

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 25.09.2023 16:55:45  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:

Руководитель ООП

*(Handwritten signature)*  
08 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

**Сервисная деятельность**

Направление подготовки

43.03.01. Сервис

Направленность (профиль)

Социально-культурный сервис

Для студентов 2 курса,

очная форма обучения

Составитель: Бодрова Ю.В.

## **I. Аннотация**

### **1. Цель и задачи дисциплины**

Целью освоения дисциплины является:

- являются создание системы знаний о сервисной деятельности, услугах, формах обслуживания и способах формирования новых услуг и прогрессивных методах обслуживания, составляющих качества услуг и обслуживания, ознакомление студентов с современным рынком услуг, перспективами развития сервиса в различных регионах России, странах мира.

Задачами освоения дисциплины являются:

- изучение основных понятий сервисной деятельности,
- формирование представлений о сервисной деятельности,
- определение места сервиса в жизнедеятельности человека,
- оценка современного состояния рынка услуг в России и странах зарубежья и прогноз развития в сфере сервиса,
- изучение нормативно-правовых аспектов сервисной деятельности,
- формирование представлений об особенностях организации и функционирования сервисных предприятий,
- изучение принципов сервисной коммуникации.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

В соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению «Сервис» учебная дисциплина «Сервисная деятельность» входит в часть программы ООП, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина неразрывно связана с дисциплинами ООП: «Гастрономические бренды Тверской области», «Деловая коммуникация», «Профессиональная этика и этикет», «Сервисология», «Проектирование процесса оказания услуг».

**3. Объем дисциплины:** 6 зачетных единиц, 216 академических часов, в том числе:

**контактная аудиторная работа:** лекции 32 часов, практические занятия 64 часов,

**контактная внеаудиторная работа:** курсовая работа 10;

**самостоятельная работа:** 83 часов, контроль 27.

**4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>ПК – 1 Способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителей</p> <p>ПК – 3 Способен проектировать процессы предоставления услуг</p>	<p>1.1 Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности</p> <p>1.2 Участвует в разработке системы клиентских отношений</p> <p>1.3 Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений</p> <p>3.1 Оценивает результаты деятельности сервисного предприятия</p> <p>3.2 Анализирует жизненный цикл услуг сервисного предприятия</p>

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения экзамен 4 семестр, курсовая работа 4 семестр.**

**6. Язык преподавания русский.**

**II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)				Самостоятельная работа, в том числе Контроль (час.)
		Лекции	Семинарские/ Практические занятия/ Лабораторные работы	Контроль самостоятельной работы (в том числе курсовая работа)		

<b>Раздел 1: Понятие и сущность сервисной деятельности</b>					
<b>Тема 1.1:</b> Сервис как философия и методология современного предпринимательства и торговли	9	2	2	1	4
<b>Раздел 2: Предпосылки возникновения и история развития сервиса в России и за рубежом</b>					
<b>Тема 2.1:</b> Становление и развитие сервисной деятельности, особенности ее научного анализа	7		2	1	4
<b>Тема 2.2:</b> Возникновение и развитие сервиса в России и за рубежом	7		2	1	4
<b>Раздел 3: Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей</b>					

<b>Тема 3.1:</b> Классификация и характеристика потребностей в услугах и сервисном обслуживании	7		2	1	4
<b>Раздел 4:</b> Услуга как специфический продукт сервисной деятельности					
<b>Тема 4.1.</b> Услуги в сервисной деятельности и их особенности как товара	8	2		2	4
<b>Раздел 5:</b> Классификация услуг. Классификаторы					
<b>Тема 5.1:</b> Виды и формы сервисной деятельности	10	2	4	2	2
<b>Тема 5.2:</b> Характеристика видов материальных, социально-культурных и смешанных услуг	5	2		1	2
<b>Тема 5.3:</b> Значение классификатора ОКВЭД-2 и ОКПД-2, классификаторы по типам услуг	5		2	1	2

<b>Раздел 6: Государственное регулирование сервисной деятельности</b>					
<b>Тема 6.1:</b> Лицензирование услуг	6	2		1	3
<b>Тема 6.2:</b> Подтверждение соответствия, сертификация, аккредитация и стандартизация различных видов услуг	12	2	4	2	4
<b>Тема 6.3.</b> Регулирование отношений между производителями и потребителями товаров и услуг. ФЗ «О защите прав потребителей».	9		4	1	4
<b>Раздел 7: Предприятия, оказывающие услуги населению</b>					
Тема 7.1. Особенности организации и функционирования сервисных предприятий	12	2	4	2	4
<b>Раздел 8: Персонал предприятий сферы сервиса</b>					

<b>Тема 8.1:</b> Квалификационные и личностные требования к персоналу сферы сервиса	12	2	4	2	4
<b>Раздел 9:</b> <b>Потребители услуг</b>					
<b>Тема 9.1:</b> Характеристика основных потребителей услуг и особенности потребительского поведения	10	2	2	2	4
<b>Раздел 10:</b> <b>Качество услуг</b>					
<b>Тема 10.1:</b> Требования и параметры качества услуг и обслуживания	10	2	2	2	4
<b>Тема 10.2:</b> Модели качества услуг и обслуживания потребителей	10	2	2	2	4
<b>Раздел 11: Сервисная деятельность как процесс обслуживания и производства сервисных продуктов</b>					

<b>Тема 11.1:</b> Сервис как процесс. Проектирование услуги	14	2	6	2	4
<b>Тема 11.2:</b> Жизненный цикл услуги и учет его особенностей	7	2	2	1	2
<b>Тема 11.3:</b> Обслуживание потребителей в контактной зоне	12	2	4	2	4
<b>Тема 11.4:</b> Формы обслуживания и показатели затрат. Ценность услуги для потребителя	10	2	2	2	4
<b>Тема 11.5:</b> Основные правила обслуживания потребителей	12	2	4	2	4
<b>Тема 11.6:</b> Специфика обслуживания разных социальных групп населения	12		6	2	4
<b>Тема 11.7:</b> Разрешение конфликтных ситуаций при обслуживании	8		2	2	4
<b>Итого:</b>	216	32	64	37	83

### III. Образовательные технологии



Учебная программа – наименование разделов и тем (в строгом соответствии с разделом II РПД)	Вид занятия	Образовательные технологии
Сервис как философия и методология современного предпринимательства и торговли	Лекция, практическое занятие	Лекция-визуализация с элементами фронтальной беседы, создание словаря терминов, коллоквиум
Становление и развитие сервисной деятельности, особенности ее научного анализа	Практическое занятие	Метод case-study
Возникновение и развитие сервиса в России и за рубежом	Практическое занятие	Проблемный семинар, заполнение таблицы
Классификация и характеристика потребностей в услугах и сервисном обслуживании	Практическое занятие	Метод малых групп, метод пиктограмм, заполнение таблицы
Услуги в сервисной деятельности и их особенности как товара	Лекция	Лекция-визуализация
Виды и формы сервисной деятельности	Лекция, практическое занятие	Лекция-визуализация, мастер-класс, производственная экскурсия
Характеристика видов материальных, социально-культурных и смешанных услуг	Лекция	Лекция-визуализация
Значение классификатора ОКВЭД-2 и ОКПД-2, классификаторы по типам услуг	Практическое занятие	Метод case-study, имитационные упражнения
Лицензирование услуг	Лекция	Лекция-визуализация, метод малых групп

