Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Агабекян Раиса Левоновна
Должность: ректор
Дата подписания: 11.10.2023 15:10:59
Уникальный программный ключ:
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcda9201d015c4dbaa123df74747307b9b9bcb0e

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»
(г. Краснодар)

(НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе, доцент

_____Н.И. Севрюгина

17 апреля 2023 г.

Б1.В.01
Сервисная деятельность
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Кафедра педагогики и межкультурных коммуникаций**

Учебный план 43.03.03 Гостиничное дело

Квалификация **бакалавр**
Форма обучения **заочная**
Общая трудоемкость **6 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 216
в том числе:
аудиторные занятия 24
самостоятельная работа 179
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР) 0
часов на контроль 12,5

Виды контроля на курсах:
экзамены 2
зачеты 1

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	1		2		Итого	
Вид занятий	УП	РП	УП	РП		
Лекции	6	6	4	4	10	10
Практические	6	6	8	8	14	14
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,2	0,2	0,3	0,3	0,5	0,5
Итого ауд.	12	12	12	12	24	24
Контактная работа	12,2	12,2	12,3	12,3	24,5	24,5
Сам. работа	92	92	87	87	179	179
Часы на контроль	3,8	3,8	8,7	8,7	12,5	12,5
Итого	108	108	108	108	216	216

Программу составил(и):
профессор, Елисеева Н.В

Рецензент(ы):
ИП Шупило Н.А. ТК «Asterium»., Шупило Н.Л;кпн, доктор социологических наук, профессор кафедры гуманитарных дисциплин КФ ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»., Савеленко В.М.

Рабочая программа дисциплины
Сервисная деятельность

разработана в соответствии с ФГОС ВО:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 515)

составлена на основании учебного плана:
43.03.03 Гостиничное дело
утвержденного учёным советом вуза от 17.04.2023 протокол № 9.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра педагогики и межкультурных коммуникаций

Протокол от 22.03.2023 г. № 6

Зав. кафедрой Петракова

Согласовано с представителями работодателей на заседании НМС, протокол №9 от 17 апреля 2023 г.

Председатель НМС проф. Павелко Н.Н.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	целью дисциплины «Сервисная деятельность» является создание системы
1.2	знаний о сервисной деятельности, услугах, формах обслуживания, принципах формирования
1.3	новых услуг с учетом инноваций в технике, технологии, социально-экономической сфере.
1.4	
Задачи: задачами является формирование у студентов целостного представления о сервисной деятельности, включающей следующие виды: сервисная, производственно-технологическая, организационно-управленческая, научно-исследовательская, на основе системного подхода к решению проблем сферы сервиса	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Организация гостиничного дела
2.2	**Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Управление персоналом в сфере гостеприимства
2.2.2	Производственная практика: организационно-управленческая практика
2.2.3	Организация работы службы приема и размещения
2.2.4	Производственная практика: сервисная практика
2.2.5	Производственная практика: преддипломная практика

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ и планируемые результаты обучения	
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	
УК-6.1: Знает: особенности принятия и реализации организационных, в том числе управленческих решений; теоретикометодологические основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии и управления; деятельностный подход в исследовании личностного развития; технологию и методику самооценки; теоретические основы акмеакмеологии, уровни анализа психических явлений	
Знать	
Уровень 1	Знает: особенности принятия и реализации организационных, в том числе управленческих решений; теоретикометодологические основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии и управления; деятельностный подход в исследовании личностного развития; технологию и методику самооценки;
Уровень 2	Знает: особенности принятия и реализации организационных, в том числе управленческих решений; теоретикометодологические основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии и управления; деятельностный подход в исследовании личностного развития; технологию и методику самооценки; теоретические основы акмеакмеологии
Уровень 3	Знает: особенности принятия и реализации организационных, в том числе управленческих решений; теоретикометодологические основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии и управления; деятельностный подход в исследовании личностного развития; технологию и методику самооценки; теоретические основы акмеакмеологии
Уметь	
Уровень 1	Умеет особенности принятия и реализации организационных, в том числе управленческих решений; теоретикометодологические основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии и управления
Уровень 2	Умеет особенности принятия и реализации организационных, в том числе управленческих решений; теоретикометодологические основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии и управления; деятельностный подход в исследовании личностного развития; технологию и методику самооценки; теоретические основы акмеакмеологии,
Уровень 3	Умеет особенности принятия и реализации организационных, в том числе управленческих решений; теоретикометодологические основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии и управления; деятельностный подход в исследовании личностного развития; технологию и методику самооценки; теоретические основы акмеакмеологии, уровни анализа психических явлений
Владеть	

Уровень 1	Владеет умением применить на практике особенности принятия и реализации организационных, в том числе управленческих решений; теоретикометодологические основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии и управления; деятельностный подход в исследовании личностного развития
Уровень 2	Владеет умением применить на практике особенности принятия и реализации организационных, в том числе управленческих решений; теоретикометодологические основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии и управления; деятельностный подход в исследовании личностного развития; технологию и методику самооценки; теоретические основы акмеакмеологии,
Уровень 3	Владеет умением применить на практике особенности принятия и реализации организационных, в том числе управленческих решений; теоретикометодологические основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии и управления; деятельностный подход в исследовании личностного развития; технологию и методику самооценки; теоретические основы акмеакмеологии, уровни анализа психических явлений
УК-6.2: Умеет: определять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; разрабатывать, контролировать, оценивать и исследовать компоненты профессиональной деятельности; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач	
Знать	
Уровень 1	Знает как уметь определять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; разрабатывать, контролировать, оценивать и исследовать компоненты профессиональной деятельности;
Уровень 2	Знает как уметь определять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; разрабатывать, контролировать, оценивать и исследовать компоненты профессиональной деятельности; планировать самостоятельную деятельность
Уровень 3	Знает как уметь определять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; разрабатывать, контролировать, оценивать и исследовать компоненты профессиональной деятельности; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач
Уметь	
Уровень 1	Умеет определять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; разрабатывать, контролировать, оценивать и исследовать компоненты профессиональной деятельности
Уровень 2	Умеет определять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; разрабатывать, контролировать, оценивать и исследовать компоненты профессиональной деятельности; планировать самостоятельную деятельность
Уровень 3	Умеет определять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; разрабатывать, контролировать, оценивать и исследовать компоненты профессиональной деятельности; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач
Владеть	
Уровень 1	Владеет определять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; разрабатывать, контролировать, оценивать и исследовать компоненты профессиональной деятельности;
Уровень 2	Владеет определять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; разрабатывать, контролировать, оценивать и исследовать компоненты профессиональной деятельности; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач
Уровень 3	Владеет определять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; разрабатывать, контролировать, оценивать и исследовать компоненты профессиональной деятельности; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач
УК-6.3: Владеет: навыками определения эффективного направления действий в области профессиональной деятельности; способами принятия решений на уровне собственной профессиональной деятельности; навыками планирования собственной профессиональной деятельности	
Знать	
Уровень 1	Знаеет как владеть : навыками определения эффективного направления действий в области профессиональной деятельности; способами принятия решений на уровне собственной профессиональной деятельности;
Уровень 2	Знаеет как владеть :навыками определения эффективного направления действий в области профессиональной деятельности; способами принятия решений на уровне собственной профессиональной деятельности; навыками планирования собственной профессиональной деятельности
Уровень 3	Знаеет как владеть :навыками определения эффективного направления действий в области профессиональной деятельности; способами принятия решений на уровне собственной профессиональной деятельности; навыками планирования собственной профессиональной деятельности
Уметь	
Уровень 1	Умеет как владеть :навыками определения эффективного направления действий

Уровень 2	Умеет как владеть :навыками определения эффективного направления действий в области профессиональной деятельности
Уровень 3	Умеет как владеть :навыками определения эффективного направления действий в области профессиональной деятельности
Владеть	
Уровень 1	Владеет Умеет как владеть :навыками определения эффективного направления действий
Уровень 2	Владеет Умеет как владеть :навыками определения эффективного направления действий в области профессиональной деятельности
Уровень 3	Владеет Умеет как владеть :навыками определения эффективного направления действий в области профессиональной деятельности

УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	
УК-8.1: Знает: классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, военных конфликтов; методы сохранения природной среды, факторы обеспечения устойчивого развития общества	
Знать	
Уровень 1	Знает: классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций
Уровень 2	Знает: классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, военных конфликтов; методы сохранения природной среды
Уровень 3	Знает: классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, военных конфликтов; методы сохранения природной среды, факторы обеспечения устойчивого развития общества
Уметь	
Уровень 1	Умет: классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения
Уровень 2	Умет: классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, военных конфликтов; методы сохранения природной среды
Уровень 3	Умет: классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, военных конфликтов; методы сохранения природной среды, факторы обеспечения устойчивого развития общества
Владеть	
Уровень 1	Владеет Умет: классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций,
Уровень 2	Владеет Умет: классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, военных конфликтов; методы сохранения природной среды
Уровень 3	Владеет Умет: классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, военных конфликтов; методы сохранения природной среды, факторы обеспечения устойчивого развития общества
УК-8.2: Умеет: обеспечивать условия труда на рабочем месте, безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	
Знать	
Уровень 1	Знает как уметь : обеспечивать условия труда на рабочем месте, безопасные условия жизнедеятельности
Уровень 2	Знает как уметь : обеспечивать условия труда на рабочем месте, безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
Уровень 3	Знает как уметь : обеспечивать условия труда на рабочем месте, безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
Уметь	
Уровень 1	Умет как уметь : обеспечивать условия труда на рабочем месте, безопасные условия жизнедеятельности,
Уровень 2	Умет как уметь : обеспечивать условия труда на рабочем месте, безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
Уровень 3	Умет как уметь : обеспечивать условия труда на рабочем месте, безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
Владеть	
Уровень 1	Владеет Умет как уметь : обеспечивать условия труда на рабочем месте, безопасные условия жизнедеятельности
Уровень 2	Владеет Умет как уметь : обеспечивать условия труда на рабочем месте, безопасные условия

	жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
Уровень 3	Владеет Умет как уметь : обеспечивать условия труда на рабочем месте, безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-8.3: Владеет: методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов в повседневной жизни и профессиональной деятельности	
Знать	
Уровень 1	Знает как владет : методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
Уровень 2	Знает как владет : методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов в повседневной жизни
Уровень 3	Знает как владет : методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов в повседневной жизни и профессиональной деятельности
Уметь	
Уровень 1	Умет как владет : методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов;
Уровень 2	Умет как владет : методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов в повседневной жизни
Уровень 3	Умет как владет : методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов в повседневной жизни и профессиональной деятельности
Владеть	
Уровень 1	Владеет : методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов;
Уровень 2	Владеет : методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов в повседневной жизни
Уровень 3	Владеет : методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов в повседневной жизни и профессиональной деятельности

ПК-2: Способен обеспечивать контроль и оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания	
ПК-2.1: Осуществляет координацию и контроль деятельности департаментов (служб, отделов)организаций сферы гостеприимства и общественного питания	
Знать	
Уровень 1	Знать как осуществлять координацию и контроль деятельности департаментов (служб, отделов
Уровень 2	Знать как осуществлять координацию и контроль деятельности департаментов (служб, отделов)организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Уровень 3	Знать как осуществлять координацию и контроль деятельности департаментов (служб, отделов)организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Уметь	
Уровень 1	Уметь как осуществлять координацию и контроль деятельности департаментов (служб, отделов
Уровень 2	Уметь как осуществлять координацию и контроль деятельности департаментов (служб, отделов)организаций сферы гостеприимства
Уровень 3	Уметь как осуществлять координацию и контроль деятельности департаментов (служб, отделов)организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Владеть	
Уровень 1	Владеть как осуществлять координацию и контроль деятельности департаментов (служб, отделов) организаций
Уровень 2	Владеть как осуществлять координацию и контроль деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства
Уровень 3	Владеть как осуществлять координацию и контроль деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания
ПК-2.2: Определяет формы и методы контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания	
Знать	
Уровень 1	Знать какопределять формы и методы контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов)

Уровень 2	Знать какопределять формы и методы контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства
Уровень 3	Знать какопределять формы и методы контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Уметь	
Уровень 1	Умет Знать как определять формы и методы контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов)
Уровень 2	Умет Знать как определять формы и методы контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Уровень 3	Умет Знать как определять формы и методы контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Владеть	
Уровень 1	Владеет умением Знать как определять формы и методы контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов)
Уровень 2	Владеет умением Знать как определять формы и методы контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства
Уровень 3	Владеет умением Знать как определять формы и методы контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания
ПК-2.3: Осуществляет выявление проблем в системе контроля и определение уровня эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания	
Знать	
Уровень 1	знает как Осуществляет выявление проблем в системе контроля и определение уровня эффективности деятельности департаментов (служб, отделов)
Уровень 2	знает как Осуществляет выявление проблем в системе контроля и определение уровня эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства
Уровень 3	знает как Осуществляет выявление проблем в системе контроля и определение уровня эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Уметь	
Уровень 1	Умеет как Осуществляет выявление проблем в системе контроля и определение уровня эффективности деятельности департаментов (служб, отделов)
Уровень 2	Умеет как Осуществляет выявление проблем в системе контроля и определение уровня эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства
Уровень 3	Умеет как Осуществляет выявление проблем в системе контроля и определение уровня эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Владеть	
Уровень 1	Владеть как Осуществляет выявление проблем в системе контроля и определение уровня эффективности деятельности департаментов (служб, отделов)
Уровень 2	Владеть как Осуществляет выявление проблем в системе контроля и определение уровня эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства
Уровень 3	Владеть как Осуществляет выявление проблем в системе контроля и определение уровня эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература и эл. ресурсы	Практ. подг.
	Раздел 1. Тема 1.Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека					
1.1	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Социально-экономические факторы развития сферы сервиса /Лек/	1	4	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	

1.2	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Социально-экономические факторы развития сферы сервиса /Ср/	1	40	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	
1.3	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Социально-экономические факторы развития сферы сервиса /Пр/	1	4	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	Л1.1 Л1.2Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
	Раздел 2. Тема 2. Принципы классификации услуг и их характеристики					
2.1	Производство услуг .Особенности функционирования отдельных групп услуг /Лек/	1	2	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	
2.2	Производство услуг .Особенности функционирования отдельных групп услуг /Ср/	1	52	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	
2.3	Производство услуг .Особенности функционирования отдельных групп услуг /Пр/	1	2	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	Л1.1 Л1.2Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
2.4	Зачет /КАЭ/	1	0,2	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	Л1.1 Л1.2Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
	Раздел 3. Тема 3. Контактная зона как сфера реализации сервисной деятельности					
3.1	Государственное регулирование сервисной деятельности /Лек/	2	2	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	
3.2	Поведение потребителей и факторы потребления /Пр/	2	4	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	
3.3	Самостоятельная работа по модулю /Ср/	2	87	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	

3.4	Маркетинг услуг /Лек/	2	2	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	Л1.1 Л1.2Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
3.5	Этическая культура сервиса .Эстетика сервиса /Пр/	2	4	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	Л1.1 Л1.2Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
3.6	Экзамен /КАЭ/	2	0,3	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	Л1.1 Л1.2Л2.2Л3.1 Э1 Э2	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Тема 1 « Услуги и жизнедеятельность людей в традиционных сообществах»
(дискуссия и обсуждение подготовленного материала)
Тематика обсуждения:
1.1 Дифференциация занятий и социальных ролей в первобытной культуре и архаических сообществах
1.2 Зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира
1.3 Услуги в средневековом обществе Западной Европы
Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: занятие проводится в форме дискуссии и обсуждения подготовленного материала
Форма текущего контроля – индивидуальная оценка представленного материала в реферативной форме
Виды самостоятельной подготовки студентов по теме - подготовка реферата в рамках самостоятельного изучения заданной темы
Тема 2 «Разработка стандартов обслуживания: основные цели и задачи»
(дискуссия, обработка, детализация и систематизация полученных результатов по теме исследования в рамках самостоятельной работы студента)
Этапы работ:
2.1 Содержание корпоративного стандарта обслуживания покупателей с учётом корпоративных ценностей и культуры.
2.2 Разработка стандарта на основе техники продаж.
2.3 Структура чек-листа для оценки качества обслуживания.
Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии : занятие проводится в форме дискуссии и обсуждения подготовленного материала
Форма текущего контроля – индивидуальная оценка представленного материала в реферативной форме
Виды самостоятельной подготовки студентов по теме - подготовка реферата в рамках самостоятельного изучения заданной темы
Тема 3 «Принципы классификации услуг и их характеристики» (дискуссия и представление презентации изученных информационных баз и обработанных материалов по теме исследования в рамках самостоятельной работы студента)
Характеристика этапов работы на занятии:
Используя информационные базы данных подготовить мультимедийную презентацию формирования новой услуги в регионе. Доказательно проиллюстрировать существование услуги и ее новизну. Классифицировать услугу по известным признакам.
Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии : занятие проводится в форме дискуссии и представления презентационных материалов, сформированных на основе изучения информационных баз и обработки материалов по теме исследования в рамках самостоятельной работы студента
Форма текущего контроля – индивидуальная оценка представленных материалов
Виды самостоятельной подготовки студентов по теме - выполнение задания по текущему контролю
Тема 4 «Типы потребителей и особенности взаимодействие с ними» (устная коммуникация по теме)

