

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

Кафедра «Экономика труда и производственных комплексов»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б.1.1.9 «Сервисная деятельность»

43.03.01 «Сервис»

Квалификация – бакалавр

Профиль «Социально-культурный сервис»

форма обучения – заочная
курс – 2
семестр – 4
зачетных единиц – 5
часов в неделю – 2
всего часов – 180
в том числе:
лекции – 8
коллоквиум - нет
практические занятия – 16
лабораторные занятия - нет
интерактивные занятия – нет
самостоятельная работа – 156
зачет – нет
экзамен – 4 семестр
РГР – нет
курсовая работа – нет
курсовой проект - нет

1. Цели и задачи дисциплины

Цель преподавания дисциплины: формирование у студентов целостного представления об основах организации сервисной деятельности, социальных предпосылках и исторических особенностях ее развития в России; теоретическая и практическая подготовка студентов к организации процесса сервиса, обеспечивающего предоставление услуг потребителю в системе согласованных условий и клиентурных отношений, а так же с учетом социальной политики государства.

Задачи изучения дисциплины:

- развитие навыков организации технологических процессов сервиса;
- освоение методологических подходов в исследовании основ организации процесса сервиса;
- приобретение и усвоение знаний и характеристик, связанных с организацией процесса сервиса ;
- приобретение навыков практического применения полученных и теоретических знаний и навыков.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Сервисная деятельность» входит в состав базовой части.

Курс «Сервисная деятельность» является необходимой составной частью подготовки специалиста в сфере сервиса и продолжает профессиональное образование студентов, опираясь на знания, полученные в ходе изучения таких дисциплин, как «Основы социального государства», «Сервисология», «География сервиса в мировом хозяйстве».

Для освоения данной дисциплины студенту необходимо обладать следующими умениями и компетенциями, приобретенными в результате освоения предшествующих дисциплин:

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины «Сервисная деятельность» направлено на формирование следующих компетенций:

Общепрофессиональных компетенций (ОПК):

ОПК-2 – готовностью разрабатывать технологии процессы сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя;

Профессиональных компетенций (ПК):

ПК-8 – способность к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями

Студент должен знать: основные понятия и определения, используемые в дисциплине «Сервисная деятельность», организацию сервисной деятельности, общие черты и различия материальных и нематериальных услуг, сервисные технологии, правила обслуживания потребителей сервисных услуг, нормативно-законодательную базу, регламентирующую сервисную деятельность.

Студент должен уметь: планировать деятельность предприятия сервиса; организовать контактную зону для обслуживания потребителей; выбирать оптимальные процессы сервиса, соответствующие запросам потребителя, организовать процесс предоставления услуг потребителю, в том числе с учетом социальной политики государства, развивать клиентурные отношения; оценивать производственные и непроизводственные затраты на обеспечение деятельности предприятия сервиса; исследовать потребительский спрос

Студент должен владеть: научно-техническими навыками и методами самостоятельной работы; научными, культурно-историческими приемами профессионального общения, способностью к деловым коммуникациям; навыками проектной деятельности.

В процессе освоения дисциплины используются следующие научно-образовательные технологии, способы и методы формирования компетенций:

- информационные и проблемные лекции;
- лекции-диалоги;
- практические занятия.

4. Распределение трудоемкости (час.) дисциплины по темам и видам занятий

№ Мо-ду-ля	№ Не-де-ли	№ Те-мы	Наименование темы	Часы/ Из них в интерактивной форме					
				Всего	Лек-ции	Коллок-виумы	Лабора-торные	Прак-тичес-кие	СРС
1	2	3	4	5	6	7		8	9
2 семестр									
		1	Сервисная деятельность в системе современных экономических отношений. Социальные		2	-	-	-	6

			предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности						
		2	Вопросы истории развития сервиса в России		-	-	-	-	10
		3	Государственно-правовое регулирование сервисной деятельности и выполнение государством сервисных функций:		2	-	-	-	8
		4	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Особенности процесса внедрения инноваций в сферу услуг.		2	-	-	-	6
		5	Организация обслуживания потребителей услуг. Основные варианты организации системы. Культура сервиса		2	-	-	-	6
		6	Гостиничный сервис					2	15
		7	Основные сервисные службы гостиницы					2	15
		8	Информационный сервис					2	15
		9	Анимационный сервис					2	15
		10	Понятие туристского рынка					2	15
		11	Сервисные услуги в туризме					2	15
		12	Транспортные услуги					2	15
		13	Игорный бизнес					2	15
Всего				180	8	-	-	16	156

5. Содержание лекционного курса

№ темы	Всего часов	№ лекции	Тема лекции. Вопросы, отрабатываемые на лекции	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	5
1	2	1	Сервисная деятельность в системе современных экономических отношений. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности: Понятие «сервисная деятельность». Этимология термина. Циклы индустриального развития и усиление роли сферы услуг в современном обществе. Эволюция понятия	1-14

