрестоматия	Москва: Директ-Медиа, 2008	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
4		Российское предпринимательство: всероссийский ежемесячный научно-практический журнал по экономике: журнал	Москва: Креативная экономика, 2016	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
5	Носкова Н. В.	Психология возрастного развития человека: курс лекций	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2016	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
6	Мачкин Ю. Е.	Турист: все о спортивном, экскурсионном, экстремальном и экзотическом туризме и оздоровительном отдыхе: журнал	Москва: Турист, 2016	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
7		Известия высших учебных заведений. Серия «Гуманитарные науки»: журнал	Иваново: Ивановский государственный химико-технологический университет, 2016	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
8	Сбоева И. А.	Поведение потребителей: учебное пособие	Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2017	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
9		Человек и современный мир: международный научно-исследовательский журнал: журнал	Владивосток: Эксперт-Наука, 2016	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
10	Иванова, С. Ю., Попова, С. В.	Конфликтология: учебное пособие	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015	ЭБС «IPR SMART»
11	Горяйнова, Н. М.	Поведение потребителей: учебное пособие	Челябинск: Южно-Уральский институт управления и экономики, 2017	ЭБС «IPR SMART»

5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС "КонсультантПлюс"

ИСС "Гарант"

Портал открытых данных РФ <https://data.gov.ru/>Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>**5.3. Перечень программного обеспечения**

Операционная система РЕД ОС

LibreOffice

5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся 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.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-8: Способность к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса			
<p>З. сущность процесса обслуживания сервисного предприятия, понятия обслуживание, «контактная зона» и «контакт с потребителем услуг» как сферы реализации сервисной деятельности, специфику обслуживания в «контактной зоне», правила и стандарты обслуживания, нормы поведения в проблемной ситуации, связанной с обслуживанием; принципы и методы коммуникации с потребителями в ходе разрешения проблемной ситуации с потребителями. Основные социально-психологические факторы и особенности оказывающие влияние на поведение потребителя в процессе сервисной деятельности. Способы и методы диагностики клиентов сервиса с целью организации и развития клиентурных отношений в контактной зоне. Природу конфликта в сфере сервиса и пути его благоприятного разрешения. Правила и алгоритмы работы с жалобами в сервисных ситуациях; основы коммуникативной компетентности, в том числе коммуникативных сигналов</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>Вопросы к зачету (1-33), деловая (ролевая) игра (1-2), кейс-задача, кейс-ситуация, темы рефератов (1-20)</p>
<p>У. разрабатывать и применять систему клиентских отношений, применять клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности; применять существующие нормы и правила обслуживания для разрешения проблемных ситуаций в сервисной деятельности; выявлять проблемные ситуации, определять причины их возникновения и находить адекватный способ реагирования в процессе ее разрешения; разрабатывать рекомендации по снижению риска возникновения проблемных ситуаций в процессе обслуживания в деятельности сервисных</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</p>	<p>Вопросы к зачету (1-33), деловая (ролевая) игра (1-2), кейс-задача, кейс-ситуация, темы рефератов (1-20)</p>

<p>предприятий; работать в контактной зоне, консультировать потребителя; учитывать специфику сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями; осуществлять контроль качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов; работать с жалобами и возражениями. Проводить психодиагностику и составлять портрет клиента сервиса с целью консультирования, согласования и предоставления услуг в контактной зоне в процессе сервиса</p>		<p>ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы</p>	
<p>В. навыками совершенствования системы клиентских отношений; навыками взаимодействия с потребителями и другими заинтересованными сторонами в ходе применения клиентоориентированных технологий; навыками разработки рекомендаций по совершенствованию системы клиентских отношений. Навыками взаимодействия в контактной зоне, с учетом социально-психологических особенностей клиентов и выстраивания оптимальных клиентурных отношений, техниками восприятия и передачи коммуникативных сигналов; методами и правилами коммуникативных техник; методами и инструментами сбора информации и анализа данных с целью проведения диагностики клиентов и клиентской среды. Способы анализа конфликтных ситуаций и владеть технологиями их разрешения; методами и навыками работы с жалобами и возражениями</p>	<p>поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов</p>	<p>полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы</p>	<p>Вопросы к зачету (1-33), деловая (ролевая) игра (1-2), кейс-задача, кейс-ситуация, темы рефератов (1-20)</p>

1.2 Шкалы оценивания:

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

Зачет:

50-100 баллов (зачтено)

0-49 баллов (не зачтено)

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету

1. Психологическая диагностика клиента.
2. Парадигма маркетинга отношений в сфере сервиса.
3. Мотивационные особенности клиента сервиса.

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

Критерии оценивания:

- 50-100 баллов (зачтено) - изложенный материал фактически верен, наличие глубоких 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 наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, допускается изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике

- 0-49 баллов (не зачтено) - 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».

Деловая (ролевая) игра **Деловая игра 1 «Здравствуйте!»**

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

2 Концепция игры

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

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

Игровые цели:

- профессионально сыграть заданную роль.

Образовательные цели:

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

Социальные:

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

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

3 Роли:

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

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

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

4. Ожидаемый результат:

Развитие профессиональных умений и получения навыков:

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

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

Предлагаемый хронометраж игры выглядит следующим образом.