Направления обсуждения:
4.1Стратификация потребительских групп. Признаки градации потребителей
4.2 Стиль жизни потребителей и его влияние на поведение группы.
4.3 Сущность поведения потребителей.
Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии : занятие проводится в форме устной групповой коммуникации в сопровождении презентационных материалов, выполненных в рамках самостоятельной работы студентов
Форма текущего контроля – индивидуальная оценка
Виды самостоятельной подготовки студентов по теме - выполнение презентационных материалов по текущему контролю
Тема 5 «Сфера реализации сервисной деятельности - контактная зона» (использование проектного метода по заявленной теме)
Характеристика этапов работы на занятии:
Используя проектный метод предлагается подготовить материал об организации пространства контактной зоны различных сервисных предприятий (банки, офисы предприятий, мед.учреждения, гостиницы, бутики, салоны красоты и пр.). Выявить специфические особенности организации зоны обслуживания, эстетические решения, наличие специального оборудования, наличие персонала (в количестве и по должностям). Определить удобства и проблемы, которые создают данные решения по оформлению контактной зоны для потребителей.
Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии : занятие проводится в форме групповой дискуссии по итогам индивидуальных докладов в сопровождении презентационных материалов (коллажа)
Форма текущего контроля – индивидуальная оценка
Виды самостоятельной подготовки студентов по теме – формирование доклада, который должен сопровождаться иллюстративным материалом (возможно использование коллажа).
Тема 6 «Формирование маркетинговых стратегий развития предприятий сферы сервиса» (устная коммуникация по объявленной заранее теме)
Направления обсуждения:
1.Факторы внешней и внутренней среды, влияющие на эффективность функционирования предприятий сервиса.
2. Внутренний маркетинг предприятия
3. Разработка стратегии продвижения товара (услуги).
Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии : занятие проводится в форме устной групповой коммуникации
Форма текущего контроля – анализ деловых ситуаций (анализ ситуации, данной в виде текстового, графического или устного материала, видеофильма, либо анализ вариантов решения проблемы, выбор оптимального варианта)
Виды самостоятельной подготовки студентов по теме - выполнение заданий по текущему контролю
Тема 7 «Государственно-правовое регулирование сервисной деятельности» (решение кейсов, связанных с применением Закона РФ «О защите прав потребителей» в рамках изучения темы)
Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии : занятие проводится в форме решения кейсов, связанных с применением Закона РФ «О защите прав потребителей» в рамках изучения темы.
Форма текущего контроля – индивидуальный опрос и защита выполненных заданий.
Виды самостоятельной подготовки студентов по теме – самостоятельное изучение Закона РФ «О защите прав потребителей» и выполнение анализа по жалобам потребителей на товары услуги ненадлежащего качества в выбранном сегменте сервиса.
Тема 8 «Психология сервисной деятельности» (дискуссия и обсуждение подготовленного материала по теме)
Направления обсуждения:
8.1. Психология сервиса – основные понятия и задачи
8.2. Классификация индивидуальных характеристик личности участников сервисной деятельности
8.3. Понятие «этики сервисной деятельности». Профессиональная этика.
8.4. Профессиональное поведение работника контактной зоны.
8.5. Виды конфликтов в процессе обслуживания и пути и разрешения
Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии : занятие проводится в форме устной групповой коммуникации
Форма текущего контроля – анализ деловых ситуаций (анализ ситуации, данной в виде текстового, графического или устного материала, видеофильма, либо анализ вариантов решения проблемы, выбор оптимального варианта)
Виды самостоятельной подготовки студентов по теме - выполнение заданий по текущему контролю

5.2. Темы письменных работ

1. Понятие об услуге и сервисной деятельности. Функции сферы услуг.
2. Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг.
3. Общероссийские классификаторы услуг населению.
4. Теория постиндустриального общества.
5. Этапы развития услуг в России.
6. Эволюция понятия «товар».
7. Характеристики услуг. Отличие услуги от материально-вещественного товара.
8. Определение ценности услуги. Модель ценности услуги.
9. Определение потребительской среды в сфере услуг. Классификации клиентов, их потребности.
10. Факторы, влияющие на покупательское поведение.
11. Специфические аспекты покупки услуг. Поведение потребителей деловых услуг.
12. Система сервисных операций.
13. Система предоставления услуг.
14. Система маркетинга услуг.
15. Пространство контакта, процесс контакта между клиентом и исполнителем, содержание контакта.
16. Работа с жалобами потребителей, принципы эффективного решения конфликтных ситуаций.
17. Основные методы предоставления услуг. Формы обслуживания.
18. Показатели качества услуги. Модель качества услуг. Сервисные гарантии.
19. Объекты стандартизации и номенклатура показателей качества услуг.
20. Методы определения величины показателей качества. Ответственность продавца (исполнителя) перед потребителем.
21. Основные определения и понятия жизненного цикла услуг.
22. Управление этапами жизненного цикла сопутствующих услуг.
23. Конкурентная окружающая среда. Выбор целевых потребителей.
24. Стратегии создания конкурентных преимуществ. Роль стандартизации и дифференциации в выборе товарной политики.
25. Основные подходы к осуществлению сервиса. Основные задачи системы сервиса.
26. Виды сервиса по времени его выполнения. Виды сервиса по содержанию работ.
27. Принципы гарантийного обслуживания. Эксплуатационные инструкции.
28. Техническое обслуживание и ремонт. Структура службы сервиса и фирменный сервис.
29. Составные части системы деятельности организации. Задачи и функции фэсилити-менеджмента.
30. Обеспечение деятельности персонала. Управление проектами по развитию инфраструктуры организации и эксплуатация объектов инфраструктуры.
31. Информационные технологии в сфере услуг.
32. Области применения новых технологий в сфере услуг.
33. Категории новой продукции. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия.
34. Инструменты для разработки услуги. Принципы разработки услуг. Процесс разработки услуги.
35. Теоретические основы формирования имиджа. Роль коллектива в создании имиджа фирмы.
36. Подходы к определению содержания и восприятия деловой этики и социальной ответственности в бизнесе.
37. Проблемы морально-этических качеств руководителя. Своды и кодексы как средства позитивного регулирования предпринимательской деятельности.
38. Деловой этикет – форма выражения деловой этики.

5.3. Фонд оценочных средств

Вариант №1

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:

a) опрос, профессионализм, качество;

b) услуга, спрос, специалист;

c) деятельность, потребность и услуга.

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

a) исследовательская;

b) потребительская (пользовательская);

c) ценностно-ориентационная.

3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:

a) бронирование номеров;

b) прием и размещение;

c) расчет при выезде.

4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:

a) рекламные услуги;

b) организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;

c) психодиагностику.

5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:

a) уровень развития экономики и хозяйственная система;

b) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;

c) общественные структуры: политические партии.

6. В чем заключается неосязаемость услуги:

a) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;

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

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

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

Студенческие работы
a) спрос;

b) потребность;

c) мотивация.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

a) неразрывность производства и потребления услуги;

b) несохраняемость услуг;

c) незабываемость услуг.

9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:

a) определенный способ предоставления услуг заказчику;

b) предоставление информации клиенту;

c) оказание услуги клиенту.

10. Сервисная деятельность – это:

a) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;

b) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);

c) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

11. Услуга обладает следующими качествами:

a) способность к хранению и транспортировке;

b) неотделимость от своего источника;

c) неизменностью качества.

12. К некоммерческим услугам относят:

a) услуги предприятий туризма и отдыха;

b) услуги организаций общественного питания;

c) услуги благотворительных фондов.

13. Целью сервисной деятельности является:

a) удовлетворение человеческих потребностей;

b) исследование рынка услуг;

c) производство услуг.

14. Контактной зоной не является:

a) зона ремонта бытовой техники;

b) рабочее место парикмахера;

c) рабочее место стоматолога.

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

a) бесконтактным;

b) формальным;

c) бесплатным.

16. Физические потребности это потребности в:

a) в общественной деятельности,

b) во сне;

c) в творческой деятельности.

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

a) бесконтактное обслуживание;

b) фирменное обслуживание;

c) неформальное обслуживание.

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

a) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.

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

c) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.

19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Интимное расстояние - общение близких или хорошо знакомых людей.

a) 0 – 45см;

b) 45 – 120 см;

c) 120 – 400 см.

20. Франчайзинг это:

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

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

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

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:
a) социальный статус;

Канал спокойной музыки
b) выгода;

c) мотив.

22. Характеристика услуг:

a) неопределенность качества;

b) могут накапливаться;

c) передача собственности.

23. Характеристика товаров:

a) неоднородность;

b) индивидуальность;

c) осязаемость.

24. Виды сервиса по содержанию работ. Жесткий сервис это:
a) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);

b) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;

c) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

25. Разработка новых товаров и услуг: сходства и различия. Основные сходства:
a) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;

b) соответствие техническим условиям и стандартам:

c) требует многих ресурсов, таких как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила и энергия.

