

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уфимский государственный нефтяной технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИЭС

Н.З. Солодилова

(подпись)

29.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

(30486)Сервисная деятельность

Направление подготовки (специальность): **41.03.01 Зарубежное регионоведение**

Направленность: **профиль «Международные отношения»**

Уровень высшего образования: **бакалавриат**

Форма обучения: **очная;**

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: **Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ);**

Трудоемкость дисциплины: **3 з.е. (108час)**

Уфа 2023

Рабочую программу дисциплины разработал(и):

_____ Величко И.А., доцент ТГРС, к.с.н.

Рецензент

_____ Котова Т.П., доцент ТГРС, к.и.н.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ);, обеспечивающей преподавание дисциплины 25.01.2023, протокол №11.

Заведующий кафедрой

Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ)_____ Л.Д. Матвеева

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой МОИВ_____ С.Д. Галиуллина

Год приема 2023 г.

Рабочая программа зарегистрирована 08.06.2023 № 6 в ОПЛА и внесена в электронную базу данных

1. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплины, предшествующие изучению данной дисциплины (исходя из формирования этапов по компетенциям):

Дисциплины, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее (исходя из формирования этапов по компетенциям): Профессиональная практика; Теория и практика международных отношений

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули);

Обязательная или часть, формируемая участниками образовательных отношений (в том числе элективные дисциплины): Обязательная часть;

Форма обучения: очная

Семестр, в котором преподается дисциплина	Трудоемкость дисциплины				Вид промежу- точной аттестации
	Зачет- ные едини- цы	Часы			
		Общая	В том числе		
			контакт- ная	СРО	
4	3	108	38	70	экзамен;
ИТОГО:	3	108	38	70	

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

№ пп.	Формируемые компетенции	Шифр/ индекс компетен- ции
1	Способен формировать дайджесты и аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в научных журналах и средствах массовой информации	ОПК-5-22г.- 1

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Шифр компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Шифр результата обучения	Результат обучения
ОПК-5-22г.	ОПК-5.1. Применяет навыки экономической и управленческой деятельности в области организации обслуживания населения	З(ОПК-5-22г.)	Знать: теорию организации обслуживания
		У(ОПК-5-	Уметь:

Шифр компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Шифр результата обучения	Результат обучения
	ОПК-5.2. Использует технологии и инструментарии международных отношений в подготовке информационно-аналитических материалов	22г.)	выявлять основные и специфические потребности потребителя
		В(ОПК-5-22г.)	Владеть: навыками организации эффективного взаимодействия с потребителем в контактной зоне

3. Структура дисциплины

3.1. Виды учебной работы и трудоемкость (всего и по семестрам, в часах)

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Всего и по семестрам, часы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Контактная работа, всего в том числе:	38				38								
лекции (всего)	20				20								
-в т.ч. лекции on-line курс	0												
практические занятия (ПЗ)	12				12								
-в т.ч. практические занятия on-line курс	0												
лабораторные работы (ЛР)	0												
контролируемая самостоятельная работа (защита курсового проекта, курсовой работы и др. работ (при наличии))	0												
-в т.ч. лабораторные работы on-line курс	0												
иная контактная работа (сдача зачета, экзамена, консультации)	6				6								
проектная деятельность (ПД)	0												
Самостоятельная работа обучающихся (СРО), всего в том числе: (указать конкретный вид СРО)	70				70								
выполнение и подготовка к защите курсового проекта или курсовой работы	0												
выполнение и подготовка к защите РГР работы, реферата, патентных исследований, аналитических исследований и т.п	0												
изучение учебного мате-	23				23								

риала, вынесенного на самостоятельную проработку													
подготовка к лабораторным и/или практическим занятиям	24				24								
подготовка к сдаче зачета, экзамена	23				23								
иные виды работ обучающегося (при наличии)	0												
освоение on-line курса	0												
самостоятельная проектная деятельность (СПД)	0												
ИТОГО ПО ДИСЦИПЛИНЕ	108				108								

4. Содержание дисциплины

4.1. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий (в часах)

Форма обучения: очная

(раздела)Номер темы	Название темы (раздела)	Семестр	Трудоемкость, часы					Шифр результата обучения
			Л	ПЗ	ЛР	СРО	Всего	
1	Предпосылки становления сервисной деятельности	4	8	4		20	32	З(ОПК-5-22г.)
2	Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя	4	12	8		50	70	З(ОПК-5-22г.) У(ОПК-5-22г.) В(ОПК-5-22г.)
	ИТОГО:		20	12		70	102	

4.2. Содержание лекционного курса

№ пп.	Номер раздела	Название темы	Трудоемкость, часы
-------	---------------	---------------	--------------------

			очная	очно- заочная	заочная
1	1-Предпосылки становления сервисной деятельности	Введение. Сервисная деятельность: основные понятия и определения 1. Сущность услуг и их роль в современной жизни общества. 2. Определение сервиса и сервисной деятельности. 3. Сфера сервиса как способ ведения бизнеса, сфокусированный на клиенте. 4. Характеристика сферы услуг как быстро растущей и перспективной отрасли.	2		
2	1-Предпосылки становления сервисной деятельности	Характеристика и особенности сервисной деятельности 1. Теоретический анализ сервисной деятельности. Сервисная деятельность и сервисология. 2. Сервисная деятельность как составная часть экономики. 3. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. 4. Сервисная деятельность в структуре социальных отношений. 5. Сервисная деятельность как часть культуры. 6. Зависимость сервисной	2		

		деятельности от географических факторов. 7. Зависимость сервисной деятельности от поселенческих факторов. 8. Зависимость сервисной деятельности от демографических факторов.			
3	1-Предпосылки становления сервисной деятельности	Вопросы истории развития сервиса 1. Услуги и жизнедеятельность людей в первобытном обществе. 2. Зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира. 3. Услуги в средневековом обществе. 4. Развитие услуг и сервисной деятельности в индустриальном обществе. 5. Развитие услуг и сервисной деятельности в постиндустриальном обществе. 6. Развитие услуг и сервисной деятельности в России в дореволюционный период. 7. Уровень жизни и сфера обслуживания в советский период. 8. Современные тенденции развития сервисной деятельности. 9. Роль государственных механизмов и факторов хозяйствования, определяющих развитие услуг в рос-	2		