Подтверждение соответствия, сертификация, аккредитация и стандартизация различных видов услуг	Лекция, практическое занятие	Лекция-визуализация, метод малых групп
Регулирование отношений между производителями и потребителями товаров и услуг. ФЗ «О защите прав потребителей».	Практическое занятие	Метод case-study, метод малых групп, имитационные упражнения
Особенности организации и функционирования сервисных предприятий	Лекция, практическое занятие	Лекция-визуализация, производственная экскурсия. тренинг
Квалификационные и личностные требования к персоналу сферы сервиса	Лекция, практическое занятие	Лекция-визуализация, мастер-класс, творческие задания, Портфолио, нетворкинг
Характеристика основных потребителей услуг и особенности потребительского поведения	Лекция, практическое занятие	Лекция-визуализация, метод case-study, мастер-класс, творческие задания
Требования и параметры качества услуг и обслуживания	Лекция, практическое занятие	Лекция-визуализация, коллоквиум
Модели качества услуг и обслуживания потребителей	Лекция, практическое занятие	Лекция-визуализация, мастер-класс, творческие задания, метод вариативного моделирования, мозговой штурм
Сервис как процесс. Проектирование услуги	Лекция, практическое занятие	Проектная технология. Лекция-визуализация, творческие задания, метод вариативного моделирования, метод дизайнерского бизнес-проекта
Жизненный цикл услуги и учет его особенностей	Лекция, практическое занятие	Лекция-визуализация, мастер-класс, творческие задания, метод вариативного моделирования, метод малых групп

Обслуживание потребителей в контактной зоне	Лекция, практическое занятие	Лекция-визуализация, групповой тренинг, имитационные упражнения, ролевая игра
Формы обслуживания и показатели затрат. Ценность услуги для потребителя	Лекция, практическое занятие	Лекция-визуализация, мастер-класс, творческие задания, метод вариативного моделирования, метод малых групп
Основные правила обслуживания потребителей	Лекция, практическое занятие	Лекция-визуализация, метод case-study, мастер-класс, творческие задания, метод вариативного моделирования
Специфика обслуживания разных социальных групп населения	Практическое занятие	Метод case-study, метод вариативного моделирования, мозговой штурм
Разрешение конфликтных ситуаций при обслуживании	Практическое занятие	Метод case-study, коллоквиум

#### **IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации**

##### *4.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации:*

##### *4.1.1. Контрольные вопросы и задания для практических занятий*

#### **Тема семинарского занятия: Возникновение и развитие сервиса в России и за рубежом**

1. Факторы, влияющие на развитие сферы услуг.
2. Предпосылки для развития сервисной деятельности на разных этапах исторического развития
3. Периодизация истории сервисной деятельности в России.
4. Состояние сферы услуг в дореволюционной России.
5. Особенности сферы сервиса в Советской России.
6. Период перестройки и его влияние на сферу сервиса.
7. Современный рынок услуг России: проблемы и тенденции развития.

8. Особенности и принципы сервисной деятельности в Европе, США и странах Востока.

**Материалы для подготовки:**

1. Аванесова Г. А. Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: учебное пособие. М., 2005.
2. Ананьева Т.Н., Багдасарян В.Э., Буткевич М.Н. Концептуальные и методологические аспекты формирования сервисологии - науки синергического типа. М., 2008.
3. Велединский В.Г. Сервисная деятельность: учебник. М., 2010.
4. Деларофф А. «Я тут ни при чём»: Как справиться с традициями русского национального сервиса // Slon, раздел «Бизнес будущего». URL: <https://republic.ru/biz/1099983/>
5. Забелин М. Русский народ, его обычаи... М., 1990.
6. Поликарпов В.С. История нравов в России. Р/н/Д, 1995.
7. Назаркина В.А. Сервисная деятельность. Практикум: учебное пособие. Новосибирск, 2014.
8. Осипов П. Национальный менталитет. О русской скромности, жар-птицах и пеленании детей // Управление сбытом. 2009. №12.
9. Руденко Л.Л. Сервисная деятельность: учебное пособие. М., 2019.
10. Романович Ж. А. , Калачев С. Л. Сервисная деятельность: Учебник. М., 2018.
11. Соколова М. В. История туризма: учебное пособие. М., 2012.
12. Суслов М.Г. Что мешало развитию сервиса в России на рубеже XIX-XX веков? // Историческая и социально-образовательная мысль. Т. 8. 2016.
13. Хмелев В.В., Родионова В.И. Сервисная деятельность (научно-методологическая основа развития): Учеб. пособие. М., 2004.
14. Черноусова Н.Ю. Основные направления внедрения инновационных технологий в сфере гостеприимства // Сервис в России и за рубежом. 2012. №2(29).

15. Чернышева Т.Л. Влияние национального менталитета на развитие сервиса в России // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11, № 4.
16. Экономика сферы платных услуг / Под ред. Е.Н. Жильцова. Казань, 2006.

**Тема семинарского занятия: Разрешение конфликтных ситуаций при обслуживании**

1. Понятие конфликта и жалобы.
2. Виды конфликтов.
3. Причины жалоб и конфликтов.
4. Способы предупреждения и разрешения конфликтов, рассмотрение жалоб.
5. Анализ конкретных ситуаций.

**Материалы для подготовки:**

1. Анцуров А. Я. Конфликтология. Учебник для вузов, М., 1999.
2. Балаева О.Н., Предводителева М.Д., др. Конфликты в сервисных организациях: источники и пути решения // Маркетинг услуг. 2010. № 1 (21). С. 66-78.
3. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека. М., 1990.
4. Зигерт В., Ланг Л. Руководить без конфликтов / Сокр. пер. с нем. М., 1990.
5. Колбин Г. И., Фросина И. М. Социально-психологические процессы на предприятиях сервиса. М., 1997.
6. Кучевский В.Б. Психология общения продавца и покупателя. М., 1993.
7. Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. М., 2002.
8. Руденко, А.М. Психология социально-культурного сервиса и туризма. Ростов н/Д., 2005.
9. Ремендик Д. М. Психологический практикум: социально-культурный сервис. М., 2006.
10. Сайт компании «ServiceFirst» // <http://www.service1.ru>

11. Скотт Г. Дж. Способы разрешения конфликтов / Пер. с англ. Киев, 1991.

*4.1.2. Образцы контрольных тестов:*

**Тест 1. «Теория организации сервисной деятельности»**

**1. Сфера услуг и сервисной деятельности - это:**

- a. сфера быта,
- b. сфера культуры,
- c. третичный сектор экономики,
- d. инфраструктура сервиса,
- e. индустрия сервиса.

**2. Обеспечение свободы выбора товаров и услуг - это:**

- a. принцип,
- b. объект,
- c. предмет,
- d. тема,
- e. ведущая идея современного сервиса.

**3. Услуга – это:**

- a. любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо;
- b. осязаемые действия, направленные на товар или человека;
- c. это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями.

**4. Сервис — это:**

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

с. предпродажное и гарантийное обслуживание.

**5. Профессиональная активность специализированных фирм и учреждений обслуживания - это:**

- а. процесс обслуживания,
- б. контактное обслуживание,
- с. третий сектор экономики,
- д. сервисная деятельность,
- е. индивидуальное обслуживание.

**6. Целью сервисной деятельности является:**

- а. удовлетворение человеческих потребностей;
- б. исследование рынка услуг;
- с. производство услуг.

**7. Под невещественными ресурсами общества понимают:**

- а. уровень развития информационных технологий;
- б. конструктивные качества работников, населения в целом;
- с. уровень правового обеспечения интеллектуальной собственности граждан;
- д. систему образования страны в целом.

**8. Услуга обладает следующими качествами:**

- а. способность к хранению и транспортировке;
- б. неотделимость от своего источника;
- с. неизменностью качества.

**9. В чем заключается неосвязаемость 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;
- с. их нематериальный характер, другими словами, услуга не может быть предложена клиенту в другой форме до завершения процесса его обслуживания.

**10. В чем заключается несохраняемость услуг:**

- a. процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
- b. услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
- c. их нематериальный характер, другими словами, услуга не может быть предложена клиенту в другой форме до завершения процесса его обслуживания;
- d. они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.

**11. Одно из существенных отличий услуги от товара состоит:**

- a. в различии мест хранения,
- b. более высокой стоимости,
- c. совмещении производства и потребления, необходимости различий в упаковке,
- d. концентрации технических возможностей.