			«товар». Определение «сервиса». Сервис в современной экономической системе. Возрастание роли непродуцированной сферы. Государственное регулирование в сфере услуг. Сфера услуг и факторы, влияющие на развитие системы услуг на местности. Природно-климатический фактор. Национально-демографические факторы. Политические и культурные факторы. Основные тенденции роста сферы услуг. Экономические тенденции. Социально-демографические тенденции. Политико-правовые тенденции. Культурные и ценностные тенденции. «Ускорители» развития современного рынка. Научно-техническая революция и ее последствия	
3	2	2	Государственно-правовое регулирование сервисной деятельности и выполнение государством сервисных функций: История становления механизма государственно-правового регулирования в сфере услуг. Нормативные документы по обслуживанию населения. Закон РФ «О защите прав потребителей». Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации. Правила оформления, приема и выдачи заказа. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности. Права и обязанности участников сервисной деятельности. Конфликтные ситуации между исполнителями и потребителями услуг и их урегулирование.	1-14
4	2	3	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Особенности процесса внедрения инноваций в сферу услуг: Определение потребности. Нужды, желания, спрос. Классификация потребностей. Понятие «разумной потребности». Ценность, стоимость и потребительское удовлетворение. Виды потребителей по фактическому потреблению данной услуги и по наличию услуги на местности. Теория и практика сервиса с учетом национальных, региональных, этнических, демографических и природно-климатических особенностей обслуживания. Рассмотрим проблему связи, которая существует между адаптационно-динамическими возможностями сервиса и внедрением в сферу услуг инноваций. Остановимся на общих закономерностях процесса внедрения инноваций в рамках отдельного предприятия или фирмы. В качестве инновации (новшества, нововведения) в сфере услуг выступает результат инновационной деятельности (сервисный продукт, технология или ее отдельные элементы, новая организация сервисной деятельности и др.),	1-14

			который способен более эффективно удовлетворять общественные потребности.	
5	2	4	Организация обслуживания потребителей услуг. Основные варианты организации системы. Культура сервиса: Основные варианты организации системы сервиса. Прямые и косвенные формы организации системы сервиса. Внутренняя организация сервис-центра. Этапы развития службы сервиса. Каналы распределения товаров и услуг. Горизонтальная и вертикальная системы маркетинга. Функции каналов распределения. Уровни каналов распределения. Организационные тенденции в сфере сервиса. Культура сервиса и ее составляющие. Психологическая культура сервиса: психология службы сервиса, психология процесса обслуживания при оформлении и выдаче заказа. Понятие об этической культуре сервиса: профессиональная этика, профессиональное поведение, культура общения работника предприятия сервиса с потребителями услуг, этика взаимоотношений в трудовом коллективе. Эстетическая культура сервиса: техническая эстетика и дизайн, роль дизайна зданий и помещений (экстерьер и интерьер), оформления услуги (упаковки).	1-14

6. Содержание коллоквиумов

№ темы	Всего часов	№ коллоквиума	Тема коллоквиума. Вопросы, отрабатываемые на коллоквиуме	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	5
			Не предусмотрены учебным планом	

7. Перечень практических занятий

№ темы	Всего часов	№ занятия	Тема практического занятия. Задания, вопросы, отрабатываемые на практическом занятии	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	5
6	2	1	Гостиничный сервис. План семинарского занятия: 1. Российское законодательство о гостиничном сервисе 2. Основные принципы функционирования гостиничного предприятия 3. Организация предоставления дополнительных сервисных услуг 4. Технология предоставления дополнительных	1-14

			сервисных услуг	
7	2	2	Основные сервисные службы гостиницы. План семинарского занятия: 1. Основные сервисные службы гостиничного предприятия: 2. Производство гостиничных услуг 3. Реализация гостиничных услуг 4. Организация и технология приема и обслуживания в гостинице	1-14
8	2	3	Информационный сервис План семинарского занятия: 1. Основные виды информационного сервиса 2. Сущностные характеристики информационных услуг 3. Технология разработки информационных услуг 4. Жизненный цикл информационных услуг	1-14
9	2	4	Анимационный сервис План семинарского занятия: 1. Организация развлечений как сервисная услуга 2. Основные виды анимационных услуг 3. Технология разработки анимационных услуг 4. Особенности реализации анимационных услуг	11-14
10	2	5	Понятие туристского рынка План семинарского занятия: 1. Туристский рынок – основные понятия 2. Турпакет: что входит в данное понятие, как формируется 3. Турагент: основные функции 4. Туроператор: основные функции 5. Мировой рынок туристских услуг.	1-14
11	2	6	Сервисные услуги в туризме План семинарского занятия: 1. Специфика предоставления сервисных услуг в туризме. 2. Турист как потребитель услуг. 3. Сущность туристской услуги. 4. Турлидер и его роль. 5. Значение комплексной туристской услуги.	1-14
12	2	8	Транспортные услуги План семинарского занятия: 1. Классификация транспортных услуг 2. Водный транспорт: специфика предоставления сервисных услуг 3. Наземный транспорт: специфика предоставления сервисных услуг 4. Воздушный транспорт: специфика предоставления сервисных услуг	1-14
13	2	8	Игорный бизнес	1-14

			План семинарского занятия: 1. История становления. 2. Игровые зоны в РФ. 3. Законодательная база РФ в сфере игорного бизнеса	
--	--	--	--	--

8. Перечень лабораторных работ

№ темы	Всего часов	Наименование лабораторной работы. Задания, вопросы, обрабатываемые на лабораторном занятии	Учебно-методическое обеспечение
1	2	4	3
		Не предусмотрено учебным планом.	