		сийском обществе.			
4	1-Предпосылки становления сервисной деятельности	Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности 1. Роль потребителей и производителей на рынке услуг. 2. Суверенитет потребителя. 3. Закон РФ «О защите прав потребителей». 4. Основные определения, принятые в законе. 5. Правоотношения, регулируемые законом. 6. Основные права потребителей. 7. Государственные органы и общественные организации, осуществляющие защиту прав потребителей. 8. Потребительское воспитание. 9. Теория потребительского поведения. 10. Правила сервисного обслуживания населения РФ.	2		
5	2-Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя	Принципы классификации услуг и их характеристики 1. Сущность услуг и их особенности. 2. Анализ отличия товара от услуги. 3. Отличительные характеристики услуги и ее признаки: неосвязаемость, неотделимость от источника, непо-	2		

		стоянство качества, несохраняемость. 4. Жизненный цикл услуги. 5. Типы услуг. 6. Производственные услуги. 7. Распределительные услуги. 8. Профессиональные услуги. 9. Потребительские (массовые) услуги. 10. Общественные услуги. 11. Методы классификации услуг. 12. Классификация услуг по характеру. 13. Классификация услуг по видам. 14. Классификация услуг по качеству. 15. Классификация услуг по целевому назначению. 16. Классификация услуг по ценам и способу оплаты			
6	2-Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя	Понятие "Контактной зоны" как сферы реализации сервисной деятельности 1. Определение "контактной зоны". 2. Деление "контактной зоны" на виды: пассивная и активная. 3. Функции пассивной "контактной зоны" и методы воздействия на клиента в ее про-	2		

		странстве. 4. "Точки соприкосновения". 5. Функции и уровни активности "контактной зоны". 6. Первый уровень - первый контакт с клиентом. 7. Второй уровень - вспомогательный сервис, обязательный сервис, представленный клиенту. 8. Третий уровень - дополнительный сервис. 9. Требования к обслуживающему персоналу. 10. Этикет работника "контактной зоны". 11. Самопрезентация в сервисной деятельности. 12. Ключевые факторы имиджа.			
7	2-Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя	Культура сервиса 1. Психологическая культура сервиса: психология службы сервиса; трудовая деятельность работников сферы обслуживания. 2. Производственно-технологическая культура сервиса 3. Этическая культура сервиса: профессиональная этика; культура общения работников с клиентами. 4. Эстетическая культура: техническая эсте-	2		

		тика и дизайн; эстетика внешнего оформления интерьера предприятия сервиса и рабочих мест обслуживающего персонала; внешний облик работника. 5. Организационная культура сервиса			
8	2-Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя	Теория организации обслуживания 1. Обслуживание как сервисная система 2. Система сервисных операций 3. Система предоставления услуг. 4. Методы и формы обслуживания потребителей. 5. Система маркетинга услуг 6. Новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания клиентов. 7. Совершенствование сервиса.	2		
9	2-Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя	Жалобы и конфликты с клиентами 1. Основные причины жалоб клиентов. 2. Виды конфликтов в процессе обслуживания клиентов. 3. Способы разрешения конфликтов. 4. Работа телефонного агента с клиентами. 5. Этика и этикет телефонного разговора.	2		

		6. Основные подходы к типологии клиентов и их сервисному поведению. 7. Работа с претензиями на сервисном предприятии.			
10	2-Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя	Современное состояние и перспективы развития сервисной деятельности 1. Роль сервисной деятельности в экономическом и общественном развитии. 2. Особенности и характеристика предпринимательства сферы услуг. 3. Понятие и предпосылки развития сервисного бизнеса. 4. Сервис в России. Развитие, современное состояние. 5. Стратегия и тактика маркетинга сервисного предприятия. 6. Эффективность работы предприятия сервиса. 7. Факторы, являющиеся причиной создания новых услуг. 8. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия. 9. Инновации в сервисе. 10. Сетевая экономика: проблемы развития.	2		
	-	ИТОГО:	20		

4.4. Перечень практических занятий

Номер раздела	№ ПЗ	Тема практического занятия	Трудоемкость, часы		
			очная	очно-заочная	заочная
1-Предпосылки становления сервисной деятельности	1	Введение. Сервисная деятельность: основные понятия и определения 1. Сущность услуг и их роль в современной жизни общества. 2. Определение сервиса и сервисной деятельности. 3. Сфера сервиса как способ ведения бизнеса, сфокусированный на клиенте. 4. Характеристика сферы услуг как быстро растущей и перспективной отрасли. 5. Противоречия сервисной деятельности 6. Сервис как деятельность 7. Сервис как потребность 8. Виды и формы сервисной деятельности.	2		
1-Предпосылки становления сервисной деятельности	2	Характеристика и особенности сервисной деятельности 1. Теоре-	2		

		тический анализ сервисной деятельности. 2. Сервисная деятельность и сервисология. 3. Сервисная деятельность как составная часть экономики. 4. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. 5. Сервисная деятельность в структуре социальных отношений. 6. Сервисная деятельность как часть культуры. 7. Зависимость сервисной деятельности от географических факторов. 8. Зависимость сервисной деятельности от поселенческих факторов. 9. Зависимость сервисной деятельности от демографических факторов.			
2-Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя	3	Принципы классификации услуг и их характеристики 1. Сущность услуг и их особенности. 2. Анализ отличия товара от услуги. 3. Отличительные характеристики	2		

		услуги и ее признаки: не-освязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, не-сохраняемость. 4. Жиз- ненный цикл услуги. 5. Типы услуг. 6. Произ- водственные услуги. 7. Рас- пределитель- ные услуги. 8. Про- фессиональные услуги. 9. Потре- бительские (массовые) услуги. 10. Обще- ственные услу- ги. 11. Мето- ды классифика- ции услуг. 12. Клас- сификация услуг по харак- теру. 13. Клас- сификация услуг по видам. 14. Клас- сификация услуг по каче- ству. 15. Клас- сификация услуг по целе- вому назначе- нию. 16. Клас- сификация услуг по ценам и способу оплаты			
2-Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя	4	Понятие "Контактной зоны" как сферы реали- зации сервис- ной деятель-	2		