**12. Производственные услуги – это:**

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

**13. Распределительные услуги включают:**

- a. массовые коммуникации;
- b. услуги транспорта, торговли, связи;
- c. консалтинг, инжиниринг.

**14. Идеальная услуга – это:**

- a. абстрактная теоретическая модель вида сервисной деятельности;
- b. сопровождение товарно-материальные ценности, облегчая их обращение;
- c. все виды производственных услуг.

**15. К легитимным услугам относят:**



- a. нелегальные услуги;
- b. услуги, имеющие криминальный оттенок;
- c. услуги, одобряемые государством и обществом.

**16. Социально-культурная услуга – это:**

- a. услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей потребителя услуг;
- b. услуга по удовлетворению духовных интеллектуальных потребностей и поддержанию нормальной жизнедеятельности потребителя;
- c. результат деятельности организации или индивидуального предпринимателя по удовлетворению потребностей туриста в организации и осуществлении тура или его отдельных составляющих.

**17. Разновидность услуг, связанных, с поддержанием нормальной жизнедеятельности потребителя, относят к услугам:**

- a. спортивным,
- b. платным,
- c. физиологическим,
- d. социально-культурным,
- e. тренировочным,
- f. материально-техническим.

**18. Разновидность услуг, связанная с удовлетворением духовных, интеллектуальных потребностей, называют услугами:**

- a. материальными,
- b. нравственными,
- c. морально-этическими,
- d. социально-культурными
- e. бытовыми.

**19. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это:**

- a. спрос;
- b. потребность;
- c. мотивация;
- d. стресс.

**20. Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:**

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

#### 4.1.3. Перечень заданий контрольных работ

**1. Дайте определение «сервисная деятельность»**

**2. Назовите особенности сервисной деятельности**

**3. Назовите основное отличие услуги от товара.**

**4. Перечислите витальные потребности человека?**



**5. Перед вами пирамида потребностей А. Маслоу, назовите базовые потребности под № 2?**

**6. Прочитайте новостное сообщение от 18.10.2012 г. и выполните задание:**

1. К какому виду факторов, влияющих на развитие сервисной деятельности, относится данное происшествие? Аргументируйте свой ответ.

2. Какие последствия вызвала забастовка авиадиспетчеров, и как это отразится на развитии индустрии услуг в данном регионе?

*В Греции десятки авиарейсов отменены в связи с забастовкой авиадиспетчеров. Диспетчеры будут бастовать в рамках всеобщей забастовки с 10 до 13 часов по местному времени. На это время отменены все пассажирские авиарейсы - 23 прибывающих рейса и 23 вылета, сообщает [РИА Новости](#).*

*По всей стране местная авиакомпания Aegean Airlines отменила 12 рейсов и перенесла еще 20. другая греческая авиакомпания Olympic Air отменила 34 рейса и перенесла 44, а международная компания EasyJet перенесла 18 рейсов.*

*Между тем, авиасообщение с Россией забастовка почти не затронет. Так, рейс Aegean Airlines A3 971 из Домодедово прибудет в Афины в 8.35 по местному времени, рейс "Аэрофлота" SU 2112 вылетит в Москву по расписанию - в 22.05. Только рейс "Аэрофлота" SU 2110 в Афины задержится на час - в 13.35 по местному времени.*

*Также из-за акций протеста в стране прекращено паромное и железнодорожное сообщение. В Афинах не ходят троллейбусы, такси и пригородные электрички, а метро и автобусы начнут работу позже обычного. Массовые протесты вызваны планами правительства Греции по принятию мер экономии в обмен на очередной транш кредитов ЕС и МВФ.*

4.2. *Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации:*

4.2.1. *Перечень вопросов для подготовки экзамену*

1. Понятия «сервис», «услуга», «обслуживание», «сервисная деятельность».
2. Особенности сервисной деятельности.
3. Задачи системы сервиса.
4. Виды сервисной деятельности.
5. Принципы и функции современного сервиса.

6. Факторы, влияющие на становление сферы услуг.
7. Предпосылки для развития сервисной деятельности на разных этапах исторического развития.
8. Состояние сферы услуг в дореволюционной России.
9. Особенности сферы сервиса в Советской России.
10. Период перестройки и его влияние на сферу сервиса.
11. Современный рынок услуг России: проблемы и тенденции развития.
12. Особенности и принципы сервисной деятельности в Европе.
13. Особенности и принципы сервисной деятельности в США.
14. Особенности и принципы сервисной деятельности в странах Востока.
15. Потребность и ее значение в развитии сервиса. Возникновение потребностей в услугах на протяжении истории развития человечества.
16. Классификация потребностей, возможности и принципы их удовлетворения.
17. Концепции человеческих потребностей в истории общественной мысли.
18. Отличие услуги от товара.
19. Основные характеристики услуг.
20. Классификация услуг и их характеристика.
21. Методы оценки и пути повышения конкурентоспособности товаров и услуг.
22. Роль государства и права в развитии сферы услуг.
23. Лицензирование и сертификация в сервисной деятельности.
24. Стандарты и нормативы сервисной деятельности.
25. Договорные отношения в сфере сервиса.
26. Предприятия сферы сервиса, их классификация и характерные особенности.
27. Жизненные циклы развития предприятий сервиса.
28. Характеристика структуры сервисного предприятия.
29. Критерии качества и эффективности сервисной деятельности.
30. Репутация, имидж сервисного предприятия.
31. Сервисный продукт: определение, основные компоненты.
32. Требования к персоналу сферы сервиса.

33. Проблемы профессионального отбора персонала для разных видов сервиса и конкретных способов обслуживания клиентов.
34. Факторы, влияющие на покупательское поведение.
35. Типология потребителей услуг.
36. Особенности поведения потребителей в сервисной деятельности.
37. Методы и формы обслуживания населения.
38. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид деятельности.
39. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности.
40. Показатели качества услуг и обслуживания населения.
41. Стандарты обслуживания как внутренняя форма контроля качества услуг и обслуживания на предприятиях сервиса.
42. Пути повышения качества услуг и обслуживания. Принципы TQM.
43. Ожидания потребителей от оказания услуг и их удовлетворение.
44. Контроль удовлетворенности потребителей услуг.
45. Внедрение инноваций и новых видов услуг.
46. Процесс разработки и создания новой услуги.
47. Жизненный цикл услуги.
48. Личностно-психологические типы потребителей (клиентов) и взаимодействие с ними.
49. Деловые и межличностные конфликты в сфере сервиса
50. Особенности предоставления услуг различным категориям потребителей.

## **V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **1) Рекомендуемая литература**

#### Основная:

1. Охотина, Н.М. Сервисная деятельность : учебное пособие. Йошкар-Ола : ПГТУ, 2016 ; То же [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459497>

2. Сервисная деятельность: учебное пособие / В.А. Фурсов, Н.В. Лазарева, др. Ставрополь : СКФУ, 2015; То же [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457959>

Дополнительная:

1. Аброскин А. Сфера услуг и экономическое развитие // Вопросы статистики. 1998. №10. С. 23 – 34.
2. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: учебное пособие. М., 2006.
3. Азар В.И. Экономика и организация туризма. М., 1972.
4. Алдакушина Е.С. Современная международная торговля услугами // Внешняя торговля. 1999. №3. С. 3 – 12.
5. Алешина И.В. Культурные ценности в поведении потребителей. М., 1996.
6. Алешина И.В. Поведение потребителей: учебное пособие для вузов. М., 1999.
7. Андрусенко С.И. Организация фирменного обслуживания: учебное пособие. Киев, 1999.
8. Анурова Н. Персонал в ресторане. Как создать профессиональную команду. М., 2001.
9. Анцуров А. Я. Конфликтология. Учебник для вузов, М., 1999.
10. Ахмед И. Организация банкетов, фуршетов, презентаций. Ростов н/Д., 2003.
11. Балаева О.Н., Предводителяева М.Д. Управление организациями сферы услуг: учебное пособие. М., 2010.
12. Балаева О.Н., Предводителяева М.Д., др. Конфликты в сервисных организациях: источники и пути решения // Маркетинг услуг. 2010. № 1 (21). С. 66-78.
13. Барлоу Дж., Мёллер Кл. Жалоба как подарок. Обратная связь с клиентом – инструмент маркетинговой стратегии / Пер. с англ. М., 2006.

