



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СК РГУТиС



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТиС



МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.Б.9. СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
основной образовательной программы высшего образования – программы
прикладного бакалавриата
по направлению подготовки: 43.03.03. Гостиничное дело
Профиль: Гостиничное дело
Классификация: бакалавриат

Разработчики:

Должность	Подпись	Ученая степень и звание. Ф.И.О.
Доцент		к. филос. н. Курбанова А.М.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании Совета филиала:
(протокол от 31. 08. 2017г. № 1)

Должность	Подпись	Ученая степень и звание. Ф.И.О.
Секретарь Совета		к. филос. н. Курбанова А.М.

Рабочая программа согласована и одобрена руководителем ООП:

Должность	Подпись	Ученая степень и звание. Ф.И.О.
Доцент		к. филос. н. Курбанова А.М.



1. Общие положения

Дисциплина «Сервисная деятельность» относится к дисциплинам базовой части программы 43.03.03 Гостиничное дело.

Изучение данной дисциплины базируется на знании школьной программы по гуманитарным и общественным предметам: история, обществоведение.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

ПК-1 готовностью к применению современных технологий для формирования и предоставления гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с содержанием, структурой, технологиями и управлением сервисной деятельностью в сфере гостеприимства.

2. Практические занятия

2.1. Общие положения

Для освоения дисциплины «Сервисная деятельность» предусмотрены различные виды занятий: лекции, практические занятия и самостоятельная работа обучающихся.

Целью проведения семинарских занятий по дисциплине «Сервисная деятельность» является закрепление полученных знаний, формирование умений и профессиональных навыков, компетентного принятия решений.

Задачами практических занятий по дисциплине «Сервисная деятельность» являются:

- получение базовых представлений об истории развития сервиса, изменений взглядов на культуру сервиса в связи с трансформацией экономики страны по сравнению с доперестроечным периодом,
- иметь представление о сущности и классификации услуг как формы удовлетворения потребностей человека, специфики психологических, этических, эстетических, организационно-технологических аспектов культуры сервиса, маркетинга в сфере услуг;
- изучение форм, методов и правил обслуживания потребителей.

2.2. Виды практических занятий

Практическая работа заключается в выполнении студентами, под руководством преподавателя, комплекса учебных заданий направленных на усвоение научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретение практических навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий.

Практическая работа заключается в выполнении студентами, под руководством преподавателя, комплекса учебных заданий направленных на усвоение научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретение практических навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов. Основой практикума выступают типовые ситуации, с которыми должен справляться специалист в области сервиса на предприятиях сервисной отрасли.



2.3. Тематика практических занятий

Тематика практических занятий должна соответствовать рабочей программе дисциплины.

Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: «Круглый стол»

Тема и содержание занятия: **Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.**

Практическое занятие, предусматривающее обсуждение студентами исторических вопросов возникновения и эволюции сервисной деятельности.

Цель занятия: В процессе изучения темы следует сосредоточиться на терминах и понятиях, используемых в современной сервисной деятельности – «сервис», «услуга», «сфера обслуживания», «культура сервиса» и др.

Практические навыки: Студентам необходимо уяснить отличительные особенности услуг в сравнении, например, с товаром – их неосвязаемость, изменчивость по качеству, невозможность их хранения. Также важно усвоить принципы и отличительные признаки сервисной деятельности.

Вопросы, выносимые на обсуждение:

1. Понятие об услуге и сервисной деятельности.
2. Сфера услуг в общественном разделении труда.
3. Функции сферы услуг.
4. Понятие "услуга".
5. Особенности рынка услуг.
6. Состав отраслей сферы услуг.
7. Сфера услуг и формирование постиндустриального общества.
8. Факторы развития сферы услуг.

Продолжительность занятия – 2 часа.

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: Практическое занятие, в ходе которого студентами представляется подборка материалов по проблематике предыдущего лекционного занятия

Тема и содержание занятия: **Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности**

Вопросы, выносимые на обсуждение:

1. Принципы современного сервиса в индустрии туризма и сервиса.
2. Задачи современного сервиса.
3. Усиление роли туристической индустрии в современной экономике. Воздействие факторов роста потребительской активности. Эволюция понятия сервис.
4. Фирменный сервис и его преимущества.
5. Основные подходы к осуществлению сервиса в разных странах.

Цель занятия: изучить проблематику формирования сервисного общества РФ, определить основные проблемы

Практические навыки: знать особенности проектирования сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями

Продолжительность занятия 2 часа.

Практическое занятие 3.



Вид практического занятия: «Круглый стол»

Тема и содержание занятия: Специфика услуг как товара.

Практическое занятие, предусматривающее обсуждение в виде круглого стола современных подходов к функциям и принципам современного сервиса и оказания услуг.

Представить презентацию доклада:

1. Покупательский риск в сфере отечественных услуг.
2. Рынок гостиничных услуг и его особенности.