9. Задания для самостоятельной работы студентов

№ темы	Всего Часов	Задания, вопросы, для самостоятельного изучения (задания)	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4
1	6	Сервисная деятельность в системе современных экономических отношений. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности: Студент должен знать ответы на следующие вопросы: 1. Концепция «постиндустриального общества» и место в нем сферы услуг. 2. Основные тенденции роста сферы услуг. 3. Особенности развития сервисной деятельности в современной России. 4. Понятие и сущность сервисной деятельности 5. Роль сервисной деятельности в социально-экономической жизни страны 6. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.	1-14
2.	10	Вопросы истории развития сервиса в России: Понятия «непроизводственная сфера», «нематериальная сфера экономики», «духовное производство». Развитие сферы услуг в советском обществе. Особенности организации услуг в СССР. Понятие «сервис» в СССР. «Производительный» и «непроизводительный» труд в сервисной деятельности. Развитие «сферы услуг» в советской экономике. Основные этапы развития и их особенности. Студент должен знать ответы на следующие вопросы: 1. Понятие «сфера услуг». 2. Развитие сферы услуг в дореволюционной России а) история гостеприимства в древней Руси б) развитие сферу услуг в «Московском государстве» в) история гостеприимства в XVIII-XIX вв.	1-14

		3. Сфера услуг в советской России.	
3.	8	<p>Государственно-правовое регулирование сервисной деятельности и выполнение государством сервисных функций: История становления механизма государственно-правового регулирования в сфере услуг. Нормативные документы по обслуживанию населения. Закон РФ «О защите прав потребителей». Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации. Правила оформления, приема и выдачи заказа. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности. Права и обязанности участников сервисной деятельности. Конфликтные ситуации между исполнителями и потребителями услуг и их урегулирование. Студент должен знать ответы на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Закон о защите прав потребителя 2. Государственные стандарты и их применение в организации сервисных услуг 3. Ценовая политика предприятия сервисной деятельности. Виды ценовых систем. Способы установления цен. 4. Ценообразование в советской России. 5. Проблемы ценообразования на современном российском рынке. 	1-14
4	6	<p>Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Особенности процесса внедрения инноваций в сферу услуг. Студент должен знать ответы на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Виды услуг и их основные группы. 2. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека: <ol style="list-style-type: none"> а) дать определение сервисной деятельности б) основные этапы развития потребностей человека в) роль и значение потребностей человека в развитии сервисной деятельности. 3. Потребности и потребитель в современном обществе. <ol style="list-style-type: none"> а) классификация потребностей б) клиент(потребитель)- как центральная фигура современной сервисной деятельности. 4. Понятие «инновация» 5. Сущность и виды инноваций 6. Основные этапы разработки услуги-новинки. 7. Внедрение инноваций на рынке сервисных услуг. 	1-14
5	6	<p>Организация обслуживания потребителей услуг. Основные варианты организации системы. Культура сервиса. Культура сервиса и ее составляющие. Психологическая культура сервиса: психология службы сервиса, психология процесса обслуживания при оформлении и выдаче заказа. Понятие об этической культуре сервиса:</p>	1-14