14. Барлоу Дж., Стюарт П. Сервис, ориентированный на бренд. Новое конкурентное преимущество / Пер. с англ. М., 2007.
15. Беквит Г. Что любят клиенты. СПб., 2004.
16. Бережной Н.М. Человек и его потребности. М., 2001.
17. Блюменау Д. И. Информация и информационный сервис. Л., 1989.
18. Богушева В.И. Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров. М., 2002.
19. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. М., 2001.
20. Браун Л. Имидж фирмы - путь к успеху. СПб., 1998.
21. Брежнева В.В., Минкина В.А. Информационное обслуживание: продукты и услуги, предоставляемые библиотеками и службами информации предприятий: учебно-методическое пособие. СПб., 2004.
22. Брежнева В.В., Минкина В.А. Информационное обслуживание: продукты и услуги, предоставляемые библиотеками и службами информации предприятий: учебно-методическое пособие. СПб., 2004.
23. Булыгина И.И. Об анимационной деятельности в туристских и спортивно-оздоровительных учреждениях // Теория и практика физической культуры. 2000. № 11. С. 26-29.
24. Бытовое обслуживание населения. Правовое регулирование. Правила. Учёт. / Под ред. Л. А. Колоколова, Екатеринбург, 1998.
25. Бытовое обслуживание населения: Информационный сборник. Серия: экономика и организация сферы услуг, М., 1989.
26. Вайнцвег А. Безупречный сервис. Чтобы каждый клиент чувствовал себя королем. М., 2006.
27. Васильева А.Ф. Сервисное государство. Административно-правовое исследование оказания публичных услуг в Германии и России. М., 2012.
28. Велединский В.Г. Сервисная деятельность: учебник. М., 2010.
29. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека. М., 1990.

30. Виноградова М. В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. Учебное пособие, 2006.
31. Витерс Д., Випперман К. Как продать свои услуги. СПб., 1994.
32. Воронцов Б.Н. О разумных потребностях // Философские науки. 1983. № 3. С. 15–28.
33. Гальперина Т.И. Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации. М., 2006.
34. Гамс М. Проведение встреч и организация обмена опытом работников сферы продаж. – М., 2005.
35. Гантер Б., Фернхам А. Типы потребителей. Введение в психографику: сегментирование рынка на основе стиля жизни, поведения и установок потребителя. СПб., 2001.
36. Гасиев М. Основы делового туризма и индустрии MICE в России и за рубежом: сравнение и тенденции // Деловой туризм и индустрия MICE в России и за рубежом: основы, понятия и тенденции (практический опыт). М., 2004.
37. Герсон Р. Как завоевать клиента: практические советы. М., 1994.
38. Гойхман, О.Я. Организация и проведение мероприятий. – М., 2008.
39. Дворкина М. Я. Информационное обслуживание: социокультурный подход. М., 2001.
40. Де Джордж Ричард Т. Деловая этика. М., 2003.
41. Деловое общение. Деловой этикет: Учеб. пособие для студентов вузов / Автор-составитель И.Н. Кузнецов. М., 2005.
42. Демидова Л. Сфера услуг в постиндустриальной экономике // Мировая экономика и международные отношения. 1999. № 2. С. 2 – 12.
43. Джон Р. Уокер. Введение в гостеприимство. М., 1999.
44. Дурович А.П. Поведение покупателей на рынке: маркетинговый анализ. Минск, 1996.
45. Ефремова М.В., Чкалова О.В. Сертификация услуг розничной торговли. М., 2000.



46. Ермоленко А.А. Техника и технология в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие. Краснодар, 2011.
47. Желтякова И. А. Ценообразование на услуги: учеб. пособие. СПб., 2000.
48. Завьялова Ж. Эмоциональный интеллект // Управление персоналом. 2006. №7. С.40-42.
49. Завьялова Ж., Моисеев А. Сервисное обслуживание клиентов в торговом зале. Специализированный бизнес-тренинг. СПб., 2006.
50. Загорская Л.М. Теория и практика социально-культурного сервиса: учебное пособие. Новосибирск, 2013.
51. Зайнашева З.Н. Обеспечение конкурентоспособности сервиса потребителей товара // Стандарты и качество. 2003. № 3. С. 46-48.
52. Зигерт В., Ланг Л. Руководить без конфликтов / Сокр. пер. с нем. М., 1990.
53. Каган М.С. Философская теория ценности. СПб., 1997.
54. Кадников В.В. CRM как средство повышения лояльности клиентов на рынке услуг // Маркетинг услуг. 2005. № 4. С. 30-36.
55. Карл Уильям Л. Организация обслуживания на организациях массового питания. М., 2002.
56. Карнаухова В.К. Сервисная деятельность: учебное пособие. М., 2006.
57. Кларк Ховард. Культура сервиса. М., 1998.
58. Козырев А.А. Мотивация потребителей. СПб., 2003.
59. Колбин Г. И., Фросина И. М. Социально-психологические процессы на предприятиях сервиса. М., 1997.
60. Коробкова С. Н., Кравченко В. И. Сервисная деятельность: учебное пособие, СПб., 2005.
61. Котлер Ф., Маркетинг: Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов / Пер. с англ. под ред. Р. Б. Ноздревой. М., 1998.
62. Кузин Ф. А. Культура делового общения. М., 1996.

63. Кулибанова В.В. Маркетинг: сервисная деятельность Учебное пособие. СПб., 2000.
64. Кулибанова В.В. Сервисная деятельность: Учебное пособие. СПб., 2001.
65. Курило Л.В. Теория и практика туристской анимации: в 2 т. Т. 1. Теоретические основы туристской анимации. М., 2006.
66. Кучевский В.Б. Психология общения продавца и покупателя. М., 1993.
67. Левитина И.Ю. Экономика сферы сервиса: учебное пособие. Ч. 1. СПб., 2001.
68. Лойко О.Т. Сервисная деятельность: учебное пособие. М., 2008.
69. Лощинский В.М. Сервировка и этикет стола. Минск, 1999.
70. Ляйнеманн Р. Пресс-конференция. Игра по собственному сценарию. М., 2009.
71. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания, М., 2006.
72. Макклелланд Д. Мотивация человека. СПб., 2007.
73. Малыгин А.В. Некоторые аспекты конкурентных преимуществ выставок // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. 1996. № 5. С. 7-14
74. Манюхин И.С. Сервисная деятельность: конспект лекций. Самара, 2014.
75. Марвин Б. Маркетинг ресторана. Как привлечь клиента и удержать в вашем ресторане. М., 2002.
76. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. М., 1996.
77. Мате Э. Послепродажное обслуживание. Пер. с фран., М., 1993.
78. Медведева Е.В. Рекламная коммуникация. М., 2003.
79. Менеджмент в социальной сфере / Под ред. А.А. Леванкова. СПб., 1998.
80. Менеджмент системы качества. М., 1997.
81. Менеджмент. Маркетинг. Персонал / Под ред. А.Г. Поршнева. М., 1997.