Цель занятия: изучить особенности развития сервиса в России и за рубежом, представить отчет о проделанной работе.

Практические навыки: понимать и анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые философские проблемы, проявлять патриотизм, трудолюбие и гражданскую ответственность

Продолжительность занятия 2 часа.

Контрольная точка – 1 ч.

Практическое занятие 4.

Вид практического занятия: Выездное практическое занятие

Тема и содержание занятия: Ценность услуги.

Цель занятия: изучить различные подходы к оценке услуг.

Написать эссе, посвященное системе предоставления сервисов в РФ.

Практические навыки: знать о поведении потребителей, критериях качества информации в развитии постиндустриального общества

Продолжительность занятия 1 час.

Практическое занятие 5.

Вид практического занятия: Групповой проект

Тема и содержание занятия: Жизненный цикл услуг.

Поясните понятия «обслуживание» и «услуга».

1. Перечислите характеристики услуг (Л. Берри, В. Парашураман).
2. Какие типы услуг выделяет Д. Р. Томас?
3. На чем основывается классификация услуг Р. Чейза?
4. По каким различным признакам классифицирует услуги К. Лавлок?
5. Поясните SERVUCTION модель.
6. Поясните понятия «бэк-офис» и «фронт-офис».
7. Какие особенности управления организациями сферы услуг Вы можете перечислить?

Задание для обсуждения в группе

Отнесите услуги, систематизированные в Общероссийском классификаторе услуг населению (ОКУН), к различным типам в соответствии с существующими классификациями услуг (Р. Чейзу, Д. Р. Томасу, К. Лавлоку).

Цель занятия: закрепить полученные в ходе лекционного занятия знания, приобрести фундаментальные знания о личном потреблении, потребностях в разных исторических эпохах

Практические навыки: владеть способностью понимать и анализировать мировоззренческие, социально- и лично значимые философские проблемы

Продолжительность занятия 2 часа.

Практическое занятие 6.



Вид практического занятия: Представление презентаций по проблематике лекции, разработанная группой студентов

Тема и содержание занятия: Сервис как компонент продажи товаров

Персонализированное предложение сервисного продукта позволяет выделить наиболее важные, с точки зрения сервисологии, аспекты раскрывающие особенности потребления:

- персонафикация осуществляется за счет изменения отдельных материальных и нематериальных компонентов продукта, но не предполагает изменения базового продукта или его идеи;

- адаптированные характеристики формируются только с участием потребителя;

- персонафикация может осуществляться только за счет сервиса.

Цель занятия: закрепить полученные в ходе лекционного занятия знания, приобрести фундаментальные знания о поведении потребителя, потребностях в разных исторических эпохах

Практические навыки: изучить концептуальные основы сервисологии и рассмотреть аспекты современного потребления

Продолжительность занятия 1 час.

Контрольная точка 2- 1ч.

Практическое занятие 7.

Вид практического занятия: интерактивное выездное занятие

Тема и содержание занятия: Поведение потребителей и принятие ими решений

1. Объясните, какие типы услуг помогут потребителю удовлетворить каждый уровень потребностей в иерархии потребностей по Маслоу.

2. Объясните, как внешние и внутренние факторы влияют на появление наших потребностей в услугах.

3. Перечислите основные источники информации, используемые потенциальным клиентом для принятия решения о покупке. На ваш взгляд, какой из них является наиболее эффективным?

4. Существует мнение, что, принимая решение, клиент не следует какой-либо схеме, а делает свой выбор в большей или меньшей степени случайно. Какова ваша позиция по этому вопросу? Ответ обоснуйте.

5. Какие классификации клиентов Вы знаете?

6. Почему потребители оценивают услуги иначе, чем товары?

Задание

Определите свой психотип в соответствии со следующими моделями

Квадрат: <ul style="list-style-type: none">• Неутомимый труженик.• Выносливый, терпеливый.• Эрудирован в различных областях знаний.• Любит порядок и стабильность.• Хорошо владеет мыслительным анализом.• Логически верно просчитывает свои ходы в общении.	Треугольник: <ul style="list-style-type: none">• Лидирует во всех ситуациях.• Способен концентрироваться на главной цели.• Энергичная, сильная личность.• Способен быстро анализировать ситуацию.• Прагматически ориентирован.• Умеет вскрыть суть проблемы, решителен.
--	---