		ности 1. Определение "контактной зоны". 2. Деление "контактной зоны" на виды: пассивная и активная. 3. Функции пассивной "контактной зоны" и методы воздействия на клиента в ее пространстве. 4. "Точки соприкосновения". 5. Функции и уровни активности "контактной зоны". 6. Первый уровень - первый контакт с клиентом. 7. Второй уровень - вспомогательный сервис, обязательный сервис, представленный клиенту. 8. Третий уровень - дополнительный сервис. 9. Требования к обслуживающему персоналу. 10. Этикет работника "контактной зоны". 11. Самопрезентация в сервисной деятельности. 12. Ключевые факторы имиджа.			
2-Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя	5	Культура сервиса 1. Психологическая культура сер-	2		

		виса: психология службы сервиса; трудовая деятельность работников сферы обслуживания. 2. Производственно-технологическая культура сервиса 3. Этическая культура сервиса: профессиональная этика; культура общения работников с клиентами. 4. Эстетическая культура: техническая эстетика и дизайн; эстетика внешнего оформления интерьера предприятия сервиса и рабочих мест обслуживающего персонала; внешний облик работника. 5. Организационная культура сервиса			
2-Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя	6	Жалобы и конфликты с клиентами 1. Этапы взаимодействия с потребителем в процессе обслуживания. 2. Основные подходы к типологии клиентов и их сервисному поведению. 3. Социально-культурные характеристики, их влияние на поведение потребителей (субкультура, об-	2		

		разование, образ жизни). 4. Социально-демографические характеристики потребителей (социально-профессиональные группы, возраст и семейное положение, пол и сервисное поведение). 5. Социально-психологические характеристики и поведение потребителей (мотивация приобретения услуг, стереотипы поведения). 6. Основные причины жалоб клиентов. 7. Виды конфликтов в процессе обслуживания клиентов. 8. Способы разрешения конфликтов. 9. Поведение персонала в конфликтной ситуации. 10. Работа телефонного агента с клиентами. 11. Работа с претензиями на сервисном предприятии.			
-		ИТОГО:	12		

4.5. Виды СРО

Номер раздела	Вид СРО	Трудоемкость, часы		
		очная	очно-заочная	заочная

1-Предпосылки становления сервисной деятельности	подготовка к сдаче зачета, экзамена	8		
1-Предпосылки становления сервисной деятельности	подготовка к лабораторным и/или практическим занятиям	4		
1-Предпосылки становления сервисной деятельности	изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку	8		
2-Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя	подготовка к сдаче зачета, экзамена	15		
2-Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя	подготовка к лабораторным и/или практическим занятиям	20		
2-Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя	изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку	15		
-	ИТОГО:	70		

Темы для самостоятельной работы обучающихся

Раздел 1. Предпосылки становления сервисной деятельности

Зарождение и становление сферы услуг в обществах разного типа

Раздел 2. Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя

Международная торговля услугами в сфере сервиса

5. Формы текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации

Перечень оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине приведен Фонде оценочных средств (приложение Б).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение

Сведения об обеспеченности дисциплины основной, дополнительной и учебно-методической литературой приведены в формах № 1-УЛ и № 2-УЛ (приложение А).

6.2. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, рекомендуемых для освоения дисциплины

Названия современных профессиональных баз данных и информации	Ссылки на
---	-----------

онных справочных систем, рекомендуемых для освоения дисциплины	официальные сайты
Библиотека по естественным наукам РАН	http://benran.ru/
Государственная публичная научно-техническая библиотека России	https://www.gpntb.ru/
Единая межведомственная информационно – статистическая система (ЕМИСС)	https://fedstat.ru/
Информационно-правовой портал Гарант.ру	http://www.garant.ru/
Консультант-плюс	http://www.consultant.ru/
Лекторий	https://mipt.lectoriy.ru/
Министерство иностранных дел Российской Федерации	http://www.mid.ru
Правовая справочная информационная система «Гарант»	http://www.garant.ru/
Правовая справочная информационная система «Консультант»	http://www.consultant.ru/
Российская государственная библиотека	https://www.rsl.ru/
Система дистанционного обучения УГНТУ	http://elearning.rusoil.net
Федеральная служба государственной статистики	http://www.gks.ru/
ЭБС Znanium.com	http://znanium.com/
ЭБС Лань	https://e.lanbook.com/
ЭБС Национальная электронная библиотека	https://rusneb.ru/
ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	https://biblioclub.ru/
Электронная библиотека ИЭС УГНТУ	http://lib-ies.rusoil.net
Электронная библиотека УГНТУ	http://www.bibl.rusoil.net

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

7.1. Перечень специальных аудиторий, кабинетов, лабораторий и пр., используемых при реализации дисциплины с перечнем основного оборудования

№ пп.	Номер помещения	Оснащенность помещения (перечень основного оборудования)	Наименование помещения
1	12-223	тематические иллюстрации; Учебно-наглядные пособия по дисциплине, набор демонстрационного оборудования; Столы, стулья;	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).
2	12-302	Компьютер в комп.(1); МФУ Kyocera(1); Шкаф(ы) для хранения	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
3	12-312	Коммутатор(1); Компьютер i3-2120(2); Компьютер i3-3240 21.5" Acer(1); Монитор BENQ E 2210 HDA(3); Моноблок(1); Пр-р HP LaserJet(1); Системный блок Intel Core 2(3); Доступ к электронной информационно-образовательной среде (Корпоративная информационная система УГНТУ); Доступ в интернет;	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.
4	12-414	Интерактивная доска SMART Board X880 770"(1); Колонки акустич.(1); Компьютер в комп.(1); Мультимедиа-проект(1); Столы, стулья	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения.
5	12-414	Интерактивная доска SMART Board X880 770"(1); Колонки акустич.(1); Компьютер в комп.(1); Мультимедиа-проект(1); Столы, стулья	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения.
6	12-414	Интерактивная доска SMART Board X880 770"(1); Колонки акустич.(1); Компьютер в комп.(1); Мультимедиа-проект(1); Столы, стулья	Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций

7.2. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, используемых в учебном процессе при освоении дисциплины

№ пп.	Наименование ПО	Лицензионная чистота (реквизиты лицензии, свидетельства о гос. регистрации и т.п., срок действия)
1	Adobe Photoshop CS5	Дата выдачи лицензии 14.07.2011, Поставщик: ЗАО «СофтЛайн Трейд»

№ пп.	Наименование ПО	Лицензионная чистота (реквизиты лицензии, свидетельства о гос. регистрации и т.п., срок действия)
2	Microsoft Office	Дата выдачи лицензии 01.01.2007
3	MS Office 2007 Microsoft Open License	Дата выдачи лицензии 11.05.2007, Поставщик: подписка MSDN
4	Антивирус Kaspersky	Дата выдачи лицензии 27.10.2010
5	Антиплагиат.ВУЗ	Дата выдачи лицензии 26.03.2020, Поставщик: АО «Антиплагиат»
6	Консультант-плюс	Дата выдачи лицензии 01.01.2000, Поставщик: ООО Компания Права "Эксперт"

8. Организация обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, обучающихся по данной образовательной программе, разрабатывается индивидуальная программа освоения дисциплины с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Приложение А

Форма № УЛ-1

СВЕДЕНИЯ

об обеспеченности дисциплины основной и дополнительной учебной литературой

Наименование дисциплины: (30486)(30486)Сервисная деятельностьНаправление подготовки (специальность): 41.03.01 Зарубежное регионоведениеНаправленность: профиль«Международные отношения»Форма обучения: очная;Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ);

Тип	Назначение учебных изданий	Семестр			Библиографическое описание	Кол-во экз.	Адрес нахождения электронного	Кoeffициент
		очная	очно-заочная	заочная				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Основная литература	Для выполнения СРО;Для выполнения практических занятий;Для изучения теории;	4			Охотина, Н. М. Сервисология : учебное пособие : [16+] / Н. М. Охотина ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2017. – 116 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483707	1	http://www.e.lanbook.com	1.00

Основная литература	Для выполнения СРО; Для выполнения практических занятий; Для изучения теории;	4			Романович, Ж. А. Сервисная деятельность : учебник / Ж. А. Романович, С. Л. Калачев ; под общ. ред. проф. Ж. А. Романовича. — 7-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 284 с. https://znanium.com/catalog/product/1092982	1	http://www.e.lanbook.com	1.00
Основная литература	Для выполнения СРО; Для выполнения практических занятий; Для изучения теории;	4			Федцов, В. Г. Культура ресторанного сервиса : учебное пособие / В. Г. Федцов. — 9-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2022. — 248 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699341	1	http://www.e.lanbook.com	1.00
Дополнительная литература	Для выполнения СРО; Для выполнения практических занятий;	4			Свириденко, Ю. П. Сервисная деятельность в обслуживании населения : Учебное пособие / Ю. П. Свириденко. - Москва : Дашков и К, 2012. - 220 с. - https://znanium.com/catalog/product/415409	1	http://www.znanium.com	1.00

Дополнительная литература	Для выполнения СРО; Для выполнения практических занятий;	4			Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие / Т. Н. Костюченко, Н. Ю. Ермакова, Ю. В. Орел [и др.] ; Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Секвойя, 2017. – 138 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485037	1	https://biblioclub.ru	1.00
---------------------------	--	---	--	--	---	---	---	------

Примечание – Графы 1-5,8 заполняются кафедрой, графы 7 и 9 - библиотекой

Составил:

_____ Величко И.А., доцент ТГРС, к.с.н.

Год приема 2023 г.

СВЕДЕНИЯ**об обеспеченности дисциплины учебно-методическими изданиями**Наименование дисциплины: (30486)(30486)Сервисная деятельностьНаправление подготовки (специальность): 41.03.01 Зарубежное регионоведениеНаправленность профиль«Международные отношения»Форма обучения очная;Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ);

Назначение учебных изданий	Семестр			Библиографическое описание	Кол-во экз.		Адрес нахождения электронного	Коэффициент
	очная	очно-заочная	заочная		Всего	в том числе		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Для выполнения практических занятий;	4			Сервисная деятельность : учебно-методическое пособие по проведению практических занятий / УГНТУ, ИЭС, каф. ТГ ; сост. И. А. Величко. - Уфа : УГНТУ, 2022. - 168 Кб. - http://bibl.rusoil.net/base_docs/UGNTU/IES/Velichko15499.pdf	1	0	http://bibl.rusoil.net	1.00

Для выполнения СРО;	4			Сервисная деятельность : учебно-методическое пособие по выполнению самостоятельной работы / УГНТУ, ИЭС, каф. ТГ ; сост. И. А. Величко. - Уфа : УГНТУ, 2022. - 167 Кб. - http://bibl.rusoil.net/base_docs/UGNTU/IES/Velichko15500.pdf	1	0	http://bibl.rusoil.net	1.00
Примечание – Графы 1-5,8 заполняются кафедрой, графы 6,7 и 9 - библиотекой								

Составил:

_____ Величко И.А., доцент ТГРС, к.с.н.

Год приема 2023 г.

Приложение Б

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Уфимский государственный нефтяной технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИЭС

_____ Н.З. Солодилова
29.06.2023

**Фонд оценочных средств по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине
(30486)Сервисная деятельность**

Направление подготовки (специальность): 41.03.01 Зарубежное регионоведение

Направленность: профиль «Международные отношения»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ);

Трудоемкость дисциплины: 3 з.е. (108час)

Уфа 2023

ФОС по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине разработал (и):

_____ Величко И.А., доцент ТГРС, к.с.н.

—
Рецензент

_____ Котова Т.П., доцент ТГРС, к.и.н.

—

ФОС по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине рассмотрен и одобрен на заседании кафедры Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ);, обеспечивающей преподавание дисциплины 25.01.2023, протокол №11.