		<p>профессиональная этика, профессиональное поведение, культура общения работника предприятия сервиса с потребителями услуг, этика взаимоотношений в трудовом коллективе. Эстетическая культура сервиса: техническая эстетика и дизайн, роль дизайна зданий и помещений (экстерьер и интерьер), оформления услуги (упаковки). Студент должен знать ответы на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Формы обслуживания потребителей 2. Методы обслуживания потребителей 3. Особенности обслуживания потребителей в контактной зоне 4. Основные правила обслуживания потребителей <p>Понятие об этической культуре сервиса.</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Профессиональная этика, профессиональное поведение 6. Культура общения работника предприятия сервиса с потребителями услуг, этика взаимоотношений в трудовом коллективе. 7. Эстетическая культура сервиса: техническая эстетика и дизайн, роль дизайна зданий и помещений (экстерьер и интерьер), оформления услуги (упаковки). 	
6	15	<p>Гостиничный сервис: Принципы функционирование гостиничного предприятия: Классификация гостиниц: по форме собственности; классификация, основанная на признаке качества сервиса в гостиницах; «бальная» и «европейская» системы классификации, классификация по месторасположению (центральные, курортные, привокзальные, автострадные); по ценам (бюджетные, экономичные, средние, первоклассные, апартаментные, фешенебельные). виды гостиничного сервиса (технический, технологический, информационный, транспортно-коммуникативный, социально-культурный, аутсорсинг- привлечение внешних ресурсов). Производство и реализация продукта в индустрии гостеприимства: базовый комплекс услуг, дополнительные услуги. Студент должен знать ответы на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Российское законодательство о гостиничном сервисе 2. Основные принципы функционирование гостиничного предприятия 3. Организация предоставления дополнительных сервисных услуг 4. Технология предоставления дополнительных сервисных услуг 	1-14
7	15	<p>Основные сервисные службы гостиницы. Основные сервисные службы гостиницы: основные сервисные службы гостиницы: фронт-офис и его службы(служба швейцаров и гардеробщиков, отдел регистрации, службы дежурных и консьержей, служба анимации, персонал предприятия общественного питания, относящихся к гостинице, медицинский кабинет,</p>	1-14

		<p>бизнес-центр); бэк-офис (технические службы, горничные, уборщицы. Прачки, снабженцы, склад, бухгалтерия); отельер (администратор гостиничного предприятия). Служба безопасности.</p> <p>Студент должен знать ответы на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные сервисные службы гостиничного предприятия. 2. Производство гостиничных услуг 3. Реализация гостиничных услуг 4. Организация и технология приема и обслуживания в гостинице 	
8	15	<p>Информационный сервис: Понятия «информационная услуга», «информационный сервис». Сущностные характеристики информационных услуг. Разработка и внедрение качественного и эффективного информационного продукта и услуги. Рынок информационных услуг. Жизненный цикл информационных услуг; фаза разработки; фаза использования; фаза сопровождения. Функциональные параметры информационных услуг. Сегментация рынка информационных услуг. Студент должен знать ответы на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные виды информационного сервиса 2. Сущностные характеристики информационных услуг 3. Технология разработки информационных услуг 4. Жизненный цикл информационных услуг 	1-14
9	15	<p>Анимационный сервис: Организация отдыха рекреантов на курортах является одной из важнейших задач специалистов курортного дела. Роль досуга в формировании современного образа жизни огромна. Досуг определяют как средство восстановления сил в процессе какой-либо деятельности, любительских занятий и пр. Многочисленные опросы показывают, что основной целью приезда на курорт 50 - 70% отдыхающих является отдых. Этот процент несколько выше для морских курортов и ниже для узкоспециализированных (например, Кавказских Минеральных Вод). В любом случае, организация досуга отдыхающих - трудная задача, связанная прежде всего с большим количеством свободного времени у курортника в период пребывания в здравнице. Основными проблемами в этой сфере являются.</p> <p>Студент должен знать ответы на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Организация развлечений как сервисная услуга 2. Основные виды анимационных услуг 3. Технология разработки анимационных услуг 4. Особенности реализации анимационных услуг 	1-14
10	15	<p>Понятие туристского рынка: Туристский рынок – место, где туристический спрос встречается с туристическим предложением. Толковым словарем туристических терминов 1994 г. (И. В. Зорин, В. А. Квартальнов) даются три варианта определения</p>	1-14

		<p>понятия «туристский рынок»:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. совокупность потребителей туристического продукта, которые имеют средства его купить сегодня или завтра (потенциальная покупательная способность); 2. система мирохозяйственных связей, в которой совершается процесс превращения туристско-экскурсионных услуг в деньги и обратного превращения денег в туристско-экскурсионные услуги. Можно сказать, что туристический рынок образуют страны – экспортеры и импортеры туризма; 3. экономическая система взаимодействия четырех основных элементов: туристского спроса, предложения туристического продукта, цены и конкуренции. <p>Организация туристического бизнеса. Студент должен знать ответы на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Туристский рынок – основные понятия 2. Турпакет: что входит в данное понятие, как формируется 3. Турагент: основные функции 4. Туроператор: основные функции 5. Мировой рынок туристских услуг. 	
11	15	<p>Сервисные услуги в туризме: Туризм - временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время с целью отдыха, оздоровления, а также в гостевых, познавательных или профессионально-деловых целях. При этом человек не может заниматься оплачиваемой работой в посещаемом месте. Только тогда он считается туристом.</p> <p>Базовыми элементами понятия «туризм» являются (по В.А.Квартальнову):</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>турист</u> – субъект туризма, человек, стремящийся удовлетворить свои рекреационные потребности; - <u>туристский бизнес</u> - вид предпринимательской деятельности по производству продуктов и услуг на туристском рынке в целях извлечения прибыли; - <u>сфера гостеприимства</u>, в рамках которой туризм рассматривается как социокультурный и ментальный фактор, способствующий развитию региона. Студент должен знать ответы на следующие вопросы: <ol style="list-style-type: none"> 1. Специфика предоставления сервисных услуг в туризме. 2. Турист как потребитель услуг. 3. Сущность туристской услуги. 4. Турлидер и его роль. 5. Значение комплексной туристской услуги. 	1-14
12	15	<p>Транспортные услуги: Транспортные услуги являются неотъемлемой составляющей сервисной деятельности, связанной с перемещением людей из одного места пребывания в другое. Многие сервисные услуги определяются характером и стоимостью</p>	1-14