<ul style="list-style-type: none"> • Внимателен к деталям. • Живет по плану. • Организует себя и других. • Хороший администратор. • Не суетлив. • Эмоционально сух. • Коммуникативно фригиден. <p>В аморфной ситуации действует неэффективно.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Уверен в своих силах. • Часто рискует. • Несамокритичен. • Честолюбив. • Стремится достичь высокого положения. • Эгоцентрик. • Детонатор межличностных отношений.
<p>Прямоугольник:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Неудовлетворен своим образом жизни. • Тяжело переживает изменения своего статуса. • Может впасть в состояние замешательства. • Внутренне возбужден. • Непоследователен и непредсказуем. • Имеет низкую самооценку. • Тяготеет к общению для получения поддержки. • Часто становится объектом манипуляции. 	<p>Круг:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Стремится к гармонии межличностных отношений. • Коммуникатор. • Умеет «читать» состояния людей по их действиям. • Эмоциональный лидер. • Старается угодить всем. • Больше заинтересован в отношениях с людьми, чем деле. • Стремится не принимать непопулярные решения. • Избегает конфликтов. • Часто нерешителен. • Предпочитает демократический стиль руководства.
<p>Зигзаг:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Не заинтересован в консенсусе. Стремится к независимости. • Заостряет конфликт идей. • Остроумен, язвитель. • Хорошо чувствует социодинамику в группах, которыми управляет. • Генератор идей. • Эмоционально возбудим. • Мастер самопрезентации. • Несдержан, экспрессивен. <p>Эксцентричен в действиях и отношениях.</p>	

Для визуальной диагностики психотипов можно использовать схему характерных черт телосложения по Ивановой О.А.

Заполните таблицу. Какие из приведенных характеристик Вы можете отнести к себе? Отметьте, какие из них наиболее устойчивы для Вас?

Квадрат	Треугольник	Прямоугольник	Круг	Зигзаг
		Внешний вид мужчины:		



		Внешний вид женщины:		
		Рабочее место		
		Речь		
		Язык тела		

Цель занятия: изучить психотипы клиентов и особенности обслуживания клиентов в сфере обслуживания.

Практические навыки: навыками проектирования различных вариантов обслуживания

Продолжительность занятия 4 часа.

Практическое занятие 8.

Вид практического занятия: Выездное практическое занятие

Тема и содержание занятия: Теория организации обслуживания.

Экспресс – диагностики определения типа партнера по общению

В деловом контакте, беседе для получения наибольшего эффекта очень важно учитывать тип собеседника. Основными критериями типологии являются следующие элементы:

- ◆ компетентность,
- ◆ откровенность и искренность,
- ◆ владение приемами общения,
- ◆ заинтересованность в теме и успехе контакта.

А) Опишите, используя примеры из художественной литературы или из жизни, представителя любого психотипа, из предложенных в таблице.

Б) К какому типу вы бы отнесли себя?

Тип собеседника	Как вести себя с ним:
Вздорный человек «нигилист», (бульдог). Такой тип собеседника характеризуется нетерпеливостью, вздорностью, несдержанностью. Он довольно часто может выходить за профессиональные рамки беседы. Подвергает все и вся сомнению.	<ul style="list-style-type: none">• оставаться в рамках профессионального разговора, быть совершенно спокойным,• предоставить другим участникам беседы опровергнуть его доводы,• склонить его на свою сторону,• переговорить с ним в перерыве и выяснить, по возможности, причину его поведения,• в аудитории, если это от Вас зависит, посадить его в «мертвый угол».



<p>Позитивный человек, (конь). Он добродушный, положительно воспринимает информацию, способен вести «воз» деловой беседы, спокоен к критике и в критике.</p>	<ul style="list-style-type: none">• умеренно включать в беседу,• дать ему возможность подвести итоги делового контакта, беседы,• его можно посадить на любое свободное место.
<p>Всезнайка (обезьянка). У такого человека на все есть свое мнение и, как правило, поверхностное. Он не может долго усидеть на месте. Его «подмывает» высказаться.</p>	<ul style="list-style-type: none">◆ постараться убедить его в том, что у других тоже есть свое мнение и они хотели бы о нем заявить,◆ предоставьте ему возможность сделать промежуточный вывод,◆ попросите других оценить его позицию,◆ посадите его рядом с собой, чтобы можно было им управлять.
<p>Болтун (лягушка). Человек, который не может остановиться в своей болтовне. Довольно часто он бестактен, без всякой необходимости прерывающий любого собеседника.</p>	<ul style="list-style-type: none">◆ используйте максимум такта для остановки его болтовни,◆ старайтесь ограничить его во времени,◆ в аудитории посадите его рядом с авторитетными людьми или рядом с собой.
<p>Трусишка (лань). Такой человек больше молчит, чем говорит. Если Вы его не разговорите, то ничего не узнаете о его мнении.</p>	<ul style="list-style-type: none">◆ задавайте ему легкие информационные вопросы,◆ при любом удобном случае поблагодарите его за участие в разговоре,◆ одобрите его,◆ помогите ему сформулировать мысль,◆ не допускайте насмешек в его адрес.
<p>Хладнокровный, неприступный собеседник (ёж). Этот собеседник колюч во взгляде и ответах.</p>	<ul style="list-style-type: none">• необходимо заинтересовать его в обмене опытом,• использовать словесные обороты типа: «Кажется, Вы не совсем согласны с...?»,• при удобном случае попытайтесь выяснить причину его поведения.
<p>Незаинтересованный собеседник (бегемот). Такой собеседник лучше бы проспал всю беседу.</p>	<ul style="list-style-type: none">• задавайте вопросы информационного характера,• провоцируйте его на беседу,• задавайте ему стимулирующие вопросы,