Подготовительный этап — 30 мин:

- а) выбор экспертов — 2 мин;
- б) распределение участников по игровым группам — 3 мин;

- в) жеребьевка игровых установок в группах — 3 мин;
- г) выдача игровых установок и исходных данных — 12 мин;
- д) распределение ролей в группах — 10 мин.

Основной этап — 110 мин.

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

- а) ситуация 1 — «Прием заказа на чистку пальто»;
- б) ситуация 2 — «Прием претензии по срокам проведения примерки изделия в ателье индивидуального пошива»;
- в) ситуация 3 — «Семейный обед в кафе»;
- г) ситуация 4 — «Упаковка покупки в магазине»;
- д) ситуация 5 — «Оформление проката туристической палатки».

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

- а) ситуация 1 — «Прием заказа на чистку пальто»;
- б) ситуация 2 — «Прием претензии по срокам проведения примерки изделия в ателье индивидуального пошива»;
- в) ситуация 3 — «Семейный обед в кафе»;
- г) ситуация 4 — «Упаковка покупки в магазине»;
- д) ситуация 5 — «Оформление проката туристической палатки».

Заключительный этап — анализ результатов игры — 40 мин:

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

Процедуре и содержанию деловой игры присущи следующие конфликты:

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

Игра идет на двух планах.

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

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

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

При распределении участников игры можно прибегнуть к методам простейшей (и скорейшей) группировки: «чет-нечет» (по дню рождения) или «первый-второй» (по алфавиту). Одновременно эксперты получают листы оценок, изучают их и, возможно, вводят еще 1-2 параметра по своему усмотрению.

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

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

В ходе этапа следует учесть возмущающие факторы:

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

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

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

Роли и функции игроков

1-я группа. «СЕРВИСНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ»

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

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

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

2-я группа. «КЛИЕНТЫ»

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

Поведенческие установки и основные качества:

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

3-я группа. «ЭКСПЕРТЫ»

Роли: эксперты

Обязанности экспертов:

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

Критерии оценивания:

Максимальное количество 40 баллов за задание:

40 баллов, если принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре

39-25 баллов, если принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре

24-1 баллов, если принимает участие в обсуждении, однако собственной точки зрения не высказывает, не может сформулировать ответов на возражения оппонентов, не выступает от имени рабочей группы и не дополняет ответчика; демонстрирует слабую информационную подготовленность к игре

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

Деловая (ролевая) игра Деловая игра 2 «Презентация мотива»

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

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

3 Роли:

Продавец товаров и услуг

Эксперты

4 Ожидаемый результат

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

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

	Категория покупателей	Мотив к покупке
1	Молодежь, студенты	Яркий фрукт, красивый, поднимает настроение, можно добавить в чай, использовать как косметическое средство
2	Семейные пары с детьми	Проверенный временем фрукт, содержит много витамина С, используется во многих блюдах,

		полезен для роста детей, для лечения простуды
3	Холостяки	Быстрая закуска
4	Родители взрослых детей	Вкусненькое к столу, побаловать себя
5	Пенсионеры	Символ праздника, достатка, лекарство, фрукт с ожидаемым вкусом, недорогой, средство от изжоги

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

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

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

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

Шаг четвертый. Участники оценивают презентацию по следующим критериям:

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

Критерии оценивания:

Максимальное количество 20 баллов за задание:

20 баллов, если принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре

19-14 баллов, если принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре

13 -1 баллов, если принимает участие в обсуждении, однако собственной точки зрения не высказывает, не может сформулировать ответов на возражения оппонентов, не выступает от имени рабочей группы и не дополняет ответчика; демонстрирует слабую информационную подготовленность к игре

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

Кейс-задача

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

Кейс-ситуация

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

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

Гостья выхватила ключи и отправилась вокруг машины к водительскому месту, но практически сразу после того, как уселась в машину, вернулась назад. На этот раз жалоба состояла в том, что счетчик машины показывает намного больше километров, чем до того, как она оставила ее на парковку, и что машина вся пропахла пиццей. Клиентка стала обвинять Дениса в том, что он пользовался ее машиной для поездки за пиццей. Так как не могло быть никаких свидетельств обратного, все, что оставалось сделать Денису - хладнокровно объяснить клиентке, что ее машина не использовалась ни для каких других целей и была припаркована сразу же после того, как она вручила парковочному служащему ключи. Ему пришлось повторять это несколько раз подряд, пока позади них на выезде не скопились другие машины. Дежурный менеджер спокойно вмешался в спор, чтобы объяснить клиентке, что персонал отеля обязан следовать стандартным оперативным процедурам. Он выразил надежду в том, что она снова посетит их отель, и спросил, не будет ли она возражать отогнать свою машину в сторону, так как несколько других машин уже ожидают своей очереди и подъездной путь становится перегруженным.

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

Вопросы:

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

Критерии оценивания:

Максимальное количество 10 баллов за задание:

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

Темы рефератов

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

Критерии оценивания:

Максимальное количество 20 баллов за задание:

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

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

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

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

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

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

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

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

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

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки стратегического управления персоналом, а также анализ его и оценка

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

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

По согласованию с преподавателем студент может подготовить доклад и презентацию по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий посредством проверки выполненных рефератов, кейс-задач и кейс-ситуаций. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

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