

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор института экономики,
управления и сервисных технологий



Н.В. Осипова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.02 Сервисная деятельность

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль): Креативный туризм

Квалификация (степень): *бакалавр*

Форма обучения: *очная*

Институт: экономики, управления и сервисных технологий

Кафедра: туризма и гостиничного дела

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	4		
Семестр/триместр	8		
Лекции	10		
Лабораторные занятия	-		
Практические (семинарские) занятия	20		
в т. ч. практическая подготовка	-		
Форма(ы) промежуточной аттестации	Зачёт		
Контроль	-		
Иные формы работы	-		
Самостоятельная работа	42		

Всего часов: 72

Трудоемкость: 2 зачетные единицы

Разработчик(и) рабочей программы: кандидат филологических наук, доцент Е. Т. Атаманова

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины: создание системы знаний о сервисной деятельности, услугах, формах обслуживания, принципах формирования новых услуг с учетом инноваций в технике, технологии, социально-экономической сфере.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование у студентов целостного представления о сервисной деятельности, включающей следующие виды:
 - сервисная,
 - производственно-технологическая,
 - организационно-управленческая,
 - научно-исследовательская.

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках вариативной части (части, формируемой участниками образовательных отношений) дисциплин по выбору 1 (ДВ.1).

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2	Знать: - способы проектирования решения конкретной задачи проекта, определения оптимальных способов ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Знает: - особенности проектирования конкретных проектов с учётом действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
	Уметь: - формулировать совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы, обеспечивающих ее достижение; - качественно решать конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время	Умеет: - выражать совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы для её качественного достижения за установленное время
	Владеть: - навыками определения ожидаемых результатов решения поставленных задач; - навыками публичного представления результатов решения задач исследования, проекта, деятельности	Владеет: - компетенциями для решения поставленных задач, а также навыками публичного представления результатов конкретной деятельности
ПКС-2	Знать: - современные технологии формирования туристского продукта; - методы обработки информации с использованием современных тех-	Знает: - цифровые технологии и грамотно использует их при формировании туристского продукта;

	<p>нических средств коммуникации и связи, компьютеров;</p> <p>- правила пользования локальными и глобальными телекоммуникационными системами, электронной почтой</p>	
	<p>Уметь:</p> <p>- формировать туристский продукт, в т. ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста;</p> <p>- выбирать и применять клиентоориентированные технологии туристского обслуживания</p>	<p>Умеет:</p> <p>- генерировать туристский продукт, используя цифровые технологии и опираясь на приоритетные позиции клиента</p>
	<p>Владеть:</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками применения современных информационных и коммуникативных технологий в реализации туристского продукта и предоставлении услуг</p>	<p>Владеет:</p> <p>- компетенциями, необходимыми для использования информационных и коммуникативных технологий в реализации туристского продукта</p>

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
	Раздел 1. Сфера сервиса: услуги и их потребление					
1.	Тема 1. Социально-экономические факторы развития сферы сервиса. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности	10	2	2	-	6
2.	Тема 2. Сущность и классификация услуг. Новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания	8	-	2	-	6
3.	Тема 3. Производство и потребление услуг	8	2	2	-	4
4.	Тема 4. Маркетинг услуг	8	2	2	-	4

5.	Тема 5. Факторы потребления	4	-	2	-	2
	Раздел 2. Психологические аспекты сервиса					
6.	Тема 6. Психологическая культура сервиса	12	2	4	-	6
7.	Тема 7. Психология процесса обслуживания при совершении заказа, тактика обслуживания	6	-	2	-	4
8.	Тема 8. Этическая культура сервиса	8	2	2		4
9.	Тема 9. Эстетическая культура сервиса	8	-	2	-	6
	Форма отчётности – зачёт					
	ИТОГО:	72	10	20	-	42

Очно-заочная форма обучения не реализуется

Заочная форма обучения не реализуется

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме теста, реферата

Тестовые задания

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

а) физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении);

б) потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности;

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

2. Под методом или формой обслуживания следует понимать:

а) предоставление информации клиенту;

б) определенный способ предоставления услуг заказчику;

в) оказание услуги клиенту.