Заведующий кафедрой Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ); _____ Л.Д. Матвеева

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой МОИВ _____ С.Д. Галиуллина

Год приема 2023 г.

ФОС по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине
зарегистрирован 08.06.2023 № 6 в отделе МСОП и внесен в электронную базу данных

1. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Шифр результата обучения	Результат обучения	Индикатор достижения компетенций	Показатели достижения результатов освоения компетенций	Вид оценочного средства
1	Предпосылки становления сервисной деятельности	З(ОПК-5-22г.)	теорию организации обслуживания	ОПК-5.1. Применяет навыки экономической и управленческой деятельности в области организации обслуживания населения	мотивационные теории и структуру потребностей человека применительно к экономической и управленческой деятельности в области организации обслуживания населения	Доклад, сообщение Письменный и устный опрос
				ОПК-5.2. Использует технологии и инструменты международных отношений в подготовке информационно-аналитических материалов	называет культурные особенности потребителей в сфере международных отношений	Доклад, сообщение Письменный и устный опрос
3	Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя	В(ОПК-5-22г.)		ОПК-5.1. Применяет навыки экономической и управленческой деятельности в области организации обслуживания населения	приемами работы в контактной зоне в сфере экономической и управленческой деятельности в области организации обслуживания населения	Доклад, сообщение Письменный и устный опрос Тест
				ОПК-5.2. Использует технологии и инструменты международных	приемами межкультурного общения в сфере международных отно-	Доклад, сообщение

			ных отношений в подготовке информационно-аналитических материалов	шений при подготовке информационно-аналитических материалов	Письменный и устный опрос Тест
		З(ОПК-5-22г.)	ОПК-5.1. Применяет навыки экономической и управленческой деятельности в области организации обслуживания населения	мотивационные теории и структуру потребностей человека применительно к экономической и управленческой деятельности в области организации обслуживания населения	Доклад, сообщение Письменный и устный опрос
			ОПК-5.2. Использует технологии и инструменты международных отношений в подготовке информационно-аналитических материалов	называет культурные особенности потребителей в сфере международных отношений	Доклад, сообщение Письменный и устный опрос
		У(ОПК-5-22г.)	ОПК-5.1. Применяет навыки экономической и управленческой деятельности в области организации обслуживания населения	определяет основные и специфические потребности потребителя в сфере экономической и управленческой деятельности в области организации обслуживания населения	Доклад, сообщение Письменный и устный опрос Тест
			ОПК-5.2. Использует технологии и инструменты международных	определяет межкультурные особенности в сфере междуна-	Доклад, сообщение

				ных отношений в подготовке информационно-аналитических материалов	родных отношений при подготовке информационно-аналитических материалов	Письменный и устный опрос Тест
--	--	--	--	---	--	-----------------------------------

2. Перечень оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

п/п	Вид оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде	Шкала оценки
1	2	3	4	5
1	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.	Темы докладов, сообщений.	оценка « <i>отлично</i> » выставляется обучающемуся, если выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, с опорой на актуальные документы, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы оценка « <i>хорошо</i> » выставляется обучающемуся, если выполнены основные требования к докладу и его защите, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём доклада; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. оценка « <i>удовлетворительно</i> » выставляется обучающемуся, если имеются существенные отступления от требований к подготовке выступления. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы докладчик оперирует утратившими актуальность данными, во время защиты отсутствует вывод. оценка « <i>неудовлетворительно</i> » выставляется обучающемуся, если тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы
2	Письменный и устный опрос	Оценочное средство для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.	Совокупность вопросов, заданий, упражнений, тестов для выполнения контроль-	оценка « <i>отлично</i> » выставляется обучающемуся, если демонстрируется свободное владение предметом, полное знание и осознанное воспроизведение программного материала, (допускаются единичные несущественные ошибки);

		Позволяет выявить и восполнить пробелы в знаниях; повторить, закрепить, систематизировать материал; оценить знания, умения, теоретические и практические навыки; определить уровень сформированных у студентов компетенций по дисциплине (модулю)	ных работ, домашних заданий, РГР и иных учебных работ. Комплект билетов для текущей и промежуточной аттестации	оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если воспроизводится основная часть программного материала и допускаются единичные несущественные ошибки; оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если если демонстрируется фрагментарный характер знаний, в ответе делаются существенные ошибки оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если если имеет место отказ от ответа по неуважительной причине, отсутствуют знания по вопросам билета, делаются многочисленные существенные ошибки.
3	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий.	оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если его результат 90- 100 % правильных ответов оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если его результат 80- 89 % правильных ответов оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если его результат 51-79 % правильных ответов оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если его результат 50 и менее % правильных ответов

Приложение В

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Уфимский государственный нефтяной технический университет»

Письменный и устный опрос.

Перечень вопросов (задач, заданий, тем, комплекта тестовых заданий):

Письменный и устный опрос - является оценочным средством для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Он позволяет выявить и восполнить пробелы в знаниях, закрепить и систематизировать изученный материал, оценить уровень полученных теоретических знаний и практических навыков.