Вариант №2

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

a) жилищно-коммунальные услуги;

b) научно-исследовательские услуги;

c) услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги;

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

a) материально-преобразовательная;

b) исследовательская;

c) потребительская (пользовательская);

3. Какие из перечисленных услуг ресторана относятся к вспомогательным?

a) Резервирование столиков;

b) Вызов такси;

c) Кондиционирование воздуха;

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

a) материально-преобразовательной деятельности;

b) познавательной деятельности;

c) ценностно-ориентационной деятельности;

5. 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.

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

a) контактная зона;

b) зал ожидания;

c) комната для посетителей.

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

8. Отличительными особенностями услуг являются:

a) неосязаемость услуг;

b) неразрывность производства и потребления услуги;

c) незабываемость услуг.

9. Обслуживание это:

a) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги;

b) оказание услуги потребителю;

c) комплекс мер по обслуживанию населения.

10. Сервис — это:

a) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг;

b) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой;

c) предпродажное и гарантийное обслуживание.

11. Производственные услуги – это:

a) услуги банков, страховых компаний;

b) инжиниринг, обслуживание оборудования, лизинг;

c) пассажирский транспорт, торговля, образование.

12. Услуги по регистрации транспортных средств являются:

a) государственными;

b) идеальными;

c) смешанными.

13. Контактная зона – это:

a) любое место, где производиться услуга;

b) место, где услуга может храниться;

c) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы.

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

a) поиск понимания;

b) призыв к совести;

c) жалоба.

15. Социальные потребности это потребности в:

a) в самовыражении;

b) в познании,

c) в жилье.

16. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

a) обслуживание на дому;

b) индивидуальное обслуживание;

c) письменное обслуживание.

17. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

a) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.

b) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке,

реакция на покупку.

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

18 . В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Персональная дистанция - нормальное расстояние для общения знакомых людей..

a) 0 – 45см;

b) 45 – 120 см;

c) 120 – 400 см.

19. Франчайзинг это:

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

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

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

20. Качество услуг тесно переплетается:

a) с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия;

b) со сбалансированным соотношением цены и качества продукции;

c) со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания.

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:
a) референтные группы;

b) комфорт;

c) престиж.

22. Характеристика услуг:

a) деятельность, процесс;

b) производство, хранение и распределение отделено от потребления;

c) получает только один покупатель единожды.

23. Характеристика товаров:

a) потребитель участвует в производственном процессе;

b) производство и потребление осуществляются одновременно;

c) передача собственности.

24. Виды сервиса по содержанию работ. Мягкий сервис это:
a) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);

b) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;

c) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

25. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия. Основные различия:
a) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;

b) соответствие техническим условиям и стандартам;

c) продукт человеческой деятельности.

Вариант №3

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

a) бытовые услуги;

b) услуги грузового и пассажирского транспорта, связи;

c) управленческие услуги;

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

a) исследовательская;

b) потребительская (пользовательская);

c) коммуникативная (общение).

3. Что такое трансфер?

a) Покупка и доставка билетов;

b) Встреча и проводы;

c) Экскурсионные услуги.

4.Выделите два главных уровня сервиса в познавательной деятельности:

a) эмпирический и теоретический;

b) оценочный и информационный;

c) аналитический и экспертный.

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

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

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

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

6. Совокупность предприятий сферы сервиса и их сервисная деятельность – это:

a) индустрия сферы услуг;

b) инфраструктура сферы услуг;

c) индустрия сервиса.

7. Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем:

a) это отчужденный от производителя результат труда;

b) это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа;

c) фактически производство совмещено с потреблением.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

a) неразрывность производства и потребления услуги;

b) несохраняемость услуг;

c) незабываемость услуг.

9. Сфера обслуживания населения – это:

a) совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги

населению;

b) деятельность предприятий и организаций, направленния на удовлетворение потребностей

населения и иностранных граждан в туристских и экскурсионных услугах;

c) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем

услуги.

10. Услуга – это:

a) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы 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 группа или организациями.

11. Общественными услугами являются:

a) телевидение, радио, образование;

b) услуги, связанные с досугом;

c) услуги, связанные с транспортом.

12. К легитимным услугам относят:

a) нелегальные услуги;

b) услуги, имеющие криминальный оттенок;

c) услуги, одобряемые государством и обществом.

13. Контактной зоной может считаться:

a) стойка администратора в гостинице;

b) цех по ремонту оборудования;

c) строительная площадка.

14. Период времени, в течение которого потребитель взаимодействует с исполнителем услуги это:

a) нормативное время;

b) время обслуживания;

c) ресурсное время.

15. Одной из сущностных отличий услуги от товара является:

a) различие мест хранения;

b) более высокая стоимость;

c) совмещение производства и потребления.

16. Интеллектуальные потребности это потребности в:

a) образовании;

b) в самовыражении;

c) в пище.

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

a) самообслуживание;

b) фирменное обслуживание;

c) индивидуальное обслуживание.

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

a) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку;

b) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке,

реакция на покупку;

c) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.

19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Социальная дистанция - формальные встречи в общественных местах..

Канал спокойной музыки
a) 120 – 400см;

b) 45 – 120 см;

c) см.

20. Франчайзинг это:

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

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

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

21. Внутренние факторы, влияющие на покупательское поведение:
a) социальный статус;

b) культура;

c) престиж

22. Характеристика услуг:

a) потребитель участвует в производственном процессе;

b) производство, хранение и распределение отделено от потребления;

c) передача собственности.

23. Характеристика товаров:

a) потребитель участвует в производственном процессе;

b) индивидуальность;

c) передача собственности.

24. Виды сервиса по содержанию работ. Косвенный сервис это:
a) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);

b) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных

условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;

c) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

25. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия. Основные различия:
a) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;

b) соответствие техническим условиям и стандартам;

c) продукт человеческой деятельности.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Примерная тематика рефератов
1. Сервис как общественное и экономическое явление.
2. Социальные предпосылки сервисной деятельности.
3. Структура и виды сервисной деятельности.
4. Основные правила обслуживания населения.
5. Качество услуг и обслуживание
6. Этика и психология сервисной деятельности.
7. Понятие «услуга» и ее место в сервисной деятельности.
8. Функции сферы услуг.
9. Структура сферы услуг.
10. Классификации типов и видов услуг.
11. Эволюция понятия «товар».
12. Отличие услуги от материально-вещественного товара.
13. Модель ценности услуги.
14. Классификации клиентов и их потребности.
15. Факторы, влияющие на покупательское поведение.
16. Понятие «сервисное общество».
17. Определение ценности услуги.
18. Определение потребительской среды в сфере услуг.
19. Методы определения показателей качества оказания услуг.
20. Стратегии создания конкурентных преимуществ, основанных на высоком уровне обслуживания.
21. Разработка и создание новых услуг.
22. Жизненный цикл услуги.
23. Подходы к определению содержания и восприятия деловой этики и социальной ответственности в сфере услуг.
24. Проблемы морально-этических качеств руководителя.
25. Своды и кодексы как средства позитивного регулирования предпринимательской деятельности в сфере услуг.
При выполнении реферата студенты используют конкретные статистические показатели, характеризующие развитие и динамику сферы услуг РФ и Алтайского края.
Примерная тематика эссе
Подготовка, написание и защита эссе по дисциплине «Сервисная деятельность»
Студенты готовят эссе по теме «Роль и значение сервисной деятельности в обществе¸ экономике, государстве, для человека: современное состояние, проблемы».
1. Выполнение эссе на тему «Сервисная деятельность в современной жизни».
2. Подготовить эссе на тему «Роль, значение и проблемы сервисной деятельности в экономике страны, региона».
3. Подготовьте эссе на тему: «Состояние сервисной деятельности и влияние ее на качество жизни населения (на примере Вашего города)».
4. Подготовьте эссе на тему: «Сервис и инновации: возможности и ограничения».
В эссе используются статьи актуальные по данной тематике российских авторов («Сервис plus», «Менеджмент в России и за рубежом», «Статистика» и др.).
Статьи для анализа
Эссе сдаётся преподавателю не позднее начала второго модуля. Объём эссе должен быть от 5 до 10 страниц компьютерного текста шрифтом 14с интервалом до 1,5 и должен представлять собой целостное раскрытие поставленной темы. Правила оформления - общепринятые, т.е. должны быть указаны источники информации, список использованной литературы и т.д.
При выполнении эссе студенты используют конкретные статистические показатели, характеризующие развитие и динамику социокультурного сервиса и туризма РФ и Алтайского края.
Контрольная работа №1
Подготовиться к дискуссии по вопросам
Вопросы для коллективного обсуждения
1. Поясните идеи Д. Белла о формировании постиндустриального общества.
2. Каковы особенности развития сферы услуг в России?
3. Какие этапы можно выделить в сфере развития бытовых услуг в России?
Вопросы для коллективного обсуждения
1. Определите свойства услуги как товара.
2. Назовите три уровня товара (согласно Ф. Котлеру) и место сервисной деятельности в создании «подкрепления» товару.