	<ul style="list-style-type: none">• попытайтесь выявить, что его интересует.•
Важная птица (жираф). Такой собеседник выше всех в своих глазах. Он не выносит никакой критики.	<ul style="list-style-type: none">• применяйте метод «Да – Но»,• не давайте никому на деловой беседе быть гостем, которого ничто не интересует.
Почемучка (лиса). Он постоянно задает вопросы, не дожидаясь на них ответов. Скор, эмоционален.	<ul style="list-style-type: none">• большинство его вопросов отправлять на остальных собеседников,• дайте ему понять, что он прав или дайте нужный ответ

Цель занятия: изучить конфликтологию в разрезе гостиничного обслуживания
Практические навыки: готовность к компромиссу с потребителем по возможному варианту и требуемому качеству обслуживания
Продолжительность занятия 3 часа.

Контрольная точка -1ч.

Практическое занятие 9.

Вид практического занятия: Практическое занятие, предусматривающее проведение психологического тренинга со студентами на определение профессионального направления, умение работать в команде

Тема и содержание занятия: "Контактная зона" как сфера реализации сервисной деятельности

Цель занятия: представить презентацию по разработке сервисного продукта и мест обслуживания клиентов.

Практические навыки: навыками проектирования различных вариантов обслуживания

Продолжительность занятия 2 часа.

Практическое занятие 10.

Вид практического занятия: Практическое занятие, предусматривающее представление группового проекта по созданию и продвижению новой услуги. Представляется макет услуги и его описание, план продвижения, сегменты и целевую аудиторию.

Тема и содержание занятия: Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания

Подготовка и представление презентации к докладу:

1. Построение взаимоотношений клиент-контактный персонал (П. К. Миллс, Дж. Г. Моррис, М. Р. Соломон, К. Супренант, Дж. А. Зеппел, И. Дж. Гутман и др.).



2. Использование моделей массового обслуживания при определении мощности организации сферы услуг (Г. Вагнер, Е. Вентцель, Ю.И. Рыжиков, Х. Таха, Г.П. Фомин и др.).

Цель занятия: изучить этапы обслуживания

Практические навыки: владеть навыками работы с компьютером как средством управления информацией

Продолжительность занятия 2 часа.

Практическое занятие 12.

Вид практического занятия: Практическое занятие, предусматривающее круглый стол по вопросам современных сервисных технологий и их оценки их качества.

Тема занятия: Качество обслуживания и производительность.

Цель занятия: закрепить полученные в ходе лекционных занятий знания

Практические навыки: знать особенности проектирования сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями

Продолжительность занятия 2 часа.

Практическое занятие 13.

Вид практического занятия: Выездное практическое занятие

Тема и содержание занятия: Стратегические направления и конкурентоспособность в сфере услуг.

Цель занятия: разработать и описать процесс персонализации гостиничного продукта (на примере). Представить графическую модель.

Практические навыки: знать особенности проектирования сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями; владеть навыками формирования гостиничного продукта и отношений с потребителями

Продолжительность занятия 4 часа.

Практическое занятие 14

Вид практического занятия: Case-study

Тема и содержание занятия: Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности. Практическое занятие, предусматривающее представление результатов исследования, выполненного группой студентов на выставке «ТрейдЭкспо 2014»

Цель занятия: продемонстрировать знания, полученные на лекционных занятиях

Практические навыки: владеть навыками формирования гостиничного продукта и отношений с потребителями

Продолжительность занятия 2 часа.

Контрольная точка 4.- 4ч.

4.Перечень основной и дополнительной учебной литературы и перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Основная литература



1. Васильев, Г. А. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Г. А. Васильев, Е. М. Деева. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012.- <http://znanium.com/bookread.php?book=389603>
2. Восколович, Н. А. Экономика платных услуг [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, направлению «Экономика», специальности «Государственное и муниципальное управление» / Н. А. Восколович. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.- <http://znanium.com/bookread.php?book=396000>
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учеб. пособие / Под ред. Н.А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - <http://znanium.com/bookread.php?book=236719>

Дополнительная литература

1. <http://www.choicejournal.ru>
2. <http://www.itechmagazine.ru>
3. Аманжолова Д. А. Введение в специальность: история сервиса: Учебное пособие / Д.А. Аманжолова, В.Э. Багдасарян, В.Н. Горлов. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009.- <http://znanium.com/bookread.php?book=181801>
4. Гукова О. Н. Предпринимательство в сфере сервиса: учебное пособие / О.Н. Гукова, А.М. Петрова. - М.: Форум, 2009.- <http://znanium.com/bookread.php?book=165066>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Интернет-ресурсами к курсу «Сервисная деятельность» могут послужить электронные журналы, порталы и сайты по вопросам сервиса, маркетинговых исследований сервисных компаний, управления обслуживанием, рекламой и PR-деятельностью сервисных предприятий, отражающие современную экономическую ситуацию, зарубежный опыт, а также инновации в сфере обслуживания.