		<p>предоставляемых транспортных услуг. Не случайно туризм как самостоятельный вид деятельности появился тогда, когда поездки железнодорожным транспортом стали доступны большинству путешественников. Революционным событием в развитии туризма явилось появление и использование авиатранспорта. С этого момента туризм стал массовым явлением.</p> <p>Транспортные путешествия как самостоятельный вид туризма. Студент должен знать ответы на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Классификация транспортных услуг 2. Водный транспорт: специфика предоставления сервисных услуг 3. Наземный транспорт: специфика предоставления сервисных услуг 4. Воздушный транспорт: специфика предоставления сервисных услуг 	
13	15	<p>Игорный бизнес. История развития игорного бизнеса в мире. История развития игорного бизнеса в России. Студент должен знать ответы на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. История становления. 2. Игорные зоны в РФ. 3. Законодательная база РФ в сфере игорного бизнеса 	1-14

Текущая СРС:

- работа с лекционным материалом, поиск и обзор источников информации;
- подготовка к практическим занятиям;
- изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку, подготовка докладов с презентацией;
- подготовка к контрольным работам;
- подготовка к зачету.

Контроль и оценка результатов самостоятельной работы

- самоконтроль – регулярная подготовка к занятиям;
- контроль со стороны преподавателя – текущий (еженедельно в течение семестра – посещения лекций и практических занятий, устный опрос, выполнения заданий на практических занятиях, тестирование),
- итоговый контроль (зачет)

10. Расчетно-графическая работа

Не предусмотрено учебным планом.

11. Курсовая работа

Не предусмотрено учебным планом.

12. Курсовой проект

Не предусмотрено учебным планом.

13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям освоения дисциплины (текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация) применяются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, реферативные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций:

- написание письменных работ по выбранной теме;
- подготовка презентаций;
- анализ студенческих работ и презентаций;
- устный опрос по знанию и пониманию теоретического материала дисциплины;
- тестирование;
- модуль (контрольная работа);
- оценка посещаемости.

Вопросы для зачета

Не предусмотрено учебным планом.

Вопросы для экзамена

1. Понятие «сервисная деятельность». Сервисная деятельность в системе современных экономических отношений.
2. Основные тенденции роста сферы услуг. Факторы, влияющие на развитие системы услуг.
3. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Потребности и их классификация.
4. Ориентация на потребителя в сервисной деятельности.
5. Классификация потребителей. Права потребителей.
6. Услуга, как результат сервисной деятельности. Понятие «услуга».
7. Виды услуг.
8. Классификация сферы услуг. Рынок услуг.
9. Принципы современного сервиса.
10. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности.
11. Отечественные услуги в советский и постсоветский период.
12. Затратно-ценовая политика в сфере сервисной деятельности: ценовая политика предприятия сервисной деятельности. Виды ценовых систем. Способы установления цен.
13. Проблемы ценообразования на современном российском рынке.
14. Основные задачи системы сервиса.
15. Место сервиса в современной маркетинговой деятельности предприятия.
16. Культура сервиса.

17. Гостиничный сервис.
18. Информационный сервис.
19. Анимационный сервис.
20. Развитие анимационного сервиса на постсоветском пространстве.
21. Туристский сервис: понятие «туристский рынок», «туристская услуга».
22. Туристский сервис: понятие «туристские ресурсы».
23. Транспортный сервис.
24. Инновации в сфере сервисной деятельности: сущность и виды.
25. Внедрение инноваций на рынке услуг: объективные и субъективные причины, этапы.

Тестовые задания по дисциплине

1. Современный мир создает в первую очередь:

- 1.1) необходимые потребительские товары;
- 1.2) калорийные продукты питания;
- 1.3) дорогостоящие виды развлечений;
- 1.4) сервисные услуги.

2. Для успешной деятельности фирме, реализующей сервисные услуги, необходимо:

- 2.1) создать устойчивое финансовое положение;
- 2.2) разработать продуктивную концепцию имиджа фирмы;
- 2.3) сформировать основы корпоративной идеологии.

3. Толерантное поведение поставщиков сервисных услуг способствует созданию:

- 3.1) дополнительной финансовой прибыли фирмы;
- 3.2) появлению большего числа постоянных клиентов;
- 3.3) расширению сферы предоставления сервисных услуг.

4. Потребности человека в приобретении новых сервисных услуг носят:

- 4.1) гомеостатический характер;
- 4.2) социально-культурное содержание;
- 4.3) национальные особенности.