3. Назовите основные характеристики услуг.
4. Какими средствами архитектор может повысить осязаемость своей услуги?
5. В чем причина непостоянства качества услуг или гетерогенность услуг?
6. О какой характеристике услуг идет речь в следующем примере? Служащий банка способен обслужить 20 клиентов в час. В период с 10 до 11 часов нет клиентов, в следующий час к нему собралась очередь в 40 человек.
7. В чем отличие услуг от материального продукта? Что в них общего?
Вопросы для коллективного обсуждения
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.
Вопросы для коллективного обсуждения
1. Перечислите основные источники информации, используемые потенциальным клиентом для принятия решения о покупке. На ваш взгляд, какой из них является наиболее эффективным?
2. 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.
3. Одни клиенты останавливаются в различных гостинцах, другие – предпочитают отели одной той же гостиничной сети, некоторые – только в полюбившихся гостиницах. Как вы можете объяснить эти ситуации?
4. Почему потребители оценивают услуги иначе, чем товары?
5. В чем особенности поведения потребителей деловых услуг?
Вопросы для коллективного обсуждения
1. Определите основное содержание SERVUCTION модели.
2. Поясните понятия «бэк-офис» и «фронт-офис».
3. Что представляет собой система маркетинга услуг?
4. Какие процессы оценивают клиенты, получающие услуги?
5. В чем состоит особенность предоставления услуг через электронные каналы?
6. Какие средства и инструменты используются компаниями для достижения желаемых изменений целевого рынка?
7. Поясните сущность треугольной модели маркетинга услуг Ф. Котлера.
8. В чем особенность модели, построенной на разделении услуги на различные по своей природе компоненты?
9. Какую цель ставит перед собой сервисная организация, предоставляя потребителям комплексную услугу?
Вопросы для коллективного обсуждения
1. Назовите основные виды общения в «контактной зоне».
2. Каким условиям должен отвечать процесс контакта между клиентом и исполнителем?
3. В чем сущность содержания контакта?
4. Какова роль общения в построении процесса продажи?
5. Назовите основные требования, предъявляемые к пространству контакта.
6. Определите особенности организации пространства контакта в различных сервисных предприятиях.
7. Какие задачи реализуются в технике продаж, основанных на нейролингвистическом программировании?
8. Какие специфические характеристики услуг приводят к несоответствующему уровню обслуживания потребителя?
9. Какие цели преследуют потребители подающие жалобы на плохое обслуживание? Опишите действия персонала.
10. Каковы принципы эффективного решения конфликтных ситуаций?
Вопросы для коллективного обсуждения
1. Охарактеризуйте группы потребностей с учетом критери¬ев, положенных в основу классификации.
2. Дайте определение понятиям «метод обслуживания» и «форма обслуживания». Основное содержание предоставления услуг методом поточной линии.
3. Основное содержания предоставления услуг методом индивидуального подхода. Сущность кастомизации и персонализация при предоставлении услуг.
4. Назовите основные формы обслуживания потребителей.
5. В чем сущность и особенности обслуживания потребителей в стационарных условиях и с выездом на дом к потребителю?
6. В чем преимущество бесконтактного обслуживания потребителей?
Вопросы для коллективного обсуждения
1. Назовите объекты стандартизации.
2. Назовите и охарактеризуйте номенклатуру основных групп показателей качества по характеризуемым свойствам услуг.
3. Назовите особенности требований к показателям качества услуг общественного питания определяемых ГОСТ Р 50764-95.
4. Какие требования к качеству торговых услуг относятся общим и специфическим.
5. Какие требования к качеству торговых услуг относятся к обязательным и рекомендательным.
6. Какие методы измерения показателей качества определяют общероссийские стандарты на услуги.
7. Каким образом государственные стандарты, премии, сертификаты, награды влияют на мнение потребителя о качестве товара?
8. Какие еще способы подтверждения качества товара Вы можете назвать?
Вопросы для коллективного обсуждения
1. Дайте определение жизненного цикла услуг.
2. Дайте характеристику фазам жизненного цикла продукта.
3. Рассмотрите концепцию жизненного цикла продукта на примере объекта социально-культурной сферы.
4. Каким образом администрации удается предотвратить переход продукта в стадию спада?
5. Как знание о жизненном цикле продукта может помочь менеджеру ресторана при составлении меню?
Вопросы для коллективного обсуждения

1. Как организация может обеспечивать свое выживание в долгосрочной перспективе?
2. Что создает конкурентные преимущества?
3. Дайте характеристику конкурентной окружающей среде.
4. Каким образом выбрать целевых потребителей?
5. Дайте характеристику стратегии лидерства в цене.
6. Дайте характеристику стратегии дифференциации.
7. Дайте характеристику стратегии специализации.
8. Какова роль стандартизации и дифференциации в выборе товарной политики?
Вопросы для коллективного обсуждения
1. Чем обусловлено возрастающее значение сервисного обслуживания покупателей?
2. Назовите основные задачи системы сервиса?
3. Дайте характеристику видам сервиса по времени его выполнения.
4. Какова роль технического обслуживания в поддержании оборудования в работоспособном состоянии?
5. Дайте характеристику фирменному сервису.
6. Каковы основные принципы гарантийного обслуживания?
Вопросы для коллективного обсуждения
1. Что входит в сферу деятельности фэсилити-службы?
2. Какие задачи выполняет фэсилити-менеджмент?
3. Какие функции выполняет фэсилити-менеджмент?
4. Что такое эргономика?
5. Что понимается под ремонтом и обслуживанием?
6. Какие энергосберегающие процедуры и технологии известны?
7. Какое влияние оказывает фэсилити-менеджмент на имидж организации?
8. Охарактеризуйте состояние фэсилити-служб в российских компаниях?
9. На что необходимо обращать внимание при планировании и оснащении офиса и рабочего места?
Вопросы для коллективного обсуждения
1. Охарактеризуйте черты рынка услуг, особенность дея¬тельности и виды предприятий сферы услуг.
2. Дайте характеристику понятиям: сервис и сервисное об¬служивание.
3. Проследите соотношение основных классов и сфер услуг.
Вопросы для коллективного обсуждения
1. Определите категории новой продукции в сфере услуг.
2. Какие существуют причины для разработки и создания новых услуг.
3. В чем сходство и различие при разработке товаров и услуг.
4. Какие инструменты используются при разработке услуги.
5. Назовите основные принципы разработки услуг.
6. Какие процессы содержатся в стадиях направление, разработка, испытание и освоение в модели процесса разработки услуг.
7. Какие задачи решает план оказания услуг?
Вопросы для коллективного обсуждения
1. Охарактеризуйте принятие решения относительно приобретения услуги (товара).
2. В чем причина возрастания значимости информационно-коммуникационной составляющей в деловой и общественной жизни?
3. Каков процесс формирования и управления корпоративным имиджем?
4. Дайте характеристику составляющим фундамента корпоративного имиджа организации.
5. Какие практические вопросы затрагиваются в кодексе компании?
6. Назовите признаки ухудшения морального климата в коллективе.
Вопросы для коллективного обсуждения
1. Раскройте сущность проблемы деловой этики.
2. Расскажите об основных этических воззрениях в сфере бизнеса и управления.
3. Приведите пример решения этической проблемы (условие, методология и результат).
4. Объясните сущность моральных обязательств руководителя.
5. В чем заключаются этические проблемы отношения к деньгам?
6. Обоснуйте значимость делового этикета в современном бизнесе.
Контрольная работа №2
Текущего контроля знаний по дисциплине «Сервисная деятельность»
Тесты
1. Наиболее общее значение понятия сервис — это:
а) система гарантий потребителю,
б) обслуживание покупателя,
в) предоставление разного рода услуг,
г) фирменное обслуживание техники,
д) производство услуг.
2. По функциональному назначению занятия в тренажерном зале при гостинице — это услуга:
а) спортивная,
б) индивидуальная,
в) групповая,
г) материально-техническая,
д) социально-культурная.