3. Лабораторные занятия- не предусмотрены

4. Самостоятельная работа обучающихся

4.1. Общие положения

Самостоятельная работа является неотъемлемой частью образовательного процесса, связанного с формированием компетенций обучающихся. В учебном плане самостоятельной работе отводится около половины общего объема трудозатрат по изучению дисциплины «Сервисная деятельность».

Методические рекомендации предназначены для рационального распределения времени студента по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины. Они составляются на основе сведений о трудоемкости дисциплины, ее содержании и видах работы по ее изучению, а также учебно-методического и информационного обеспечения.

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов является обучение навыкам работы с научно-теоретической, периодической, научно-технической литературой и технической документацией, необходимыми для углубленного изучения



дисциплины «Сервисная деятельность», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному изучению и изложению полученной информации.

Основными задачами самостоятельной работы студентов являются:

- овладение фундаментальными знаниями;
- наработка профессиональных навыков;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Сервисная деятельность» обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе лекционных и практических занятий;
- формирование навыков работы с периодической, научно-технической литературой и технической документацией.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого студента.

3.2. Формы(виды) самостоятельной работы и ее трудоемкость (час)

Трудоемкость освоения дисциплины «Сервисная деятельность» составляет 144 часа, из них 56 часа аудиторных занятий и 88 часов, отведенных на самостоятельную работу студента.

Перечень тем самостоятельной работы студентов по подготовке к лекционным и практическим занятиям соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины.

Самостоятельная работа студента предусматривает следующие виды работ:

- подготовка рефератов и докладов на заданную тему;
- подготовка презентаций по определенным вопросам;
- изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике;
- подготовка графического материала по заданной теме.

п/п	Наименование темы	Объем часов	Форма проведения
1	2. Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности	8	Составление глоссария
2	3. Специфика услуг как товара	8	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС
3	4. Ценность услуги	8	Подготовка рефератов
4	5. Жизненный цикл услуг.	8	Подготовка докладов по теме
5	6. Сервис как компонент продажи товаров.	8	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике



6	7. Поведение потребителей и принятие ими решений	8	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
7	8. Теория организации обслуживания.	8	подготовка презентации по итогам выставки
8	9. "Контактная зона" как сфера реализации сервисной деятельности.	8	Подготовка к проблемной лекции «Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания», предусматривающее использование ЭБС
9	10. Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания.	6	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
10	11. Качество обслуживания и производительность.	6	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
11	12. Стратегические направления и конкурентоспособность в сфере услуг.	6	подготовка презентации по итогам выставки
12	13. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности.	6	подготовка презентации для финальной защиты группового проекта
	ИТОГО	88	

На самостоятельное изучение выносятся следующие вопросы по темам:

Блок 1. Теоретические основы обслуживания

1.1. Основы теории обслуживания

Вопросы для самостоятельной подготовки

2. Какую роль играет сервисная деятельность в рыночной экономике и жизни общества?
3. Что вы знаете об особенностях развития сервиса в России, его проблемах и перспективах?
4. Какие услуги в сервисной деятельности занимают наибольший удельный вес и почему?
5. Почему сервису обслуживания в настоящее время уделяется так много внимания?



Как вы думаете, с чем это связано? Оправдано ли это?

6. Какие механизмы, по вашему мнению, целесообразно задействовать для сегментации потребителей: наблюдение, самостоятельный выбор клиентов, опрос и т.д.?
7. Целесообразно ли использовать одну и ту же сегментацию для: а) завоевания или привлечения новых клиентов; б) удовлетворения их потребностей (качество обслуживания); в) формирования лояльности, - или же рациональнее иметь отдельную сегментацию для каждой из вышеназванных позиций?

1.2. Формирование сервисного общества

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Рынок услуг и его различные разновидности, анализ тенденций продаж услуг и прогноз развития рынка

2. Маркетинговый инструментарий и его использование в сервисной деятельности
3. Услуга, - ее сущность, формирование и поведение на рынке

1.3. Парадигмы личного потребления

Задачи для самостоятельного решения

1. Сервисное предприятие при объеме продаж 500 ед. товара в год получает доход в 4 тыс. ус. д. ед. Повышение цены на товар привело к сокращению объема продаж на 20%. На сколько при этом уменьшился годовой доход, если принять, что сокращение спроса на товар обратно пропорционально росту его цены?