Для подготовки к опросу рекомендуется следующий перечень вопросов:

1. Сущность услуг и их роль в современной экономике.
2. Определение сервиса и сервисной деятельности.
3. Сфера сервиса, как способ ведения бизнеса, сфокусированный на клиенте.
4. Сервисная деятельность в сфере международных отношений.
5. Возрастающее значение сферы обслуживания на современном этапе.
6. Принципы современного сервиса. Основные задачи системы сервиса.
7. Виды сервиса по времени его осуществления.
8. Фирменный сервис.
9. Основные задачи системы сервиса.
10. Виды сервиса по содержанию работ.
11. Основные подходы к осуществлению сервиса.
12. Современные тенденции развития сервисной деятельности.
13. История развития сервиса в России.
14. Определение "контактной зоны".
15. Деление "контактной зоны" на виды: пассивная и активная.
16. Функции и уровни активности "контактной зоны".
17. Специфика услуг в сфере международных отношений.
18. Проблемы качества сервисного продукта.
19. Условия создания качественного сервиса на предприятиях сферы услуг.
20. Постоянство качества обслуживания
21. "Точки соприкосновения".
22. Улучшение качества сервиса на предприятиях сферы услуг.
23. Психологическая культура сервиса: психология службы сервиса; трудовая деятельность работников сферы обслуживания.
24. Этическая культура сервиса: профессиональная этика; культура общения работников с клиентами.
25. Эстетическая культура: техническая эстетика и дизайн; эстетика внешнего оформления интерьера п/п сервиса и рабочих мест обслуживающего персонала; внешний облик работника.
26. Новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания клиентов.
27. Основы корпоративной культуры.
28. Показатели качества услуг.
29. Качество сервисных услуг.
30. Услуга и товар: общее и отличное
31. Современные классификации услуг
32. Причины конфликтов между работниками сервисных организаций и клиентами.
33. Виды и исходы конфликтов.
34. Способы устранения конфликтов (использование нейтрализующей фразы; спокойное пове-

дение; посредничество третьего лица; разъединение конфликтующих; способствование свободному развитию конфликта; оперативное пресечение конфликта).

35. Психологическая тактика работника контактной зоны при проведении обслуживания.
36. Влияние территориального размещения населения на сервисную деятельность.
37. Влияние демографических особенностей населения на сервисную деятельность.
38. Влияние природно-климатических особенностей страны на сервисную деятельность (подробно на примере России).
39. Разработка и создание новых услуг.
40. Жизненный цикл услуги

Примеры билетов:

=====

Уфимский государственный нефтяной технический университет
Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса

Экзаменационный билет № 1

по дисциплине «Сервисная деятельность»

по направлению подготовки 41.03.01 Зарубежное регионоведение (профиль «Востоковедение.

Цифровая политика и коммуникации с общественностью в топливно-энергетическом комплексе»)

1. Сущность услуг и их роль в современной экономике.
2. Улучшение качества сервиса на предприятиях сферы услуг.

Заведующий кафедрой ТГРС

Л.Д. Матвеева

Лектор

Дата

И.А. Величко

Дата

=====

Уфимский государственный нефтяной технический университет
Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса

Экзаменационный билет № 2

по дисциплине «Сервисная деятельность»

по направлению подготовки 41.03.01 Зарубежное регионоведение (профиль «Востоковедение.

Цифровая политика и коммуникации с общественностью в топливно-энергетическом комплексе»)

1. Определение сервиса и сервисной деятельности.
2. Постоянство качества обслуживания .

Заведующий кафедрой ТГРС

Л.Д. Матвеева

Лектор

Дата

И.А. Величко

Дата

Примеры ответов при письменном и устном опросе:

2. Определение сервиса и сервисной деятельности

Широко распространенным видом деятельности практически любого человека является оказание услуг. Оказывая помощь людям в повседневной жизни, предоставляя полезные сведения, информацию, человек оказывает простейшую услугу, которая не требует особых знаний и подготовки. Однако уже в древние времена существовали люди и организации, которые на высоком уровне предоставляли сложные, часто дорогостоящие услуги, требующие специальных знаний, профессиональных навыков и соответствующего оборудования.

На современном этапе сервис превратился в безграничную сферу человеческой активности. В экономике промышленно развитых стран более 70% населения являются участниками рынка услуг. На уровне современных требований закономерности сервисной деятельности требуют детального анализа, без которого невозможна ее организация.

Сервис – это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями.

Таково общее определение сервиса, в котором используются ключевые понятия: деятельность, потребность, услуга. Подробнее объяснить, что такое сервис и в каких формах он может осуществляться, возможно, раскрыв содержание этих понятий.

Сервисная деятельность – это вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей людей путем оказания индивидуальных услуг. Сервисной деятельностью занимаются как индивидуальные предприниматели, так и сервисные организации и предприятия. Результатом их труда является услуга. Услуга представляет собой продукт труда, назначением которого является удовлетворение конкретных потребностей людей.

Услуга – это результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя (заказчика), а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности человека.

Услуга – это деятельность по удовлетворению нужд и потребностей людей.

Эта деятельность может воплощаться в изделиях (материальные услуги), но может существовать и как полезный эффект труда, потребляемый в самом процессе труда (нематериальные услуги).

Например, услуга кондитера состоит в том, что он готовит и печет необыкновенный торт. Превращение ингредиентов в торт и является услугой кондитера. Деятельность кондитера воплощается в торте (материальная услуга).

Важной особенностью услуги является полезное действие для потребителя, причем это действие может оказывать как живой труд (нематериальная услуга), так и труд, овеществленный в осязаемом продукте. В этом и состоит принципиальное назначение услуг, их общественная функция – непосредственное обслуживание населения, создание комфортных условий жизнедеятельности: в транспорте, в общественных местах, во время отдыха.

Полезный эффект от услуги – это совокупность полезных свойств услуги, непосредственно направленных на удовлетворение той или иной потребности услуги.

6. Принципы современного сервиса. Основные задачи системы сервиса

Обязательность предложения. В глобальном масштабе компании, производящие высококачественные товары, но плохо обеспечивающие их сопутствующими услугами, ставят себя в очень невыгодное положение.

Необязательность использования. Фирма не должна навязывать потребителю сервис.

Эластичность сервиса. Пакет сервисных мероприятий фирмы может быть достаточно широк: от минимально необходимых до максимально целесообразных.

Удобство сервиса. Сервис должен предоставляться в том месте, в такое время и в такой форме, ко-

которые устраивают потребителя.

Техническая адекватность сервиса. Современные предприятия все в большей мере оснащаются новейшей техникой, резко усложняющей технологию изготовления изделия. И если технический уровень оборудования и технологии сервиса не будет адекватен производственному, трудно рассчитывать на необходимое качество сервиса. Данный принцип требует также разработки и внедрения особого типа технологии и оборудования для сервисных центров. Особенность эта состоит в том, что поместить в каждый центр робототехнический комплекс, мощную электронику, используемые для изготовления изделий на заводе, нереально, но качество сервиса страдать от этого не должно - потребителя интересуют свои проблемы, а не проблемы производителя. Отсюда возникает необходимость создания оригинальных технических решений специально для технологии сервиса.