3. Услуги по регистрации транспортных средств являются:

а) частными;

б) смешанными;

в) государственными.

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

а) бесконтактным;

б) бесплатным;

в) формальным.

5. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:

а) расчет при выезде;

б) прием и размещение;

в) бронирование номеров.

6. В чем заключается неосязаемость услуги:

а) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;

б) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения;

в) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса.

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

а) поиск понимания;

б) призыв к совести;

в) жалоба.

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

а) научно-исследовательские услуги;

б) жилищно-коммунальные услуги;

в) услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги.

9. Услуга обладает следующими качествами:

а) способность к хранению и транспортировке;

б) неизменностью качества;

в) неотделимость от своего источника.

10. Франчайзинг – это:

а) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества;

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

в) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.

11. Контактная зона – это:

а) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы;

б) любое место, где производится услуга;

в) место, где услуга может храниться.

12. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
- а) потребительская (пользовательская);
 - б) материально-преобразовательная;
 - в) исследовательская.
13. Качество услуг тесно переплетается:
- а) со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания;
 - б) со сбалансированным соотношением цены и качества продукции;
 - в) с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия.
14. Одно из ключевых понятий, которое используются при определении сервиса:
- а) профессионализм;
 - б) специалист;
 - в) деятельность.
15. Одно из ключевых понятий, которое используются при определении сервиса:
- а) потребность;
 - б) профессионализм;
 - в) качество.
16. Одно из ключевых понятий, которое используются при определении сервиса:
- а) качество;
 - б) услуга;
 - в) специалист.
17. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:
- а) престиж;
 - б) комфорт;
 - в) референтные группы.
18. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:
- а) индивидуальное обслуживание;
 - б) самообслуживание;
 - в) фирменное обслуживание;
19. Характеристика товаров:
- а) производство и потребление осуществляются одновременно;
 - б) потребитель участвует в производственном процессе;
 - в) передача собственности.
20. Интеллектуальные потребности – это потребности в:
- а) пище;
 - б) образовании;
 - в) самовыражении.
21. Отличительными особенностями услуг являются:
- а) неосвязаемость услуг;
 - б) незабываемость услуг;
 - в) неразрывность производства и потребления услуги.
22. Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем:
- а) это отчужденный от производителя результат труда;

- б) фактически производство совмещено с потреблением;
- в) это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа.

23. Форма концентрации производства, предполагающая объединение функционально и технологически разнородных предприятий, которые принадлежат к близким, родственным отраслям:

- а) горизонтальная интеграция;
- б) вертикальная интеграция;
- в) диверсификация.

24. Определите, какой из видов сервиса относится к видам сервиса по удовлетворению тех или иных потребностей:

- а) послегарантийный сервис;
- б) базовый сервис;
- в) предпродажный сервис.

25. Описание набора выгод, решений и ценности услуги, которые предполагается предоставить потребителям:

- а) планирование услуги;
- б) процесс покупки услуги;
- в) концепция обслуживания.

26. Главной задачей обеспечения качества услуги является:

- а) превышение ожиданий потребителей;
- б) удовлетворение ожиданий потребителей;
- в) стандарты обслуживания.

27. К основным особенностям рынка услуг не относится:

- а) значительная территориальная сегментация;
- б) локальный характер рынка;
- в) синхронность оказания и получения услуги.

28. «Рассеянное качество» как свойство рынка услуг влечет за собой издержки для:

- а) муниципальных органов власти;
- б) потребителя;
- в) производителя.

29. Примером нормативно-регулируемого коммерческого хозяйствования в социально-культурной сфере является:

- а) МОУ СОШ;
- б) клубный дворец спорта;
- в) торгово-выставочный комплекс.

30. Разработка и внедрение рациональных форм и методов обслуживания, является главной задачей:

- а) процесса производства услуг;
- б) процесса обслуживания населения;
- в) создания условий качества.

Примерная тематика рефератов

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.
41. Понятие «качество обслуживания».
42. Методы определения показателей качества оказания услуг.