82. Моисеева Н. К. Информационный маркетинг: Учеб. Пособие. М., 2000.
83. Моргенштерн И. Г. Справочно-библиографическое обслуживание в библиотеках: Науч.-практ. пособие. М., 1999.
84. Назаркина В.А. Сервисная деятельность. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие. Новосибирск, 2014; То же. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/45014.html>
85. Николайчук Н.Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис. СПб., 2005.
86. Николишин Н.А. Сервис на транспорте. М., 2004.
87. Новиков В. С. Инновации в туризме. М., 2007.
88. Огвоздин В.Е. Управление качеством: Основы теории и практики. М., 1999.
89. Окрепилов В.В. Управление качеством и конкурентоспособностью. СПб., 1997.
90. Опалёв А. В. Умение обращаться с людьми. Этикет делового человека М., 1996.
91. Осипова О. Я. Транспортное обслуживание туристов. М., 2006.
92. Охотина, Н.М. Сервисная деятельность: учебное пособие. Йошкар-Ола, 2016; То же [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459497>
93. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 1999.
94. Паршин М.В. Качество государственных и муниципальных услуг: на пути к сервисному государству. М., 2013.
95. Певзнер К.А., Христофорова И.В. Конференционный сегмент рынка деловых услуг. Что влияет на выбор места проведения делового мероприятия? // Маркетинг услуг. 2011. № 2(26). С.148-153.
96. Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. М., 2002.
97. Песоцкая Е. В. Маркетинг услуг. Учебное пособие, М.,2000.

98. Пилдич Д. Путь к покупателю / Пер. с англ. М., 1991.
99. Победа Н.А. Духовные потребности и реальное поведение. Кишинев, 1990.
100. Поведение потребителя: Практикум / Сост. Байбардина Т.Н. и др. Мн., 2003.
101. Приезжева Е.М. Анимационный менеджмент. М., 2007.
102. Прищипенко В.В. Семантика, дефиниции и соотношение понятий «продукт», «товар», «услуга» // Маркетинг в России и за рубежом, №2 (22), 2001.
103. Психология и этика делового общения. Учебник для вузов / Под ред. В. Н. Лавриненко. М., 1997.
104. Пугачёв В. П. Руководство персоналом организации. Учебник, М., 1999.
105. Радченко Л.А. Обслуживание на предприятиях общественного питания. Ростов н/Д., 2003.
106. Рамзес В.Б. Социально-экономическая роль сферы услуг в современной Японии. М., 1975.
107. Ремендик Д. М. Психологический практикум: социально-культурный сервис. М., 2006.
108. Романович Ж.А. Сервисная деятельность: учебник. М., 2015.
109. Руденко А.М. Психология социально-культурного сервиса и туризма. Ростов н/Д., 2005.
110. Руденко Л.Л. Сервисная деятельность: учебное пособие. М., 2018.
111. Рынок информационных услуг и продуктов / И. И. Родионов, Р. С. Гиляревский, В. А. Цветкова, Г. З. Залаев. М., 2002.
112. Садохин А.П. Сервисология: человек и его потребности: учебное пособие. М., 2010.
113. Сандомирский М. Е. Психология коммерции. М., 2006.
114. Свириденко Ю.П. Сервисная деятельность: учебник. М., 2012.

115. Севастьянова С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства. М., 2007.
116. Семенов В.М. Сервис промышленных товаров. М., 2001.
117. Семин О.А. Сервис в торговле. В 3 кн.: учебное пособие. М., 2006.
- 118.** Сервисная деятельность: учебное пособие / В.А. Фурсов, Н.В. Лазарева, И.В. Калинин, О.А. Кудряшов. Ставрополь, 2015; То же [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457959>
119. Сервисная деятельность. Учебное пособие / Под ред. В. К. Романович. СПб., 2006.
120. Сервисная деятельность: Учеб. пособие / Под общ. ред. И.П. Павловой и В.К. Романович. СПб., 2002.
121. Системы массового обслуживания: методические указания к семинарским занятиям по дисциплине «Сервисная деятельность». Липецк, 2012.
122. Скотт Г. Дж. Способы разрешения конфликтов / Пер. с англ. Киев, 1991.
123. Слинков В.Н. Первокласный сервис. Стратегия, тактика, оценка. Практические рекомендации. К., 2008.
124. Соловьев Б.А. Изучение покупателей. М., 1999.
125. Соловьев Э.Я. Современный этикет и деловой протокол. М., 2000.
126. Стельмахович М. Деловая культура для официантов-барменов. Ростов н/Д., 2001.
127. Сухоруков М.М. Психологические особенности работы сотрудников предприятий сервиса. СПб., 1995.
128. Сфера услуг: Проблемы и перспективы развития / кол. авт. под ред. Ю.П. Свириденко: В 4 т. М., 2000-2001.
129. Тётушкин В.А. Сервисная деятельность. Основные понятия и современные проблемы (региональный аспект): учебное пособие. Тамбов, 2015.

130. Третьякова Т.Н. Сервисная деятельность: Учебные пособия. М., 2008.
131. Третьякова Т.Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме. М., 2008.
132. Трубачева Н.В. Курортная анимация // Курортные ведомости. 2005. №2. С.41-43.
133. Услуги для населения: законы и правила на каждый день. М., 1995.
134. Федотов Ю.Н., Востоков И.Е. Спортивно-оздоровительный туризм. М., 2004.
135. Федцов В. Г. Культура гостинично-туристского сервиса: Уч. пособие, М., 2008.
136. Федцов В. Г. Культура сервиса. Учебно-практическое пособие, М., 2001.
137. Хайкин М. М. Менеджмент информационных продуктов и услуг: Учеб. пособие. СПб., 2002.
138. Хаксвер К. Управление и организация в сфере услуг, 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. В.В. Кулибановой. СПб., 2002.
139. Хмелев В.В. Социальный институт сервиса: сущность, проблемы, перспективы. Ростов н/Д, 1998.
140. Хмелев В.В. Ценностные ориентиры социального института сервиса в условиях российского общества. М., 1999.
141. Цветкова А.Б. Роль запаха в атмосфере магазина // Маркетинг услуг. 2010. № 1(21). С. 52-59.
142. Чернышев Б.Н. Управление персоналом в сервисных организациях // Управление персоналом. 2003. № 12. С. 68-71.
143. Чиненный А.И., Стоян Т.А. Этикет на все случаи жизни: Учебно-практическое пособие. М., 1996.
144. Шандезон Ж., Лансестр А. Методы продажи. М., 1993.
145. Шварц П. Оценка степени удовлетворённости потребителя: Как узнать, что на самом деле думают люди / пер. с англ., Днепропетровск, 2007.

146. Шоул Д. Первокласный сервис как конкурентное преимущество. М., 2012.
147. Энджел Д., Блэкуэлл Р., Миниард П. Поведение потребителей, СПб., 1999.
148. Янченко В. Ф. Управление качеством в сфере услуг. Системно-логистический подход. СПб., 2001.

## 2) Программное обеспечение

### *А) Лицензионное программное обеспечение*

Adobe ReaderXI (11.0.13) – Russian бесплатно

Google Chrom бесплатно

Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows антивирус

Microsoft Office профессиональный плюс 2013 – Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 г.

Qgis 2.18. 2.18.6 бесплатно

WinDjVieww 2.0.2 бесплатно

Microsoft Windows 10 Enterprise – Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 г.

## 3) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- БД Scopus <https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>

- БД Web of Science

[http://apps.webofknowledge.com/WOS\\_GeneralSearch\\_input.do?product=WOS&search\\_mode=GeneralSearch&SID=F5lxbbgnjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=](http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=F5lxbbgnjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=)

– ЭБС издательского дома «ИНФРА-М» (URL: <http://znanium.com/>);

– ЭБС издательства «Лань» (URL: <http://www.e.lanbook.com/>);

– ЭБС издательства «Юрайт» (URL: <https://www.biblio-online.ru/>);

– ЭБС «РУКОНТ» (URL: <http://www.rucont.ru/>);

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (URL: <http://biblioclub.ru/>);
- ЭБС «IPRbooks» (URL: <http://www.iprbookshop.ru/>);
- электронная библиотека eLIBRARY.RU;
- коллекция электронных книг Оксфордско-Российского фонда;
- электронная библиотека диссертаций РГБ;
- база данных ПОЛПРЕД;
- АРБИКОН (сводные каталоги российских библиотек и информационных центров).