3. По функциональному назначению разработка рекламы — это услуга:
а) творческая,
б) художественная,
в) ценностно-ориентационная,
г) социально-культурная,
д) экономическая.
4. По функциональному назначению справка о расписании движения электропоездов — это услуга:
а) платная,
б) социальная,
в) индивидуальная,
г) транспортно-техническая,
д) социально-культурная.
10. Установленные характеристики услуги фиксируются:
а) в методических указаниях,
б) инструктивных письмах,
в) эскизном проекте,
г) техническом документе на услугу
11. Выделение видов деятельности, выполнявших различные социальные функции, получило в науке название:
а) общественное поручение,
б) выход на рынок услуг,
в) социальная инновация,
г) разделение труда,
д) классификация услуг.
12. Разновидность услуг, связанных с поддержанием нормальной жизнедеятельности потребителя, относят к услугам:
а) спортивным,
б) платным,
в) физиологическим,
г) социально-культурным,
д) тренировочным.
е) материально-техническим.
13. Разновидность услуг, связанная с удовлетворением духовных, интеллектуальных потребностей, называют услугами:
а) материальными,
б) нравственными,
в) морально-этическими,
г) социально-культурными,
д) бытовыми.
14. Определенный класс услуг выделяется по признаку:
а) энергичности,
б) осязаемости,
в) универсальности,
г) отзывчивости,
д) активности.
5. Обеспечение свободы выбора товаров и услуг — это:
а) принцип,
б) объект,
в) предмет,
г) тема,
д) ведущая идея современного сервиса.
15. Открытое в 1852 г. в Петербурге сервисное учреждение для выдачи справок населению называлось:
а) адресный стол,
б) справочная служба,
в) справочное место,
г) справочное бюро,
д) справочное агентство.

16. К какому из перечисленных основных типов услуг можно отнести услуги мобильной связи:
а) производственные,
б) распределительные,
в) социально-профессиональные,
г) потребительские,
д) социальные?
17. К какому из перечисленных основных типов услуг можно отнести услуги по ремонту техники:
а) производственные,
б) распределительные,
в) социально-профессиональные,
г) потребительские,
д) социальные?
18. К какому из перечисленных основных типов услуг можно отнести услугу проката автомобиля:

а) производственные,
б) распределительные,
в) социально-профессиональные,
г) потребительские,
д) социальные?
19. Решающее значение для появления на рынке новой услуги имеет:
а) изменение общественных потребностей,
б) технический прогресс,
в) деятельность организатора-предпринимателя,
г) новые технологии,
д) тяга людей к новизне.
Тесты
1. Наибольшее значение для создания хорошей репутации предприятия сервиса имеет:
а) изощренная реклама;
б) качественная работа;
в) публикации в СМИ;
г) фирменный стиль;
д) связи с общественностью.
2. Длительность работы сервисной организации на рынке — это:
а) функциональный;
б) количественный;
в) качественный;
г) основной;
д) дополнительный показатель эффективности ее деятельности.
3. Предприятие сервиса — это:
а) закрытая;
б) открытая;
в) простая;
г) сложная;
д) ситуационная система, рассматриваемая в единстве факторов внутренней и внешней среды.
4. Для предприятий сервиса характерна адаптация к изменяющимся условиям, это:
а) адаптационный;
б) ситуационный;
в) функциональный;
г) организационный;
д) проблемный подход к управлению.
5. Общее мнение о качестве, достоинствах и недостатках предоставляемых предприятием сервиса услуг — это:
а) совокупность слухов;
б) репутация;
в) лицо фирмы;
г) результат работы;
д) контактность с потребителем.
6. Появление и процесс утверждения на рынке конкретного субъекта сервисной деятельности — это:
а) организация;
б) представление;
в) презентация;
г) функционирование;
д) становление предприятия.
7. Сотрудники сервисной организации, специалисты, создающие и предоставляющие услуги, относятся к персоналу:
а) основному;
б) вспомогательному;
в) производственному;
г) управленческому;
д) техническому.
8. Период времени, в течение которого потребитель взаимодействует с исполнителем услуги, — это:
а) затраченное время;
б) нормативное время;
в) время обслуживания;
г) ресурсное время;
д) полезное время.
9. Документ, содержащий требования и нормы обслуживания, — это:
а) прейскурант;
б) пресс-релиз;
в) условия обслуживания;
г) правила обслуживания;
д) должностные обязанности.
10. Сложный комплекс, задающий общие рамки поведения и принимаемый большинством сотрудников сервисной организации, — это:

а) культура поведения;
б) климат организации;
в) атмосфера общения;
г) корпоративная культура;
д) эстетика сервиса.
11. Группу высококвалифицированных, ориентированных на результат людей, определяющих деятельность сервисной организации, называют:
а) объединением;
б) корпорацией;
в) командой;
г) группой влияния;
д) компанией.
12. Отслеживание хода работы сервисной организации с одновременной ее коррекцией — это:
а) управление;
б) руководство;
в) мониторинг;
г) контроллинг;
д) контент-анализ.
Систематический сбор и анализ данных о работе сервисной организации — это:
а) контроллинг;
б) мониторинг;
в) информирование;
г) бухучет;
д) аккредитация.
13. Официальным документом в РФ, определяющим круг обязанностей работников сервисной организации, являются профессиональные:
а) правила;
б) кодексы;
в) стандарты;
г) инструкции;
д) руководства.
14. Система мероприятий по формированию состава персонала, отвечающего целям сервисной организации, — это:
а) краткосрочная кадровая компания;
б) кадровая политика;
в) долгосрочная кадровая компания;
г) кадровые перемены;
д) возможность карьерного роста.
15. В сфере обслуживания ведущая роль принадлежит компоненту:
а) пространственному;
б) техническому;
в) технологическому;
г) человеческому;
д) временному.
16. Человек, получающий и заказывающий услугу для удовлетворения личных нужд, — это:
а) постоянный клиент;
б) временный клиент;
в) покупатель;
г) посетитель;
д) потребитель.
17. Совокупность лиц, которые являются для сервисной организации постоянными потребителями, — это:
а) общество потребителей;
б) общество друзей организации;
в) клиентура;
г) землячество;
д) сервисное объединение.
18. Группировка потребителей на основе обобщенных моделей это:
а) распределение;
б) пересортица;
в) технология;
г) типология;
д) моделирование.
19. Общество потребителей РФ создано:
а) в 1990;
Б) 1992;
В) 1996;
Г) 1998;
д) 2000 году.
20. Руководящие принципы для защиты интересов потребителей приняты ООН:

а) в 1980;
Б) 1985;
В) 1990;
Г) 1995;
д) 2000 году.
21. Главная внешняя цель сервисной организации заключается:
а) в получении прибыли;
б) победе над конкурентами;
в) получении одобрения властей;
г) удовлетворении амбиций сотрудников;
д) расширении клиентуры.
22. Отношения исполнителя услуги и потребителя — это:
а) равноправное;
б) неравноправное;
в) соподчиненное;
г) субъективное;
д) объективное партнерство.
23. Запросы потребителей обычно:
а) отрицают;
б) сохраняют;
в) отвергают;
г) отражают;
д) опережают предложение услуг конкретным сервисным предприятием.
24. Образование, образ и стиль жизни — это:
а) специализированные;
б) социально-культурные;
в) этнонациональные;
г) технологические;
д) демографические характеристики для выделения групп потребителей услуг.
25. Пол, возраст, принадлежность к профессиональной группе — это:
а) этнонациональные;
б) специализированные;
в) социально-демографические;
г) технологические;
д) коммуникационные характеристики для выделения групп потребителей услуг
Тесты
в) сезонные скидки;
г) комплекс методов и средств;
д) подарки клиентам.
3. Представление (показ) услуги потребителю в процессе продажи с целью ознакомления — это:
а) объединение;
б) презентация;
в) восхваление;
г) реклама;
д) продвижение.
4. К методу прямых продаж относят способ продажи услуг:
а) только одного типа;
б) по безналичному расчету;
в) по базовой цене;
г) по телефону;
д) по себестоимости.
5. Общение работника сервисной организации с потребителем, завершающееся оплатой услуги, — это:
а) непосредственная;
б) субъективная;
в) объективная;
г) собственная;
д) личная продажа.
6. Сбыт услуг в случае личного контакта работника сервиса с потребителем приобретает:
а) непредсказуемый;
б) партнерский;
в) благожелательный;
г) индивидуальный;
д) особый характер.
7. Важным шагом на пути к успешной продаже является преодоление возможных:
а) отказов;
б) претензий;
в) возражений;
г) жалоб;

д) недоумений потребителя.
в) другом;
г) консультантом;
д) благожелателем потребителя.
9. Один из психологических приемов завершения сделки при продаже услуги называют потерянным:
а) временем;
б) преимуществом;
в) товариществом;
г) сознанием;
д) недоверием.
10. Один из психологических приемов завершения сделки при продаже услуги называют беспроигрышной:
а) лотереей;
б) концовкой;
в) попыткой
г) альтернативой
д) фантазией.
11. Соглашение между сторонами в сервисном взаимодействии, определяющее юридические и технические аспекты, — это:
а) обязательство;
б) пожелание потребителя;
в) объявление об услуге;
г) заказ на услугу;
д) рекламная акция.
12. Совокупность характеристик, определяющих способность услуги удовлетворять потребности клиента, — это:
а) свойства услуги;
б) показатель стоимости;
в) качество услуги;
г) комплектность;
д) параметры услуги.
13. Контроль, испытание и приемка — это этапы:
а) продажи;
б) предоставления;
в) презентация;
г) рекламы;
д) демонстрации услуги.
14. Услуги производителя по обеспечению длительного и эффективного использования своей продукции — это обслуживание:
а) высококачественное;
б) первоклассное;
в) заинтересованное;
г) фирменное;
д) современное.
15. Совокупность замеров характеристик услуги и сравнения их с установленными требованиями — это:
а) основание для жалобы;
б) удовлетворение любопытства;
в) требования потребителей;
г) контроль качества услуги;
д) проверка стандартов.
16. Предоставление услуг, связанных с обеспечением безотказности и заданных параметров товара, — это:
а) мягкий;
б) жесткий;
в) основной;
г) дополнительный;
д) обязательный;
е) желательный сервис.
17. Относительная характеристика услуги на основе сравнения фактических показателей с нормативными — это:
а) свойство услуги;
б) контроль качества услуги;
в) уровень качества услуги;
г) показатель конкурентоспособности;
д) параметр рекламности.
18. Предоставление услуг по повышению комфортабельности, полезности использования товара — это:
а) мягкий;
б) жесткий;
в) основной;
г) дополнительный;
д) обязательный;
е) желательный сервис.