43. Стратегии создания конкурентных преимуществ, основанных на высоком уровне обслуживания.
44. Разработка и создание новых услуг.
45. Жизненный цикл услуги.
46. Подходы к определению содержания и восприятия деловой этики и социальной ответственности в сфере услуг.
47. Проблемы морально-этических качеств руководителя.
48. Сводные и кодексы как средства позитивного регулирования предпринимательской деятельности в сфере услуг.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета с использованием следующих оценочных материалов: перечень вопросов к зачёту

**Вопросы к зачету
(8 семестр, очная форма обучения)**

1. Основные понятия сервисной деятельности
2. Виды сервисной деятельности
3. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека
4. Сущность и характеристика услуг
5. Дифференциация занятий и социальных ролей в первобытной культуре и архаических сообществах
6. Зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира
7. Услуги в средневековом обществе Западной Европы
8. Услуги и сервисная деятельность в обществе современного типа
9. Влияние индустриального производства на сервисную деятельность
10. Сервисная деятельность в обществе постиндустриального типа
11. Влияние информационных систем на развитие сервиса
12. Влияние сервиса на социальную среду
13. Сервисная деятельность в развивающихся странах
14. Значение сервисной деятельности в условиях современной России
15. Влияние сервиса на развитие социальной мобильности
16. Влияние сервисной деятельности на содержание и характер социальных процессов
17. Услуга как основной элемент сервисной деятельности
18. Классификация услуг
19. Типы услуг и сферы применения
20. Жизненный цикл услуги
21. Организация обслуживания потребителей
22. Теория организации обслуживания
23. Место и роль сервисной деятельности в системе межличностных отношений
24. Обслуживание как сервисная система
25. Социально-духовные компоненты сервисной деятельности
26. Система сервисных операций
27. Система предоставления услуг

28. Система маркетинга услуг
29. Услуга как специфический продукт сервисной деятельности
30. Категории предприятий, оказывающих услуги населению
31. Методы совершенствования сервисной деятельности
32. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности
33. Требования к персоналу «контактной зоны»
34. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.
35. Основные методы обслуживания потребителей услуг
36. Формы обслуживания потребителей услуг
37. Качество и безопасность услуг в сервисной деятельности
38. Культура сервисной деятельности
39. Развитие сервисной деятельности в сфере туризма
40. Влияние сервисной деятельности на стабильность межличностных отношений

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Казакевич, Т. А. Сервисная деятельность : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. А. Казакевич. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 188 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07804-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/442188> (дата обращения: 18.04.2025).
2. Черников, В. Г. Сервисология : учебник для вузов / В. Г. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 252 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13272-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567227> (дата обращения: 18.04.2025).

4.2. Дополнительная литература

1. Руденко, Л. Л. Сервисная деятельность [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. Л. Руденко. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. - М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 208 с. - 978-5-394-03282-0. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/83149.html>(дата обращения: 18.04.2025).
2. Семиглазов, В. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. А. Семиглазов. - Электрон. текстовые данные. -Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2016. - 164 с. - 2227-8397. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72148.html>(дата обращения: 18.04.2025).

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО- ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	www.economy.gov.ru	Министерство экономического развития РФ	Свободный доступ
2.	www.gks.ru	Федеральная служба федеральной статистики	Свободный доступ
3.	http://www.turpoisk.ru/	Туристическая поисковая система	Неограниченный доступ из любой точки
4.	http://ruspo.ru/	Туристическая система	Неограниченный доступ из любой точки
5.	www.atorus.ru	Официальный сайт Ассоциации туроператоров России	Неограниченный доступ из любой точки
6.	https://www.rostourunion.ru/	Официальный сайт Российского союза туриндустрии	Неограниченный доступ из любой точки
7.	www.ratanews.ru	Ежедневная электронная газета для профессионалов турбизнеса	Неограниченный доступ из любой точки
8.	www.tourdom.ru	Профессиональный туристический портал	Неограниченный доступ из любой точки
9.	www.tourprom.ru	Электронная газета турбизнеса	Неограниченный доступ из любой точки

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
3.	www.urait.ru	Образовательная платформа	Свободный доступ
4.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.