Информационная отдача сервиса. Руководство фирмы должно прислушиваться к информации, которую может выдать служба сервиса относительно эксплуатации товаров, об оценках и мнениях потребителей, поведении и приемах сервиса конкурентов и т.д.

Разумная ценовая политика в сфере сервиса. Сервис должен быть не столько источником дополнительной прибыли, сколько стимулом для приобретения товаров фирмы и инструментом укрепления доверия потребителей.

Гарантированное соответствие производства сервису. Добросовестно относящийся к потребителю производитель будет строго и жестко соразмерять свои производственные мощности с возможностями сервиса и никогда не поставит потребителя в условия самообслуживания. Можно с уверенностью сказать, что гарантированное соответствие производства сервису принципиально отличает современный сервис от сервиса бывшей службы быта. Условие "сделай сам" предлагало человеку самому заниматься творчеством и тем самым положило начало развитию самообслуживания в быту.

В данном случае речь идет не о сравнении качества услуг "нового и старого" сервиса, а всего лишь о необходимости показать принципиальное отличие самого понятия "сервис" в современных рыночных условиях, когда меняется понятие "товар-услуга" и появляется новая форма отношений поставщика с клиентом.

Отметим задачи системы современного сервиса.

- Консультирование потенциального покупателя перед приобретением им изделий данного предприятия, позволяющее сделать осознанный выбор.
- Подготовка покупателя к наиболее эффективной и безопасной эксплуатации приобретаемой техники.
- Передача необходимой технической документации, позволяющей специалистам должным образом выполнять свои функции.
- Предпродажная подготовка изделия во избежание малейшей возможности отказа его в работе во время демонстрации потенциальному покупателю. Доставка изделия на место эксплуатации таким образом, чтобы свести к минимуму вероятность его повреждения в пути.
- Приведение изделия (техники) в рабочее состояние на месте эксплуатации (установка, монтаж) и демонстрация его покупателю в действии.
- Обеспечение полной готовности изделия к эксплуатации в течение всего срока нахождения его у потребителя.
- Оперативная поставка запасных частей и содержание для этого необходимой сети складов, тесный контакт с изготовителями запасных частей.
- Сбор и систематизация информации о том, как эксплуатируется техника потребителем (условия, продолжительность, квалификация персонала и т. д.) и какие при этом высказываются замечания, жалобы, предложения.
- Участие в совершенствовании и модернизации потребляемых изделий по результатам анализа указанной выше информации.
- Сбор и систематизация информации о том, как ведут сервисную работу конкуренты, какие новшества сервиса они предлагают населению.
- Помощь службе маркетинга предприятия в анализе и оценке рынков, покупателей и товара.
- Формирование постоянного потребителя рынка по принципу: «Вы приобретаете и используете

наш товар - мы делаем все остальное».

14. Определение "контактной зоны"

Контактная зона – это собирательное понятие, в состав которого входит комплекс факторов, физического (место предоставления услуг), психологического (коммуникативный процесс участников) и профессионального (опыт и знания представителя сферы услуг) характеров.

Состояние контактной зоны решительным образом влияет на то, обратится ли вторично клиент в данную сервисную фирму. Она делает привлекательной для посетителей службу сервиса. В составе контактной зоны рассматривают пространство контакта, процесс и содержание контакта.

Работники сервисной организации используют коммуникативное взаимодействие с потребителями в контактной зоне. Контактная зона (зона видимости) – общая сфера, окружающая заказчиков (клиентов) в период нахождения их на предприятии сервиса.

Особенностью сервисной деятельности является коммуникативное взаимодействие, общение с потребителями. К числу основных составляющих феномена общения относят три взаимосвязанные стороны общения: коммуникативную, интерактивную и перцептивную.

1. Коммуникация заключается в обмене информацией между общающимися индивидами.
2. Интерактивная сторона общения проявляется в организации взаимодействия между участниками общения, т.е. в обмене не только знаниями, идеями, состояниями, но и действиями.
3. Перцептивность общения - это процесс восприятия партнеров по общению и установления на этой основе взаимопонимания.

Важнейшими видами общения, в том числе и в сервисной деятельности, является невербальное и вербальное.

Около 10% общения приходится на «вербальное» воздействие, определяемое значением произносимых слов, 30% - это воздействие, оказываемое тембром голоса, его мелодичностью и ритмикой, а остальные 60% - это воздействие, оказываемое визуально наблюдаемыми компонентами поведения: движениями, взглядами, стилем одежды, выражением лица, манерой поведения.

Структура общения включает шесть взаимосвязанных стадий: 1) ориентировка в окружающей действительности (важно оформление помещения для приема посетителей, время работы предприятия); 2) привлечение внимания с помощью различных приемов, например, бесплатный чай, кофе для клиента в начале беседы; 3) поиск «точек соприкосновения» в ходе общения, подготовка клиента для более свободного общения; 4) обмен информацией и оценка фактов; 5) столкновение мнений, решение проблемы на взаимовыгодных условиях; 6) принятие определенного решения на основе пятой стадии.

Сервисная деятельность : учебно-методическое пособие по выполнению самостоятельной работы / УГНТУ, ИЭС, каф. ТГ ; сост. И. А. Величко. - Уфа : УГНТУ, 2022. - 167 Кб. - http://bibl.rusoil.net/base_docs/UGNTU/IES/Velichko15500.pdf

Доклад, сообщение.

Перечень вопросов (задач, заданий, тем, комплекта тестовых заданий):

Практические занятия - это коллективная форма занятий, позволяющая организовать творческое и активное изучение актуальных вопросов курса. Работа на занятиях преследует следующие цели:

- 1) Способствуют углублению и расширению знаний, обогащая кругозор обучающихся.
- 2) На практике обучающиеся учатся умению рассуждать, дискутировать, отстаивать свои взгляды.
- 3) В задачи семинара входит обучение обучающихся навыкам самостоятельной работы, методам изучения первоисточников, а также учебной и научной литературы.
- 4) В ходе занятий обучающиеся приобретают опыт выступления перед аудиторией, овладевают основами ораторского мастерства.