## **VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины**

### *6.1. Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям*

Семинар – это составная часть учебного процесса, групповая форма занятия при активном участии студентов. Семинары способствуют углубленному изучению наиболее сложных проблем дисциплины и служат основной формой подведения итогов самостоятельной работы студентов. На семинарах студенты учатся грамотно излагать проблемы, свободно высказывать свои мысли и суждения, вести полемику, убеждать, доказывать, опровергать, отстаивать свои убеждения, рассматривать ситуации, способствующие развитию профессиональной компетентности.

Семинарское занятие подразумевает два вида работ: подготовку сообщения на заданную тему и участие в обсуждении проблемы, затронутой сообщением. Сообщение не является принципиальным моментом семинара, будучи только провокацией, катализатором следующего за ним обсуждения. Сообщение должно занимать по времени не более 3 – 5 минут. Основным видом работы на семинаре – участие в обсуждении проблемы. Принципиальной разницы между подготовкой сообщения и подготовкой к обсуждению не существует. Отличие состоит в более тщательной работе с готовым материалом – лучшей его организация для подачи аудитории.



Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т.е. с обращения к планам семинарских занятий. Определившись с проблемой, привлекающей наибольшее внимание, следует обратиться к рекомендуемой литературе. Имейте в виду, что в семинаре участвует вся группа, а потому задание к практическому занятию следует распределить на весь коллектив. Задание должно быть охвачено полностью и рекомендованная литература должна быть освоена группой в полном объёме.

Для полноценной подготовки к практическому занятию чтения учебника крайне недостаточно – в учебных пособиях излагаются только принципиальные основы, в то время как в монографиях и статьях на ту или иную тему поднимаемый вопрос рассматривается с разных ракурсов или ракурса одного, но в любом случае достаточно подробно и глубоко. Тем не менее, для того, чтобы должным образом сориентироваться в сути задания, сначала следует ознакомиться с соответствующим текстом учебника – вне зависимости от того, предусмотрена ли лекция в дополнение к данному семинару или нет. Оценив задание, выбрав тот или иной сюжет, и подобрав соответствующую литературу, можно приступать собственно к подготовке к семинару.

Работа над литературой, статья ли это или монография, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено, как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкупе с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Хотя само

конспектирование уже может рассматриваться как обобщение, тем не менее есть смысл выделить последнееособицей, поскольку в ходе заключительного обобщения идеи изучаемой работы окончательно утверждаются в сознании изучающего. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

Если программа занятия предусматривает работу с источником, то этой стороне подготовки к семинару следует уделить пристальное внимание. В сущности, разбор источника не отличается от работы с литературой – то же чтение, конспектирование, обобщение.

Тщательная подготовка к семинарским занятиям, как и к лекциям, имеет определяющее значение: семинар пройдёт так, как аудитория подготовилась к его проведению. Самостоятельная работа – столп, на котором держится вся подготовка по изучаемому курсу. Готовясь к практическим занятиям, следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями, альбомами схем и др. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимостью, это ваш словарный запас, и без общих значений мы, разноязыкие, ни о чём договориться не сможем.

Вот несколько правил поведения на семинарских занятиях:

- на семинар желательно являться с запасом сформулированных идей, хорошо, если они будут собственного производства; если вы собираетесь пользоваться чужими формулировками, то постарайтесь в них сориентироваться как можно лучше;

- если вы что-то решили произнести на семинаре, то пусть это будет нечто стоящее – не следует сотрясать воздух пустыми фразами;

- выступления должны быть по возможности компактными и в то же время вразумительными, не занимайте эфир надолго. Старайтесь не

перебивать говорящего, это некорректно; замечания, возражения и дополнения следуют обычно по окончании текущего выступления.

Весьма презентабельным вариантом выступления следует считать его подготовку в программе Microsoft Office PowerPoint, что существенно повышает степень визуализации, а, следовательно, доступности, понятности материала и заинтересованности аудитории к результатам научной работы студента.

На семинаре идёт не проверка вашей подготовки к занятию (подготовка есть необходимое условие), но степень проникновения в суть материала, обсуждаемой проблемы. Поэтому беседа будет идти не по содержанию прочитанных работ; преподаватель будет ставить проблемные вопросы, не все из которых могут прямо относиться к обработанной вами литературе.

По окончании практического занятия к нему следует обратиться ещё раз, повторив выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе – для этого в течение семинара следует делать небольшие пометки. Таким образом, практическое занятие не пройдёт для вас даром, закрепление результатов занятия ведёт к лучшему усвоению материала изученной темы и лучшей ориентации в структуре курса. Вышеприведённая процедура должна практиковаться регулярно – стабильная и прилежная работа в течение семестра суть залог успеха на сессии.

*6.3. Рекомендации к самостоятельной работе студента при подготовке к экзамену*

Ответственным этапом учебного процесса является сдача экзаменов. Бесспорным фактором успешного завершения очередного семестра является кропотливая, систематическая работа студента в течение всего семестра. В этом случае подготовка к экзамену будет являться концентрированной систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

В начале семестра рекомендуется по всем изучаемым предметам получить вопросы для итогового контроля знаний, а также использовать в процессе обучения программу, учебно-методический комплекс, другие методические материалы, разработанные кафедрой по той или иной дисциплине. Это позволит в процессе изучения тем сформировать более правильное и обобщенное видение студентом существа того или иного вопроса за счет: а) уточняющих вопросов преподавателю; б) подготовки доклада на отдельные темы, наиболее заинтересовавшие студента; в) самостоятельного уточнения вопросов на смежных дисциплинах; г) углубленного изучения вопросов темы по учебным пособиям.

Кроме того, наличие перечня вопросов в период обучения позволит выбрать из предложенных преподавателем учебников наиболее оптимальный для каждого студента, с точки зрения его индивидуального восприятия материала, уровня сложности и стилистики изложения.

После изучения соответствующей тематики рекомендуется проверить наличие и формулировки вопроса по этой теме в перечне вопросов к экзамену, а также попытаться изложить ответ на этот вопрос. Если возникают сложности при раскрытии материала, следует вновь обратиться к лекционному материалу, материалам практических занятий, уточнить терминологический аппарат темы, а также проконсультироваться с преподавателем.

Для систематизации знаний и понимания логики изучения предмета в процессе обучения рекомендуется пользоваться рабочей программой соответствующего курса, включающей в себя разделы, темы и вопросы, определяющие стандарт знаний по каждой теме, задания для самоконтроля, методические рекомендации по самостоятельной работе, глоссарий и др.

При подготовке к экзамену в период сессии конструктивным является коллективное обсуждение выносимых на экзамен вопросов с сокурсниками, что позволяет повысить степень систематизации и углубления знаний.

Перед консультацией по предмету следует составить список вопросов, требующих дополнительного разъяснения преподавателем.

#### *6.4. Рекомендации по выполнению курсовых работ:*

Основное содержание курсовой работы по дисциплине «Сервисная деятельность» предусматривает две части (главы) – теоретическую и практическую.

В теоретической части необходимо раскрыть:

- историю развития услуги,
- принципы, лежащие в основе оказания услуги,
- экономическую целесообразность реализации услуги, ее роль в экономике региона,
- направления развития услуги, ее разновидности,
- требования к качеству услуги на основании соответствующих документов,
- требования к уровню культуры сотрудников,
- возможные проблемы при оказании услуги и пути их решения. А так же описать развитие аналогичных услуг в различных странах, регионах.

Теоретическая часть заканчивается выводами, кратко излагающими суть проведенного теоретического исследования.