5. Человек как общественное существо способен сублимировать свои:

- 5.1) биологические потребности;
- 5.2) социальные потребности;
- 5.3) потребности в защите своей жизни.

6. Сервисные услуги отличаются от товаров:

- 6.1) неосязаемостью;
- 6.2) определенной стоимостью;
- 6.3) способом доставки покупателю;

6.4) гетерогенностью.

7. Туризм превратился в массовую услугу с возникновением следующего вида транспорта:

- 7.1) круизные суда;
- 7.2) регулярные железнодорожные рейсы;
- 7.3) пассажирские авиаперевозки;
- 7.4) чартерные рейсы.

8. Туристический лидер в процессе реализации туристской услуги обязан:

- 8.1) контролировать поведение членов туристской группы;
- 8.2) представлять интересы направляющей турфирмы в период поездки;
- 8.3) развлекать туристов.

9. Качество рум-сервиса определяется:

- 13.1) предоставлением пищи в номер в то время, которое указал гость;
- 13.2) наличием обязательного стола для сервировки;
- 13.3) предложением дополнительных блюд гостю.

10. На официальном банкете в процессе обслуживания VIP-персон используется технология:

- 14.1) синхронного обслуживания;
- 14.2) европейской подачи блюд;
- 14.3) индивидуального обслуживания официантами каждого гостя.

11. Рациональные технологии в предоставлении услуг питания включают в себя:

- 15.1) безопасность потребления продуктов, безотходность в использовании продуктов, экономичность;
- 15.2) эстетически выдержанное украшение подаваемых блюд;
- 15.3) качественную подготовку официантов.

12. Какая из приведенных здесь фраз наиболее точно отражает сущность современного гостеприимства:

- 17.1) клиент всегда прав;
- 17.2) гость должен быть доволен обслуживанием;
- 17.3) клиент должен соблюдать правила, установленные в данной гостинице.

13. Для защиты профессиональных интересов работников гостиничного сервиса в России образованы:

- 18.1) профсоюз работников гостиничных служб;
- 18.2) гостиничный комитет;
- 18.3) российская гостиничная ассоциация.

14. Категорийность гостиницы, в которой планирует разместиться турист, указывается:

- 19.1) на бланке туристской путевки (туристский ваучер);
- 19.2) в памятке туриста;
- 19.3) в особом документе.

15. Какое из этих понятий соответствует стандартному определению средств размещения:

- 20.1) студия - средство размещения, в котором может работать художник (скульптор);
- 20.2) полулюкс - это номер люкс, состоящий из одной комнаты;
- 20.3) люкс - номер в средстве размещения площадью не менее 35 кв.м., состоящий из двух жилых помещений.

16. Обозначение категорийности гостиницы знаком «*» ввел:

- 21.1) В.Марриот;
- 21.2) К.Хилтон;
- 21.3) Т.Кемпинский.

17. Ноу-хау гостиничной цепи отелей сети «Хилтон» составляют:

- 22.1) типовой архитектурный проект;
- 22.2) стандартное предложение услуг, единое во всех гостиницах отелей сети «Хилтон»;
- 22.3) единая цветовая гамма, используемая для оформления интерьера отеля.

18. В случае «двойного» бронирования руководство отеля:

- 23.1) обязано предоставить место для размещения в данном отеле;
- 23.2) обязано предоставить услугу размещения в аналогичном отеле;
- 23.3) может отказать гостю в услуге размещения.

19. Преимущество компьютерного бронирования:

- 24.1) экономит время клиента;
- 24.2) позволяет забронировать гостиничный номер в любой стране мира;
- 24.3) позволяет заранее узнать о дополнительных услугах, которые предоставляются гостю бесплатно.

20. Услуга по предварительному заказу номера (места) в отеле аннулируется в следующих случаях:

- 25.1) гость опоздал более чем на сутки;
- 25.2) гость изменил дату заселения в отель и предупредил об этом администрацию;
- 25.3) номер, забронированный гостем, не был подготовлен к заселению.

21. В качестве инновационных услуг, способных повысить заполняемость современного отеля, могут выступать:

- 26.1) обучение всего персонала свободному владению тремя иностранными языками;
- 26.2) создание Wellness-центров;
- 26.3) предложение дополнительных услуг.

22. Владельцы таймшера имеют возможность:

- 27.1) использовать приобретенные недели для отдыха в любое удобное для них время;
- 27.2) бесплатно пользоваться экскурсионными услугами;
- 27.3) передать приобретенное время клубного отдыха по наследству.

23. Стоимость сервисного обслуживания на выставках зависит:

- 29.1) от времени, места и тематики;
- 29.2) от времени года;
- 29.3) от финансовых возможностей экспонентов.

24. Если персонал, обслуживающий выставочный стенд, предоставляется выставочным центром, необходимо:

- 30.1) предоставить каждому работнику подробный перечень его, обязанностей;
- 30.2) предварительно провести инструктаж и обучение;
- 30.3) провести тренинги со всеми работниками стенда.