19. Комплексность и качество услуг — главные факторы:
а) воздействия на цену;
б) удовлетворенности потребителей;
в) привлекательности рекламы;
г) получения высоких доходов;
д) победы над конкурентами.
20. Гарантийный и послегарантийный сервис характерен для предоставления услуг:
а) социально-культурных;
б) туристских;
в) материальных;
г) срочных;
д) дорогостоящих.
21. Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания — это:
а) поиск понимания;
б) призыв к совести;
в) «выпускание пара»;
г) жалоба;
д) акт отчаяния.
22. Противостоящие стороны в конфликте именуют:
а) враги;
б) оппоненты;
в) неприятели;
г) претензионисты;
д) антагонисты.
23. Выявленное несоответствие услуги стандарту (по ФЗ РФ «О защите прав потребителей») — это:
а) порок;
б) недостаток;
в) ущербность;
г) неполнота;
д) несовершенство услуги.
24. Реклама сервисной организации, нарушающая установленные в законе требования, — это:
а) неверная;
б) ошибочная;
в) скрытая;
г) откровенная;
д) ненадлежащая реклама.
25. Осуществление совместной деятельности «по шаблону», без индивидуализации характеризует:
а) духовный;
б) деловой;
в) упрощенный;
г) обычный;
д) стандартизованный уровень сервисного взаимодействия.
26. В процессе предоставления услуги (после ее оплаты) исполнитель услуги и потребитель находятся в ситуации:.
а) активной;
б) многовариантной;
в) оплаченной;
г) совместной;
д) коллективной деятельности.
27. В процессе предоставления услуги работник сервисной организации выступает:
а) пассивным;
б) ведущим;
в) надежным;
г) переходным;
д) автономным звеном совместной деятельности.
28. Установление доверия, симпатии сторон в процессе предоставления услуги характеризуют:
а) духовный;
б) деловой;
в) стандартизованный;
г) наивысший;
д) конвенционный уровень сервисного взаимодействия.
29. Стремление «обыграть» потребителя, получить выгоду характеризует:
а) деловой;
б) стандартизованный;
в) духовный;
г) конвенционный;
д) манипулятивный уровень сервисного взаимодействия.
30. Сотрудничество в совместном решении проблем характеризует:
а) духовный

б) деловой;
в) стандартизованный;
г) наивысший;
д) упрощенный уровень сервисного взаимодействия.
1. Документ на право ведения сервисной деятельности — это:
а) аттестат;
б) сертификат;
в) стандарт;
г) удостоверение;
д) лицензия;
е) патент.
2. Средство государственного регулирования сервисной деятельности в интересах потребителей — это:
а) идентификация;
б) аттестация;
в) стандартизация;
г) локализация;
д) патентование.
3. Требования, которым должна удовлетворять соответствующая своему назначению услуга, устанавливает:
а) лицензия;
б) сертификат;
в) аттестат;
г) знак качества;
д) патент на услугу.
4. Организационно-инструктивные и методические документы, обеспечивающие высокую удовлетворенность потребителя, — это:
а) рекламные материалы;
б) стандарты обслуживания;
в) технические описания;
г) регламенты поведения;
д) полученные патенты.
5. Процедура установления соответствия услуги базовому стандарту — это:
а) лицензирование;
б) стандартизация;
в) аттестация;
г) сертификация;
д) патентование.
г) знак соответствия;
д) фирменная марка.
7. Услуги, способные нанести ущерб безопасности, здоровью или имуществу потребителей, подлежат:
а) добровольной;
б) добровольно-принудительной;
в) качественной;
г) обязательной;
д) количественной сертификации.
8. Квалификационные требования к должностям работников сферы сервиса — это профессиональные:
а) правила;
б) аттестаты;
в) стандарты;
г) патенты;
д) лицензии по отраслям.
9. Основной способ правового оформления отношений участников рынка услуг — это:
а) устав;
б) протокол;
в) договор;
г) регистрация;
д) заказ на услугу.
10. К обязательным требованиям государственных стандартов относят обеспечение:
а) дешевизны;
б) доступности;
в) низкой себестоимости;
г) безопасности;
д) технологичности товаров и услуг.
11. Нововведение в сфере сервиса на основе достижений науки и передового опыта — это:
а) технологический прорыв;
б) инноватика;
в) инновация;
г) тенденция будущего;
д) инкультурация.

12. Новые технологии прикладного характера в сфере сервиса — это:
а) инноватика;
б) современные тенденции;
в) ноу-хау;
г) технологии внедрения;
д) системные новинки.
13. Совокупность действий, результатом которых является новая услуга, — это:
а) технология внедрения;
б) инновационный цикл;
в) обновление производства;
г) инноватика;
д) современные тенденции.
14. Решающее значение для появления на рынке новой услуги имеет:
а) изменение общественных потребностей;
б) технический прогресс;
в) деятельность организатора-предпринимателя;
г) новые технологии;
д) тяга людей к новизне.
15. Тенденция современной экономики, связанная с ростом, обогащением сферы услуг, — это:
а) сервисизация экономики;
б) интернационализация обменов;
в) глобализация потребностей;
г) сервисная интервенция;
д) функциональность сервиса.
16. В современных условиях сфера сервиса:
а) первична;
б) вторичная;
в) равноправна;
г) несамостоятельна;
д) дополнительна по отношению к материальному производству.
17. Приближение услуги к потребителю, сокращение времени на ее получение характеризуют:
а) агрессивные;
б) неформальные;
в) бытовые;
г) прогрессивные;
д) личностные формы обслуживания.
18. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:
а) бесконтактным;
б) формальным;
в) бесплатным;
г) монопольным;
д) абсолютным обслуживанием.
19. Заключение договора с предприятием сервиса на оказание услуг в течение определенного срока на особых условиях — это обслуживание:
а) неформальное;
б) формальное;
в) логистическое;
г) конкурентное;
д) абонементное.
20. Предоставление совокупности услуг в одном месте для сокращения потерь времени потребителем — это обслуживание:
а) дорогостоящее;
б) комплексное;
в) коллективное;
г) стратегическое;

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Лысенко Ю. В., Лысенко М. В., Белоконов Ю. В.	Сервисное обслуживание и организация коммерческой деятельности: Монография	Москва: Русайнс, 2019, URL: https://book.ru/book/933921

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.2	Рождественская Л.Н., Главчева С.И., Чередниченко Л.Е.	Гостеприимство и сервис в индустрии питания: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=352830
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Сорокина А. В.	Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие	Москва: Издательский дом "Альфа-М", 2014, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=256240
Л2.2	Рождественская Л.Н., Главчева С.И.	Гостеприимство и сервис в индустрии питания: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=371609
6.1.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Федулин А. А., под ред., Скабеева Л. И., Духовная Л. Л., Стахова Л. В.	Гостиничный менеджмент: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2022, URL: https://book.ru/book/939986
Л3.2	Зайцева Н.А.	Управление персоналом в гостиницах: Учебное пособие	Москва: Издательство "ФОРУМ", 2013, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=189510
6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы			
Э1	Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства экономического развития РФ . - Режим доступа: https://www.russiatourism.ru		
Э2	Все о гостиничном бизнесе . - Режим доступа: https://horeca.estate/		
Э3	. - Режим доступа:		
6.3.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства			
6.3.1.1	Windows 10 Pro RUS Операцинная система – Windows 10 Pro RUS Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021		
6.3.1.2	7-Zip Архиватор 7-Zip Программное обеспечение по лицензии GNU GPL		
6.3.1.3	Яндекс Браузер Браузер Яндекс Браузер Лицензионное соглашение на использование программ Яндекс Браузер https://yandex.ru/legal/browser_agreement/		
6.3.1.4	Mozilla Firefox Браузер Mozilla Firefox Программное обеспечение по лицензии GNU GPL		
6.3.1.5	Kaspersky Endpoint Security Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный (350шт). Договор № ПР-00035750 от 13 декабря 2022г. (ООО Прима АйТи)		
6.3.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем			
6.3.2.1	ABOUT THE UNIFIED MODELING LANGUAGE SPECIFICATION https://www.omg.org/spec/UML		
6.3.2.2	ИСО Международная организация по стандартизации https://www.iso.org/ru/home.html		
6.3.2.3	РОССТАНДАРТ Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии https://www.gost.ru/portal/gost/		
6.3.2.4	Кодекс – Профессиональные справочные системы https://kodeks.ru		