Рекомендуемые методы теоретического исследования: анализ литературы и документов, контент-анализ СМИ, сравнение, обобщение, ранжирование, моделирование, экономический анализ.

Во второй (практической) части описывается деятельность конкретного сервисного предприятия по оказанию услуг, являющихся предметом исследования. Приводятся результаты опросов (письменных и устных) руководителей, сотрудников, потребителей услуг реальных и потенциальных. Анализируются результаты наблюдений.

Заключение должно содержать вывод о целесообразности оказания данного вида услуг на конкретном предприятии (базе исследования), оценку качества услуг, анализ перспектив развития. А так же предложения

исследователя по модернизации сервисной деятельности предприятия, являющегося базой исследования.

Приложение может содержать образцы документов, копии отчетов, экономических расчетов, рекламной продукции, анкеты, вопросники для устных опросов, таблицы наблюдений, фотографии и пр.

### **Требования к составлению характеристики предприятия**

Характеристика предприятия составляется на основе широкого комплекса информационных материалов. В первую очередь, необходимо ознакомиться с официальным сайтом, на котором может быть представлена история создания компании, уставные документы, перечень услуг, организационная и производственная структура. Во-вторых, следует обратиться к профильным бизнес-изданиям. Крупные компании (например, ПАО «Аэрофлот – российские авиалинии», ОАО «РЖД») имеют собственные издания, подробно отражающие рыночную ситуацию и направления своей деятельности. Важным источником являются рекламные материалы предприятия, которые рекомендуется приложить к курсовой работе. Если доступной информации для полноценной характеристики недостаточно, то необходимо провести интервью с сотрудником.

*Примерная структура характеристики сервисного предприятия:*

- фирменное и юридическое название,
- контактная информация,
- вид сервиса,
- положение на рынке, анализ конкурентной среды,
- история создания,
- направления деятельности (анализ основных и дополнительных услуг, товаров),
- организационная структура предприятия,
- производственная структура предприятия,
- партнёры,

- награды и достижения,
- перспективы развития.

### **Требования к организации интервью**

Одним из методов научных (социологических) исследований является интервью. Интервью проводится с представителями рынка сферы услуг (директором предприятия, менеджером и др.) по телефону, электронной почте или при личной встрече.

Основной целью интервью является сбор информации о деятельности предприятия, находящейся в ограниченном доступе или вовсе не представленной в публичных изданиях.

Интервьюирование включает несколько этапов.

*- Подготовка к интервью:*

1. Рекомендуется собрать и изучить всю возможную информацию о теме интервью и собеседнике, чтобы избежать дублирования сведений, находящихся в открытом доступе. Основными источниками такой информации могут выступать публикации в СМИ и сети Интернет, прежде всего, официальный сайт предприятия.
2. Договориться о дате и времени проведения интервью, ознакомив респондента с целью проведения интервью.
3. Заранее ознакомиться со всеми специфическими терминами, подготовить вопросы, примеры, комментарии и т.п. Вопросы должны иметь открытый характер, чтобы ответы были исчерпывающими и содержали как можно больше информации.
4. По желанию респондента вопросы интервью можно выслать заблаговременно по электронной почте, чтобы дать возможность более тщательной подготовки.

*- Порядок проведения интервью:*

1. Нельзя опаздывать на интервью, лучше прийти заранее на 10-15 минут до назначенного времени.

2. Следует документировать вопросы и ответы по ходу проведения интервью. В случае записи на диктофон, необходимо получить разрешение респондента.

3. Интервьюеру не следует излагать свое мнение об услышанном от собеседника. Следует только накапливать информацию для последующего анализа и использования. Не следует обсуждать с интервьюируемым мнения других сотрудников. В ходе проведения интервью не следует давать советов.

4. Интервьюеру необходимо соблюдать корректность в разговоре. При высказываниях респондента по вопросам, выходящим за рамки обсуждаемого, следует дать ему возможность изложить свое мнение, так как при этом представляется возможность получения дополнительной информации. Далее необходимо добиться ответа на обсуждаемый вопрос, вернув разговор в прежнее русло.

5. По окончании интервью следует поставить в известность интервьюируемого о принципах и способах обработки результатов интервью.

*- Обработка результатов интервью:*

1. Материалы интервью оформляются в письменной форме с указанием ФИО интервьюера, ФИО респондента, места и времени проведения интервью, перечнем вопросов и полученных на них ответов.

2. После обработки текст интервью целесообразно давать респонденту для уточнения.

3. Текст интервью прилагается к тексту курсовой работы в разделе Приложения.

**Образец оформления интервью:**

**Интервью с заместителем директора по учебной работе НОУ  
Городенской Православной гимназии Антоном Ивановичем Сенченко**

*Интервьюер:* Шерстнева Екатерина Александровна, студентка 2 курса направления Сервис ТвГУ.



**Респондент:** Сенченко Антон Иванович, заместитель директора по учебной работе НОУ Городенской Православной гимназии.

**Дата и место проведения интервью:** 25 марта 2015 г., Городенская Православная гимназия

**И:** Здравствуйте, Антон Иванович. Я пишу курсовую работу про детско-юношеские сборы «Фавор» и мне нужно дать характеристику деятельности гимназии, могу ли я задать вам несколько вопросов?

**Р:** Да, конечно.

**И:** Антон Иванович, не могли бы Вы рассказать поподробнее про организационную структуру гимназии: кто подчиняется директору, кто является Учредителем гимназии и кто входит в Попечительский совет?

**Р:** Директору подчиняется заместитель по учебной и воспитательной работе, заведующий канцелярией, библиотека, административно-хозяйственная часть, в которую входят водители и механики, пище-блок по обслуживанию здания гимназии, сантехники. Заместителю по учебной работе подчиняются учителя, воспитатели, психолог. Учредителем гимназии является приход храма рождества Богородицы в селе Городня, об этом можно узнать из Публичных отчетов гимназии. В Попечительский совет, на данный момент, входят: Председатель Счетной палаты Российской Федерации С.В. Степашин, он же возглавлял Попечительский совет гимназии; Фонд Просвещения МЕТА.

**И:** Есть ли у гимназии другие партнеры? И в чем заключается их помощь?

**Р:** Да, есть и другие благотворители, оказывающие, в основном, материальную помощь. К ним относятся: оптовая база « Чайка 13» и Редкинское ОКБА. Иногда помощь выражается в оказании бесплатных услуг, например, в 2014-2015 году в период с февраля по май учащиеся гимназии получали бесплатные оздоровительные услуги в санатории

*«Игуменка».* Зимой учащиеся гимназии посещают Рождественскую елку в Храме Христа Спасителя, билеты на которую присылают спонсоры из Фонда МЕТА.

**И:** В гимназию очень часто переводят детей из соседних школ, как Вы считаете с чем это связано? Почему Православная гимназия считается более престижной?

**Р:** *Нужно начать с самого статуса «гимназия», так как у родителей это ассоциируется с высоким уровнем образования и вкладываемых в их детей знаний. Во-вторых, статус «православная» дает детям не простое воспитание, а духовное, следовательно, дети по-другому будут воспринимать мир. Это же влияет и на образование (в нашей гимназии много профилирующих предметов: Закон Божий и церковно-славянский язык, Библейская история и другие). В-третьих, влияет квалификация учителей, об этом можно узнать из Публичных отчетов о деятельности гимназии. В-четвертых, бытовые условия, их повышенный уровень - здание совсем новое, ему только 10 лет с момента строительства. Ну и еще влияет забота о детях, транспортное сообщение между поселками - детям и родителям не нужно задумываться, на чем добраться до школы и обратно – в гимназии есть 3 новых автобуса, которые привозят и отвозят детей на учебу и обратно, причем, абсолютно бесплатно.*

**И:** Антон Иванович, раз гимназия считается престижной, отражается ли это на деле? Признана ли деятельность гимназии какими-либо органами? Существуют ли награды, благодарности в адрес гимназии, ее руководства и педагогического состава?