25. Хостель как особый вид услуг размещения возник:

- 31.1) в России;
- 31.2) в Германии;
- 31.3) в Париже.

26. Хостель как сервисная услуга для молодежи обычно предоставляет путешественникам:

- 32.1) завтрак и ночевку;
- 32.2) ночевку и транспорт для экскурсий;
- 32.3) ночевку и полный пансион.

27. Мерчандайзинг означает:

- 33.1) инновационный способ обслуживания гостей кафе;
- 33.2) искусство сбыта товаров и услуг;
- 33.3) новую форму предоставления дополнительных сервисных услуг.

28. Для более успешного продвижения ресторанных услуг опытные рестораторы используют:

- 34.1) show-kitchen;
- 34.2) шведский стол;
- 34.3) услуги сомелье.

29. Первый хостель в России, награжденный сертификатом качества по обслуживанию гостей, расположен:

- 37.1) в Москве;
- 37.2) в Калининграде;
- 37.3) в Санкт-Петербурге.

30. По соотношению цены и качества предоставляемых сервисных услуг среди зарубежных хостелей лидируют хостели:

- 38.1) Германии;
- 38.2) Индии;
- 38.3) Англии.

31. Наибольший интерес у человека вызывают анимационные услуги:

- 39.1) в подготовке которых он принимает личное участие;
- 39.2) за которые он заплатил значительную сумму;
- 39.3) в которых присутствует элемент риска.

32. Анимационные услуги входят:

- 40.1) в систему организации бытового обслуживания;
- 40.2) в индустрию развлечений;
- 40.3) в состав туристско-экскурсионного обслуживания.

33. Транспортные услуги классифицируются:

- 41.1) по виду используемого транспортного средства;
- 41.2) по стоимости;
- 41.3) по количеству и качеству предоставляемых услуг.

34. Привлекательность автобусных туров определяется:

- 42.1) скоростью передвижения;
- 42.2) возможностью производить остановки по желанию пассажиров;
- 42.3) наличием дополнительных сервисных услуг.

35. Дополнительные экскурсионные услуги на водном транспорте предоставляются:

- 43.1) бесплатно;
- 43.2) согласно установленному прейскуранту;
- 43.3) на основе свободного ценообразования.

36. Тахокарта - это документ, который гарантирует безопасность туристов:

- 44.1) на автотранспорте;
- 44.2) на водном транспорте;
- 44.3) на самолетах.

37. Услуги горячего питания на трансконтинентальных рейсах подают пассажирам:

- 45.1) каждые 4 ч;
- 45.2) по требованию пассажиров;
- 45.3) согласно меню.

38. Для пассажиров бизнес-класса в период авиаперелетов предоставляются дополнительные сервисные услуги:

- 46.1) бесплатный провоз ручной клади, без ограничений по массе;
- 46.2) комфортное ожидание в предполетном салоне;
- 46.3) особые анимационные услуги.

39. Эфинити-чартер означает:

- 47.1) услугу по целевой перевозке авиапассажиров, объединенных по определенным признакам (профессиональным, любительским и др.);
- 47.2) чартер для любителей острых ощущений;
- 47.3) рейс вне расписания.

40. Регулярные воздушные перевозки впервые появились:

- 48.1) в России;
- 48.2) в Германии;
- 48.3) во Франции.

41. Первая компьютерная система бронирования билетов была разработана:

- 49.1) в 1960 г.;
- 49.2) в 1940 г.;
- 49.3) в 1962 г.

42. Система компьютерного бронирования билетов «Амадеус» начала функционировать:

- 50.1) в 2001 г.;
- 50.2) в 1992 г.;
- 50.3) в 1990 г.

43. Информационная услуга:

- 51.1) удовлетворяет потребность клиента в получении достоверной информации;
- 51.2) быстро предоставляет клиенту необходимую информацию;
- 51.3) помогает клиенту заполнить свое свободное время.

44. Традиционная информационная услуга, осуществляемая по предварительному заказу, включает в себя:

- 52.1) реферирование значительного массива научной литературы;
- 52.2) составление аннотаций;

52.3) подготовку квалифицированных переводов.

45. Возрастающая популярность информационных услуг дистанционного доступа:

53.1) опережает все виды информационных услуг;

53.2) становится все более дорогостоящей;

53.3) повышает требования к уровню подготовки пользователей.

46. Жизненный цикл информационной услуги заканчивается в результате:

54.1) не востребоваемости;

54.2) дороговизны;

54.3) морального износа.

Ответы на задания и вопросы теста

1.4;

2.3;

3.2;

4.1;

5.1;

6.1;

7.3;

8.2;

9.1;

10.1;

11.1;

12.2;

13.3;

14.1;

15.3;

16.2;

17.2;

18.2;

19.2;

20.1;

21.2;

22.3;

23.1;

24.2;

25.2;

26.1;

27.2;

28.1;

29.3;

30.2;

31.1;
32.2;
33.1;
34.3;
35.2;
36.1;
37.1;
38.2;
39.1;
40.2;
41.1;
42.2;
43.1;
44.3;
45.1;
46.3.

14. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС 3+ по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» (уровень бакалавриата), реализация компетентного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги и др.)

В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

15. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

(позиции раздела нумеруются сквозной нумерацией и на них осуществляются ссылки из 5-13 разделов)

Список основной литературы:

1. Велединский, В. Г. Сервисная деятельность: учебник /В.Г. Велединский. - М.: Кнорус, 2017. - 176 с. ; 22 см. - Библиогр.: с. 158-161. - Гриф: рек. ФГОУ ВПО «Российского гос. ун-та туризма и сервиса» в качестве учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению 230000 «Специальности сервиса» и для студентов образовательных учреждений сред. проф. образования, обучающихся по направлениям 100100 «Сервис», 071400 «Соц.-культ. Деятельность». - ISBN 978-5-406-00222-3. - 176 с.

Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=53291

2. Лойко, О. Т. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: учеб. пособие / О. Т. Лойко. - 2-е изд., стер. - Электрон. текстовые дан. - М.: ИЦ «Академия», 2016. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Высшее профессиональное образование). - Систем. требования: Pentium II ; память ОЗУ 256 Mb ; DVD-ROM ; Windows 95/98/2000/XP/Win7. - Загл. с контейнера. - Гриф: рек. Умо по образованию в области сервиса и туризма в качестве учеб. пособия для студ. вузов, обуч. по спец. и напр. укрупненной группы напр. «Сфера обслуживания». - Электронный аналог печатного издания. - Диск помещен в контейнер 14X19 см.

Режим доступа: http://lib.sstu.ru/books/Ld_245.pdf.

3. Манюхин И.С. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: конспект лекций/ Манюхин И.С.— Электрон. текстовые данные.— Самара: Самарский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2014.— 64 с.

Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29794>.

4. Неретина Т.Г. Основы сервисной деятельности. Издательство: «ФЛИНТА». ISBN 978-5-9765-1415-7. 2014 г. Учебное пособие. - 168 с.

Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=44300

5. Романович Ж.А. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: учебник/ Романович Ж.А., Калачев С.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 284 с.

Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24851>.

Список дополнительной литературы:

6. Варина О.В. Профессиональное самоопределение личности в системе современной сервисной деятельности / «Учебный эксперимент в образовании», 2017 год, № 4. С. 10-15

Режим доступа: (<http://e.lanbook.com/view/journal/128359/>)

7. Иванова Н.С. Сервисная деятельность: Электронное учебное пособие ИЭО СПбУУиЭ (Институт электронного обучения Санкт-Петербургского университета управления и экономики). ISBN: 978-5-94047-548-. 2017 г. 167 с.

Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=63846

8. Свириденко Ю.П. Сервисная деятельность в обслуживании населения [Электронный ресурс]: учебное пособие/Свириденко Ю.П., Хмелев В.В.- Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 220 с.

Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14621>.

9. Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. пособие / под ред. Л.П.Шматько. - 4-е изд., испр. и доп. - Ростов н/Д: Феникс; М.; Ростов н/Д : ИЦ «МарТ», 2017. - 352 с. : ил. ; 22 см. - (Туризм и сервис). - Библиогр.: с. 341-343. - Гриф: рек. М-вом образования Рос. Федерации в качестве учеб. пособия для студентов вузов. - ISBN 978-5-222-15999-6. - ISBN 978-5-241-00535-9.

Экземпляры всего: 10

10. Руденко Л.Л. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Руденко Л.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2015.— 208 с.—

Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4968>.

Периодические издания

11. Журнал «Сервис PLUS»

Режим доступа: <http://elibrary.ru/issues.asp?id=26228>

12. Журнал «Менеджмент сегодня»:

Режим доступа: <http://elibrary.ru/issues.asp?id=8843>

13. Журнал Географический вестник. ПГНИУ (Пермский государственный национальный исследовательский университет)

Режим доступа: (http://e.lanbook.com/journal/element.php?pl10_id=2442)

14. Сервис в России и за рубежом. РГУТиС (Российский государственный университет туризма и сервиса)

Режим доступа: (http://e.lanbook.com/journal/element.php?pl10_id=2491)

16. Материально-техническое обеспечение

Аудитория, обеспеченная компьютером и мультимедийным проектором (обеспечение презентаций лекций и самостоятельных разработок студентов).

Компьютерный класс, оборудованный средствами оргтехники, персональными компьютерами, объединенными в сеть, с выходом в Интернет для проведения самостоятельной работы студентов.

Установленное лицензионное программное обеспечение: MS Office, Internet Explorer.

Рабочую программу составила к.и.н., доцент Канавина Н.В.

«___» _____ / _____ /