2. С наступлением весны объем пошива и продаж определенного предмета одежды, при его цене в д. ед. падает в два раза:

1) До какого уровня можно поднимать при этом цену на данную одежду, чтобы доход не менялся?

2) Каким при этом должен быть объем продаж до его падения?

Будем считать, что падение объема пошива и продаж обратно пропорционально росту цены товара

3. В бочку с зеленой и желтой краской добавили столько желтой краски, сколько было зеленой (по объему). Затем добавили столько зеленой краски, сколько первоначально было желтой (по объему).

Какой процент по объему стал приходиться на зеленую и на желтую краски?

4. По прогнозу на лето в Санкт-Петербурге ожидается 80% дней с теплой погодой, 80% с пасмурной и 60% ветреных дней. Сколько времени (в %) будет тепло, облачно и ветрено?

5. Во сколько раз вероятность отгадать в лотерее «6 из 49» пять номеров меньше, чем вероятность: 1) четыре номера; 2) три номера

1.4. Потребители: потребности и типы поведения

Темы для самостоятельного изучения

1. Расскажите о трех основных этапах в обслуживании заказа.

2. В чем состоят психологические особенности трехэтапного процесса обслуживания клиента?

3. Охарактеризуйте специфические особенности процесса обслуживания на различных его этапах.



1.5. Факторы сервисной трансформации

Тестовые задания

№	Содержание теста	Правильных ответов
1	Предоставление услуги можно подразделить на отдельные этапы: а обеспечение необходимыми ресурсами; б технологический процесс исполнения; в контроль; г проверка; д испытание; е отгрузка; ж приемка; з процесс обслуживания.	шесть
2	Социально-культурная услуга – это: а услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей потребителя услуг; б услуга по удовлетворению духовных интеллектуальных потребностей и поддержанию нормальной жизнедеятельности потребителя; в результат деятельности организации или индивидуального предпринимателя по удовлетворению потребностей туриста в организации и осуществлении тура или его отдельных составляющих.	один
3	Согласно толковому словарю С.И. Ожегова, слово «услуга» имеет следующие значения: а действие, приносящее пользу другому; б деятельность, направленная на удовлетворение потребностей других лиц, за исключением деятельности, осуществляемой на основе трудовых правоотношений; в работа (совокупность мероприятий), выполняемая для удовлетворения нужд и потребностей клиентов, обладающая законченностью и имеющая определенную стоимость; г хозяйственные удобства, предоставляемые кому-нибудь.	два
4	Отличительными особенностями услуг являются: а неосвязаемость услуг; б неразрывность производства и потребления услуги; в несохраняемость услуг; г неповторяемость услуг; д незабываемость услуг; е непостоянство качества услуг.	четыре
5	Сфера обслуживания населения – это: а совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению; б деятельность предприятий и организаций, направленная на удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристских и	один



в	экскурсионных услугах; деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.	
б	Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем: а это отчужденный от производителя результат труда; б это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа; в фактически производство совмещено с потреблением.	один
7	Важная роль услуг в экономике обусловлена следующими факторами: а высокой доходностью (ликвидностью) услуг, которые, как правило, потребляются в момент их производства; б услуга не может быть предложена клиенту в осязаемой форме до завершения процесса его обслуживания; в относительно невысокой материалоемкостью (включая так называемые нематериальные услуги), что увеличивает объем добавленной стоимости, а, следовательно, национальный доход; г коротким сроком получения платы за выполненные услуги.	три
8	Какие услуги не относятся к скрытому сектору услуг, это: а деятельность по подбору кадров; б осуществление публикаций; в страхование; г услуги фитнес-центров; д юридические услуги; е управление трудовыми ресурсами; ж уборка помещений; з перевозки.	два
9	В чем заключается неосязаемость услуги: а процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса; б услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит; в их нематериальный характер, другими словами, услуга не может быть предложена клиенту в другой форме до завершения процесса его обслуживания.	один
10	В чем заключается несохраняемость услуг: а процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса; б услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит; в их нематериальный характер, другими словами, услуга не может быть предложена клиенту в другой форме до завершения процесса его обслуживания;	один



Г	они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.	
---	--	--

1.6. Ориентация на потребителя в концепции маркетинга и сервисологии

Задачи

1. Женщина в ателье просит совета продавца, какого цвета ткань выбрать ей для платья. Прежде чем посоветовать, какие вопросы он должен ей задать?
2. По вашему мнению, развитие сферы услуг требует только материальных средств, инициативы, знаний или же ещё и моральной зрелости и смелости? Если да или нет, то почему?
3. Расскажите, /объясните/, в чем суть абонементного обслуживания, бесконтактной формы обслуживания, обслуживания с помощью обменного фонда машин и приборов, выездного обслуживания. Какие «плюсы и минусы» несут они клиенту и сервисной фирмы?
4. Каким образом интерьер помещения, в котором проводится обслуживание потребителей, влияет на степень их удовлетворенности и эффективность работы обслуживающего персонала? Приведите примеры и расчеты.
5. Какие, по вашему мнению, проблемы этического характера могут возникать в процессе оказания услуг и как их можно разрешить?