**Р:** *Да, само собой. В 2011-2012 учебном году Преображенская Наталья Юрьевна стала победителем регионального конкурса «Самый классный классный». В следующем учебном году поездка «Фавор» стала победителем регионального конкурса «За нравственный подвиг учителя». В 2014 году педагогический коллектив получил почетную грамоту от Министерства образования Тверской области. В январе 2015 года директор гимназии*

*Злобин Алексей Андреевич получил звание «Почетного гражданина Тверской области».*

(Подпись интервьюируемого)

### **Тематика курсовых работ:**

1. Современные тенденции развития гостиничного (ресторанного, сувенирного, анимационного, экскурсионного, музейного, выставочного) сервиса
2. Проблемы и перспективы развития туризма в России (в Тверской области)
3. Предприятия социально-культурного сервиса в г. Тверь в контексте современных тенденций развития сферы гостеприимства
4. Опыт ведущих предприятий социально-культурного сервиса в развитии системы гостеприимства
5. Опыт различных стран в развитии системы гостеприимства
6. Деловые мероприятия как элемент социально-культурного сервиса
7. Рекламно-информационное сопровождение деятельности предприятий социально-культурного сервиса
8. Этнический фактор в развитии предприятий социально-культурного сервиса
9. Спортивные мероприятия как элемент социально-культурного сервиса
10. Проблемы и перспективы развития молодежного досуга в г. Тверь
11. Проблемы и перспективы развития социально-культурного сервиса для людей с ограниченными возможностями здоровья
12. Перспективы развития событийного туризма в Тверской области
13. Системы оценки качества сервиса
14. Праздники и традиции народа в системе гостеприимства
15. Качество и эффективность сервисной деятельности (на примере предприятия)
16. Особенности организации сервисной деятельности в сфере услуг питания (размещения, др.)

17. Особенности обслуживания потребителей в сфере туристских услуг (гостиничных, транспортных услуг и др.)
18. Сервисное обслуживание деловых встреч
19. Сервисное обслуживание спортивных мероприятий
20. Культурно-этические основы сервисной деятельности
21. Эстетика внешнего вида работников сферы сервиса
22. Система сервисного сопровождения санаторно-курортных услуг
23. Прогрессивные и инновационные формы обслуживания: возможности и перспективы применения.
24. Система сертификации в сфере услуг
25. Организация развлечений как сфера сервиса
26. Производственный менеджмент сервисного предприятия
27. Особенности развития музейного сервиса (на примере региона, страны)
28. Музей как фактор развития культурного туризма
29. Экскурсионный сервис в индустрии гостеприимства
30. Туризм как международная сфера индустрии услуг
31. Развитие туристско-экскурсионной деятельности в России
32. Психологические основы сервисного взаимодействия
33. Анимационные услуги в сервисной деятельности
34. Особенности организации сувенирного сервиса
35. Жалобы и конфликты в сфере сервиса

### **Примерная структура курсовой работы**

**Тема: Развитие сувенирного сервиса на примере деятельности предприятия ОАО «Торжокские золотошвеи»**

Введение

Глава I. Особенности сувенирного сервиса

§1. История сувенирного сервиса

§2. Сущность сувенирного сервиса

Глава II. Предприятие ОАО «Торжокские золотошвеи» как центр производства и реализации сувенирной продукции

§1. Характеристика деятельности предприятия ОАО «Торжокские золотошвеи»

§2. Сувенирная продукция предприятия ОАО «Торжокские золотошвеи»

Заключение

Список информационных материалов

Приложения

**Тема: Особенности организации корпоративного отдыха Тверского филиала ОАО «Ростелеком» на примере туристического слета на озере Селигер**

Введение

Глава I. Теоретические аспекты организации корпоративных мероприятий

§ 1. Сущность корпоративной культуры

§ 2. Роль спортивно-командных состязаний в формировании корпоративной культуры

Глава II. Особенности организации корпоративных мероприятий ОАО «Ростелеком» на оз. Селигер

§ 1. Характеристика ОАО «Ростелеком»

§ 2. Организация туристического слета на оз. Селигер для сотрудников ОАО «Ростелеком»

Заключение

Список информационных материалов

Приложения

#### *6.5. Требования к рейтинг-контролю:*

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов ТвГУ и Руководством по осуществлению

рейтинговой системы оценки качества учебной работы студентов ТвГУ, содержание и организация рейтинг-контроля по дисциплине «Сервисная деятельность» осуществляется по следующей схеме:

	Итоговая аттестация – экзамен
Распределение баллов по модулям	1 модуль – 30, 2 модуль – 30.
Текущий контроль 1 модуля	Работа на практических занятиях 20 – баллов
Рубежный контроль 1 модуля	Письменная работа –10 баллов
Текущий контроль 2 модуля	Работа на практических занятиях 20 – баллов
Рубежный контроль 2 модуля	Письменная работа – 10 баллов
Итоговый контроль - экзамен	40 баллов
Отработка пропущенных мероприятий текущего и рубежного контроля	Разрешается деканатом только по уважительной причине
Условия выставления экзамена по итогам текущего и рубежного контроля	«удовлетворительно» выставляется по желанию студента, набравшего 40 – 54 баллов  «хорошо» - выставляется студентам, набравшим 55 – 60 баллов с учетом 15 премиальных баллов  Для получения оценки «отлично» студент должен сдавать экзамен
Шкала пересчета рейтинговых баллов в пятибалльную шкалу	Менее 40 баллов – «неудовл.» 40 – 69 – «удовл.» 70 – 84 – «хорошо» 85 – 100 – «отлично»
Пересдача экзамена	Осуществляется в соответствии с Положением о курсовых, экзаменах и зачетах

## VII. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа										
Корпус №1 (г. Тверь, ул. Трехсвятская, 16/31), ауд. 209 (лекционная аудитория, Лаборатория по этнологии и повседневной культуре народов мира)	Парты, стулья, доска, интерактивная доска/ экран, ноутбук и проектор (переносной)											
Корпус №1 (г. Тверь, ул. Трехсвятская, 16/31), ауд. 214 (аудитория для семинарских занятий, Лаборатория «Сувенирная мастерская»)	Парты, стулья, доска, ноутбук, Телевизор SAMSUNG, муфельная печь, швейная и вышивальная машины											
Корпус №1 (г. Тверь, ул. Трехсвятская, 16/31), Ауд. 210 (компьютерный класс: лаборатория по бронированию и резервированию, Аудитория для самостоятельной работы, Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования)	Портативные компьютеры, клавиатуры, компьютерные мыши, ноутбук и проектор (переносной), стулья, компьютерные столы, доска	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">Adobe Reader XI (11.0.13) - Russian</td> <td style="width: 30%; text-align: center;">6</td> </tr> <tr> <td>Google Chrome</td> <td style="text-align: center;">6</td> </tr> <tr> <td>Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows</td> <td style="text-align: center;">антивирус</td> </tr> <tr> <td>Microsoft Office профессиональный плюс 2013</td> <td style="text-align: center;">– Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017;</td> </tr> <tr> <td>Microsoft Windows 10 Enterprise</td> <td style="text-align: center;">– Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017</td> </tr> </table>	Adobe Reader XI (11.0.13) - Russian	6	Google Chrome	6	Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows	антивирус	Microsoft Office профессиональный плюс 2013	– Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017;	Microsoft Windows 10 Enterprise	– Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017
Adobe Reader XI (11.0.13) - Russian	6											
Google Chrome	6											
Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows	антивирус											
Microsoft Office профессиональный плюс 2013	– Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017;											
Microsoft Windows 10 Enterprise	– Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017											

## VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины

№п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения
1.	Раздел III. Образовательные технологии	Возможность освоение дисциплины с	Протокол №1 заседания кафедры от

		применением ЭО и ДОТ	31.08.2020 г.
2.			