7. МТО (оборудование и технические средства обучения)			
Ауд	Наименование	ПО	Оснащение
401	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций,	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	60 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук

	текущего контроля и промежуточной аттестации.		
402	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	36 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
403	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	28 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
404	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	75 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
406	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	52 посадочных места, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук

	аттестации.		
407	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	40 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
408	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	30 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
114а	Лаборатория «Компьютерные сети и телекоммуникации». Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы.	Windows 10 Pro RUS 7-Zip Яндекс Браузер Mozilla Firefox LibreOffice LibreCAD Inkscape Notepad++. 1С:Предприятие 8. Комплект Kaspersky Endpoint Security MS Access 2016 MS Project Pro 2016 MS SQL Server 2019 MS Visio Pro 2016 MS Visual Studio Pro 2019 Anaconda3 Blender Gimp Maxima Oracle VM VirtualBox Oracle Database 11g Express Edition IntelliJ IDEA JetBrains PhpStorm JetBrains WebStorm Adobe Reader DC Arduino Software (IDE) NetBeans IDE ZEAL Klite Mega Codec Pack MS Office Standart 2010 Ramus Educational Micro-Cap Evaluation	16 посадочных мест, рабочее место преподавателя 16 компьютеров GA-870A-USB3/AMD-Phenom(tm)-II-X4-945/ DDR3-1333-4Гб/SSD Flexis 120Gb/WD5000AAKX/Radeon HD-5800/Realtek PCIe GBE 16 мониторов AOC e2243Fw 21,5” 16 комплектов клавиатура+мышь 1 Коммутатор LincSys SR224G 1 Проектор ViewSonic PJD5232 1 Проекционный экран Luma 1 Интерактивная доска WR-84A10 с проектором ViewSonic PS501X 1 Шкаф телекоммуникационный 1 ИБП SMART UPS 2000 3 Коммутатор Cisco Catalist 2960 1 Концентратор AlterPath 16 port 4 Маршрутизатор Cisco-2800 2 Маршрутизатор Cisco-2811 6 Модуль 2-port 2 Панель коммутационная 12 Шнур V.35 Cable Витая пара, Коннектор RJ-45 2 Инструмент для зачистки кабеля UTP 1 Протяжка кабельная, d=3,5 мм 10 м 1 Тестер МЕГЕОН 40060/Шт. 5 Инструмент для обжима витой пары 5 Тестер кабельный 3 Инструмент для заделки кабеля витая пара тип Krone с крючками 3 Р телефон GrandStream GXP1610 2 Комплект для монтажа СКС (патч-панель 1U kat.5e UTP 24 порта-1 шт., инструмент обжимной для RJ-45 1 шт., инструмент для зачистки кабеля 1 шт., инструмент для разделки контактов - 1 шт., LAN тестер 1 шт.) 2 Роутер Wi-Fi роутер Keenetic

			1 Сервер GA-870A-USB3/AMD-Phenom(tm)-II-X4-945/ DDR3-1333-4Гб/SSD Flexis 120Gb/WD5000AAKX/Radeon HD-5800/Realtek PCIe GBE
123а	Специальное помещение для хранения и профилактическог о обслуживания учебного оборудования	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice Notepad++. Oracle VM VirtualBox Adobe Reader DC ZEAL Klite Mega Codec Pack Windows 7 Pro CDBurnerXP Java 8 PDF24 Creator CCleaner Консоль Kaspersky Security Center Kaspersky Endpoint Security 11 ПАРУС-Бюджет 8.5.6.1 Microsoft Office 2007 Professional Plus 10-Strike File search pro 10-Страйк Сканирование Сети 10-Страйк Инвентаризация Компьютеров	Системный блок AMD FX-8120 1шт Системный блок Intel Core 2 CPU 4400 1шт. Монитор “LG L1718S” 1 шт. Монитор “BENQ CL2240” 1шт. Монитор “SAMSUNG 740m” 1шт. Набор исктрументов 1 шт. Паяльная станция Lukey 902 1 шт Принтер SAMSUNG ML-1665 1 шт. Принтер SAMSUNG ML-1615 1 шт. Коммутатор D-Link DES-1005D 1 шт. Роутер Keenetic Lite (KN-3110)1 шт. Паяльник 40 Вт дер/ручка 1 шт. Лампа настольная 1 шт. Стол 1-тумбовый 1 шт. Стол 2 тумбовый 1 шт. Стол офисный компьютерный 1 шт. Столик компьютерный 1 шт. Стол 1-тубовый с верхней приставкой 1шт. Стулья тканевые на металокаркасе 2шт Стул деревянный 1шт Пылесос “SUPRA 1800W” 1 шт. Шуруповерт “Hitachi ds12dvf3” 1 шт. Веб-камера Logitech HD WebCam C525 1280*720 MicUSB - 4 шт Перфоратор Град-М 1 шт. Микрофон Yanmai R933 – 2 шт Ноутбук Asus X541U – 1 шт Проектор Cactus CS-PRO.02B.WXGA-W – 1 шт. Проектор Acer QNX1310 – 2 шт
Читальн ый зал	Читальный зал. Помещение для самостоятельной работы	7-Zip Яндекс Браузер Mozilla Firefox LibreOffice LibreCAD Inkscape Notepad++. 1С:Предприятие 8. Комплект Kaspersky Endpoint Security Maxima StarUML V1 Windows XP Professional Windows XP Professional MS Visual Studio Pro 2010 MS Visio Pro 2010 MS Project Pro 2010 MS Access 2010 MS Office Standart 2007	16 посадочных мест, рабочее место библиотекаря 6 компьютеров P5GC-MX1333/INTEL Core2Duo E2160/DDR2-667-1Гб/ST380815AS/Intel GMA-82945/Atheros L2 Fast Ethernet 10/100 4 компьютера GA945GCMX-S2/INTEL Core2Duo E2160/DDR2-667-1Гб/ST3160815AS/Intel GMA-82945/Realtek RTL8169 6 компьютеров P5GD2-X/Intel Pentium 4-3.00GHz/DDR2-667-1Гб/ WD800JD/Radeon X300/Marvell 88E805 1 компьютер P5KPL-SE/INTEL Core2Duo E6400/DDR2-667 -2Гб/ST380811AS/GF-6600/ Realtek PCIe GBE 9200SE/Marvell 88E8001 6 мониторов LG Flatron 1730s 4 монитора NEC AccuSync LCD73v 6 мониторов Samsung SyncMaster 740n 1 монитор Samsung SyncMaster 920n 1 принтер HP LaserJet PRO m402n 1 сканер HP ScanJet G2410

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки реализация ком-петентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и инте-рактивных форм проведения занятий (разбор конкретных задач, проведение блиц-опросов, коллоквиумы, исследовательские работы) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формиро-вания и развития профессиональных навыковобучающихся.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет не менее 20% аудитор-ных занятий (определяется ФГОС с учетом специфики ООП).

Лекционные занятия дополняются ПЗ и различными формами СРС с учебной и научной литературой. В процессе такой работы студенты приобретают навыки «глубокого чтения» - ана-лиза и интерпретации текстов по методологии и методике дисциплины.

Учебный материал по дисциплине «1С: Бухгалтерия» разделен на логически завершенные части (модули), после изучения, которых предусматривается аттестация в форме письменных тестов, контрольных работ.

Работы оцениваются в баллах, сумма которых дает рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и их творческие возможности: активность, неординарность решений поставленных проблем. Каждый модуль учебной дисцип-лины включает обязательные виды работ – лекции, ПЗ, различные виды СРС (подготовка рефе-ратов на заданную тему, докладов).

Форма текущего контроля знаний – работа студента на практическом занятии. Форма промежуточных аттестаций – контрольная работа в соответствии с вариантом, реферат и доклад на заданную тему. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – экзамен.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Учебный материал по дисциплине «1С: Бухгалтерия» разделен на логически завершенные части (модули), после изучения, которых предусматривается аттестация в форме письменных тестов, контрольных работ.

Работы оцениваются в баллах, сумма которых дает рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и их творческие возможности: активность, неординарность решений поставленных проблем. Каждый модуль учебной дисцип-лины включает обязательные виды работ – лекции, ПЗ, различные виды СРС (подготовка рефе-ратов на заданную тему, докладов).

Форма текущего контроля знаний – работа студента на практическом занятии. Форма промежуточных аттестаций – контрольная работа в соответствии с вариантом, реферат и доклад на заданную тему. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – экзамен.