1.7. Линейный персонал: правила и организация обслуживания в гостиницах

Вопросы для самоконтроля

1. Что понимается под культурой сервиса и в чем она проявляется в процессе обслуживания?
2. Дайте определение психологии, этике и эстетике обслуживания. Какова их роль в сервисной деятельности?
3. Назовите основные категории потребителей и виды потребностей человека.
4. Как ведут себя на предприятиях сервиса клиенты с разными типами темперамента?
5. Как проявляется темперамент работника контактной зоны при обслуживании клиентов? Какими способностями он должен обладать?
6. Что такое индивидуальный подход к клиенту? В чем его значение?
7. Что понимается под профессиональным поведением /поведением/ работника контактной зоны? Приведите примеры.
8. Приятно ли вам, с точки зрения эстетического вкуса, заниматься в учебных аудиториях университета?
9. Что понимается под организационно-технологической культурой? Из каких компонентов она состоит?

1.8. Конфликты в гостиницах и их разрешение

Вопросы для самоконтроля

1. Каких рекомендаций следует придерживаться при разборе жалоб и претензий клиентов?
2. Конфликт и его причины.
3. Классификация конфликтов.
4. Возможные исходы конфликтов.
5. Охарактеризуйте основные способы разрешения конфликтов.
6. Раскройте основные приемы влияния на людей, самопрезентации.



1.9. Сервисное управление моделированием гостиничного продукта

Вопросы для самоконтроля

1. Типология потребителей и методы воздействия на них.
2. Дайте определение понятиям «форма обслуживания и метод обслуживания потребителей».
3. Какие современные формы обслуживания вы знаете?
4. В чем сущность и особенности обслуживания потребителей в стационарных условиях и с выездом на дом к потребителям?
5. В чем преимущество бесконтактного обслуживания потребителей?

Блок 2. Управление процессом обслуживания

2.1. Формы и методы обслуживания в гостиницах

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Сервисная деятельность как процесс и его связь с экономической конъюнктурой на рынке услуг
2. Особенности внедрения инноваций в сфере услуг.
3. Жизненный цикл сервисного продукта /товар, услуга/ и его особенности
4. Процесс обслуживания потребителей, прогрессивные формы и методы обслуживания.
5. Сервисные технологии, формы обслуживания и показатели затрат времени / анализ опыта отечественного и зарубежного сервиса/.

2.2. Состав процесса обслуживания

"РОСИНТЕР РЕСТОРАНТС" - КОМПАНИЯ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОЙ КОРПОРАЦИИ "РОСТИК ГРУПП"

Корпорация "**Ростик Групп**" развивает следующие направления бизнеса:

- Строительство, развитие и управление ресторанами;
- Фото-услуги;
- Туристический бизнес;
- Поставка продуктов;
- Производство полуфабрикатов, хлебобулочных и кондитерских изделий.

В целях увеличения популярности ресторанов компания ежегодно инвестирует средства в рекламу и продвижение своих торговых марок на российском рынке.

Специально разработанные системы анализа динамики продаж позволяют быстро отслеживать изменения спроса и разрабатывать наиболее эффективные маркетинговые программы для привлечения новых клиентов.

Программа лояльности "Почетный Гость"

Маркетинговая и рекламная политика "Росинтер Ресторантс" нацелена на реализацию конкретных программ, позволяющих расширять круг лояльно настроенной аудитории и популяризировать наши торговые марки. Так **в 1998 году** была разработана и введена в действие программа вознаграждения постоянных клиентов. Она получила название "**Почетный Гость**". Это первая программа лояльности в России. Она предоставила нашим гостям возможность получать бесплатно пластиковую карту и накапливать при помощи нее от **10 до 20 %** процентов бонусных баллов, которые учитывались при оплате счета в наших ресторанах.



Уникальная особенность этой программы в том, что позволяет применять индивидуальный подход к каждому клиенту, информировать их о дополнительных услугах и новых продуктах. Это дает возможность не только повысить лояльность гостей к нашим ресторанам, но и привлечь их внимание к деятельности Партнеров программы. На сегодняшний день количество участников программы - **более четверти миллиона человек**, что свидетельствует о ее высокой эффективности и популярности.