Темы докладов распределяются между студентами заранее, чтобы они имели достаточно времени для их подготовки.

Рекомендуемый перечень тем для подготовки докладов:

1. Сущность услуг и их роль в современной жизни общества.
2. Определение сервиса и сервисной деятельности.
3. Сфера сервиса как способ ведения бизнеса, сфокусированный на клиенте.
4. Характеристика сферы услуг как быстро растущей и перспективной отрасли.
5. Противоречия сервисной деятельности
6. Сервис как деятельность
7. Сервис как потребность
8. Виды и формы сервисной деятельности.
9. Теоретический анализ сервисной деятельности.
10. Сервисная деятельность и сервисология.
11. Сервисная деятельность как составная часть экономики.
12. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.
13. Сервисная деятельность в структуре социальных отношений.
14. Сервисная деятельность как часть культуры.
15. Зависимость сервисной деятельности от географических факторов.
16. Зависимость сервисной деятельности от поселенческих факторов.
17. Зависимость сервисной деятельности от демографических факторов.
18. Сущность услуг и их особенности.
19. Анализ отличия товара от услуги.
20. Отличительные характеристики услуги и ее признаки: неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, несохраняемость.
21. Жизненный цикл услуги.
22. Типы услуг.
23. Производственные услуги.
24. Распределительные услуги.
25. Профессиональные услуги.
26. Потребительские (массовые) услуги.
27. Общественные услуги.
28. Методы классификации услуг.
29. Классификация услуг по характеру.
30. Классификация услуг по видам.
31. Классификация услуг по качеству.
32. Классификация услуг по целевому назначению.
33. Классификация услуг по ценам и способу оплаты
34. Определение "контактной зоны".
35. Деление "контактной зоны" на виды: пассивная и активная.
36. Функции пассивной "контактной зоны" и методы воздействия на клиента в ее пространстве.
37. "Точки соприкосновения".
38. Функции и уровни активности "контактной зоны".
39. Первый уровень - первый контакт с клиентом.
40. Второй уровень - вспомогательный сервис, обязательный сервис, представленный клиенту.
41. Третий уровень - дополнительный сервис.
42. Требования к обслуживающему персоналу.
43. Этикет работника "контактной зоны".
44. Самопрезентация в сервисной деятельности.
45. Ключевые факторы имиджа.
46. Психологическая культура сервиса: психология службы сервиса; трудовая деятельность ра-

ботников сферы обслуживания.

47. Производственно-технологическая культура сервиса
48. Этическая культура сервиса: профессиональная этика; культура общения работников с клиентами.
49. Эстетическая культура: техническая эстетика и дизайн; эстетика внешнего оформления интерьера предприятия сервиса и рабочих мест обслуживающего персонала; внешний облик работника.
50. Организационная культура сервиса
51. Этапы взаимодействия с потребителем в процессе обслуживания.
52. Основные подходы к типологии клиентов и их сервисному поведению.
53. Социально-культурные характеристики, их влияние на поведение потребителей (субкультура, образование, образ жизни).
54. Социально-демографические характеристики потребителей (социально-профессиональные группы, возраст и семейное положение, пол и сервисное поведение).
55. Социально-психологические характеристики и поведение потребителей (мотивация приобретения услуг, стереотипы поведения).
56. Основные причины жалоб клиентов.
57. Виды конфликтов в процессе обслуживания клиентов.
58. Способы разрешения конфликтов.
59. Поведение персонала в конфликтной ситуации.
60. Работа телефонного агента с клиентами.
61. Работа с претензиями на сервисном предприятии.

Сервисная деятельность : учебно-методическое пособие по проведению практических занятий / УГНТУ, ИЭС, каф. ТГ ; сост. И. А. Величко. - Уфа : УГНТУ, 2022. - 168 Кб. - http://bibl.rusoil.net/base_docs/UGNTU/IES/Velichko15499.pdf

Тест.

Перечень вопросов (задач, заданий, тем, комплекта тестовых заданий):

Примерные тестовые задания

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. Внутренние факторы, влияющие на покупательское поведение:
 - a) престиж;
 - b) культура;
 - c) социальный статус
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 неосвязаемость 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:

- 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. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- a) социальный статус;
- b) выгода;
- c) мотив.

Ключи к ответам:

1-с, 2-с, 3-а, 4-б, 5-с, 6-с, 7-с, 8-б, 9-а, 10-а, 11-б, 12-с, 13-а, 14-а, 15-а, 16-б, 17-а, 18-б, 19-а, 20-а.

Аннотация к рабочей программе дисциплины (30486)Сервисная деятельность

Направление подготовки (специальность): 41.03.01 Зарубежное регионоведение

Направленность: профиль«Международные отношения»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная;

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ);

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-5-22г. Способен формировать дайджесты и аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в научных журналах и средствах массовой информации:

-ОПК-5.1. Применяет навыки экономической и управленческой деятельности в области организации обслуживания населения

-ОПК-5.2. Использует технологии и инструментарию международных отношений в подготовке информационно-аналитических материалов

Результат обучения

Знать:

ОПК-5-22г.-1 теорию организации обслуживания

Уметь:

ОПК-5-22г.-1 выявлять основные и специфические потребности потребителя

Владеть:

ОПК-5-22г.-1 навыками организации эффективного взаимодействия с потребителем в контактной зоне

Краткая характеристика дисциплины

Предпосылки становления сервисной деятельности; Сервисная деятельность: особенности организации обслуживания потребителя;

Трудоёмкость (з.е. / часы)

3 з.е. (108час)

Вид промежуточной аттестации

экзамен;

Разработчик(и):

_____ Величко И.А., доцент ТГРС, к.с.н.

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой МОИВ _____ С.Д. Галиуллина