29 ноября 2012 года программа получила дальнейшее развитие: "Росинтер Ресторантс", Visa International и "Гута Банк" создали совместный продукт - пластиковую карту "VISA Почетный Гость" Гута Банка, которая совместила объединила в себе преимущества трех брэндов - бонусную систему "Почетный Гость", международную платежную систему Visa и банковскую карту "Гута-Банк". Число держателей новой карты по итогам первого месяца превысило 15 тысяч человек. Такого быстрого развития не видела ни одна ко-брендинговая карта в России. Очевидно, что "Visa-Почетный Гость" Гута-Банка станет одной из популярнейших пластиковых карт в России. По нашим расчетам к концу 2012 года количество держателей новой карты составит **60 000 человек**, а к концу 2013 года около **170 тысяч человек**.

Проанализируйте существующую стратегию компании. Выделите ее сильные и слабые черты. Оцените возможные следствия перехода к карточкам «Гута-банка». Внесите свои предложения по улучшения маркетинга в компании.

2.3. Планирование процесса обслуживания в гостиницах

Вопросы для самоконтроля.

1. Какие факторы определяют развитие малого бизнеса в сфере услуг?
2. В каких направлениях и сегментах сервисной деятельности чаще всего проявляется предпринимательство?
3. Перечислите основные организационно – экономические и имущественно – правовые формы предпринимательства в сфере услуг. В чем причина многообразия этих форм и укажите их преимущества и недостатки.
4. Какие виды помощи оказывают малому бизнесу органы центральной и муниципальной власти? Что, по вашему мнению, мешает развитию предпринимательства в России?
5. Охарактеризуйте личностные предпосылки и индивидуальные качества человека, решившего открыть свое дело в сфере услуг.
6. Почему многие новички в сфере услуг, после небольшого периода их деятельности, быстро разоряются и остаются лишь немногие предприниматели.
7. Опишите основные типы организационных структур управления сервисных предприятий, в чем их сильные и слабые стороны?

2.4. Обслуживание как фактор персонализации продукта

Вопросы для самоконтроля.

1. Перечислите, на основе каких критериев можно классифицировать услуги, товары и потребности.
2. Какие виды услуг можно было бы оказать через электронные каналы?
3. Приведите примеры длительных и кратковременных полезных контактов, возникающих в процессе оказания услуг, проанализируйте их сущность.
4. Какую роль играет сегментация в сервисной деятельности? Для каких типов сервисных фирм этот вопрос наиболее актуален?
5. Каким образом определяются наиболее подходящие для сервисной компании группы клиентов, и каким способом их можно длительно удерживать?

2.5. Организация процесса обслуживания в гостиницах

Вопросы для самоконтроля.



1. Целесообразность предоставления кастомизированной услуги.
2. Зависимость числа линий взаимодействий в сервисном плане от специфики предоставляемой услуги.
3. Критерии, которые могут быть использованы в моделях массового обслуживания для определения мощности организаций сферы услуг.

2.6. Специфика управления линейным персоналом

Темы для самостоятельного изучения

1. Как Вы можете определить национальные конкурентные преимущества России в сфере услуг (на примере услуг определенного типа).
2. Какие формы международной конкуренции в сфере услуг Вы считаете наиболее реализуемыми в России?

2.7. Инновации в гостиничном обслуживании

Проанализировать фирменный сервис знаменитых гостиничных хозяйств и его преимущества.

2.8. Основы сервисного аудита в гостиницах

1. Проанализируйте различные системы аудита в гостиницах Европы и США. Сравните их с российскими моделями.

4. Перечень основной и дополнительной учебной литературы и перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

4.1 Основная литература

1. Т. Н. Третьякова. Сервисная деятельность. - М. ИЦ Академия. 2014
2. Буйленко В. В. Сервисная деятельность. Ростов н/Д. Феникс. 2013
3. Свириденко, Ю. П. Сервисная деятельность в обслуживании населения [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Ю. П. Свириденко. - М.: Дашков и К, 2012. - 220 с
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415409>
4. Неретина, Т. Г. Организация сервисной деятельности [Электронный ресурс] : Учеб.-метод. комплекс для студентов высших профессиональных учреждений дневной и заочной форм обучения специальности «Социально-культурный сервис и туризм» / Т. Г. Неретина. - 3-е изд., стереотип. - М. : ФЛИНТА, 2014. - 102 с
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406364>

4.2 Дополнительная литература

1. Свириденко Ю. П. и др. Сервисная деятельность в обслуживании населения М.: Альфа – М: ИНФРА-М 2012.
2. Велединский В. Г. Сервисная деятельность. М.: КНОРУС. 2013
3. Сервисная деятельность. / Под ред. Резник Г. И. М.: ИНФРА-М, 2013 –
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=352240>
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] / Под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. Дашков и К°, 2012 -
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415400>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»**

СК РГУТиС

Интернет-ресурсами к курсу «Сервисная деятельность» могут послужить электронные журналы, порталы и сайты по вопросам сервиса, маркетинговых исследований сервисных компаний, управления обслуживанием, рекламой и PR-деятельностью сервисных предприятий, отражающие современную экономическую ситуацию, зарубежный опыт, а также инновации в сфере обслуживания.