

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б1.Б.15 Сервисная деятельность

Семестр: 4

Количество часов: 144

Количество зачетных единиц: 4

Промежуточная аттестация: экзамен

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Сервисная деятельность» относится к циклу профессиональных дисциплин и является базовой частью общепрофессиональных дисциплин. Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин «Сервисология», «Психодиагностика», «Менеджмент в сервисе», «Организация обслуживания в производственном сервисе». Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих дисциплин: «Технологии сервиса на производстве», «Профессиональная этика и этикет», «Маркетинг в сервисе».

Цель и задачи освоения дисциплины: Целью освоения дисциплины является формирование системы знаний о сервисной деятельности, услугах, формах обслуживания, принципах формирования новых услуг, использование современных технологий в сервисе социально-экономической сферы.

В результате освоения дисциплины выпускник должен владеть общекультурными и профессиональными компетенциями в области сервисной деятельности: овладеть теоретическими знаниями в области сервиса, формирование представления о сервисной деятельности в производственной сфере, месте сервиса в жизнедеятельности человека.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности:

- *в области сервисной деятельности:*

историю развития сервиса, виды сервисной деятельности, классификацию услуг, этику обслуживания потребителей;

- *в области производственно-технологической деятельности:*

современные принципы организации технологических процессов в производственном сервисе;

- *в области организационно-управленческой деятельности:*

основы организации и планирования деятельности предприятий сервиса;

- *в области научно-исследовательской деятельности:*

использовать и разрабатывать стандарты и нормативную документацию,

разрабатывать методики поведения и влияния на потребителей услуг.

Содержание дисциплины:

Предмет, место назначения дисциплины, ее связь с другими учебными дисциплинами. Роль предприятий производственной сферы сервиса в экономической системе России. Основные задачи и принципы деятельности предприятий сферы сервиса.

Понятие и сущность сервисной деятельности. Роль сервисной деятельности в социально-экономической жизни страны и социальные предпосылки ее развития.

Вопросы истории развития сервиса в России. Исторические предпосылки возникновения сервисной деятельности в России.

Период перестройки и его влияние на сферу сервиса. Возникновение рынка услуг. Современное состояние и тенденции развития сервисной деятельности.

Структура рынка услуг, особенности возникновения. Факторы, влияющие на формирование услуги. Иерархия потребностей и услуг. Конкуренция на рынке услуг и ее роль в развитии сервиса.

Современное понятие сферы услуг. Виды сервиса. Виды услуг: личные, духовные, индивидуальные, социальные и другие, их характеристика.

Основные подходы к осуществлению сервиса: негативный, исследовательский, сервис – обязанность производителя, сервис – обязанность поставщика, сервис как хозяйственная деятельность и другие. Отраслевая структура сферы сервиса. Рынок услуг.

Сущность и классификация услуг. Признаки классификации, назначение услуг. Услуга как специфический продукт рынка. Основные различия товара и услуги.

Основные характеристики услуг: неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, несохраняемость или неспособность услуг к хранению.

Предприятия, осуществляющие сервисную деятельность, их классификация и характерные особенности.

Понятие контактной зоны как места реализации сервисной деятельности. Технология процесса обслуживания работника контактной зоны. Обслуживание потребителей в контактной зоне. Основные правила обслуживания потребителей. Обслуживание потребителей в производственной сфере. 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). Роль . виды и особенности рекламы в сервисе; психологический, эстетический и этический аспекты рекламы.

Понятие качества сервисного обслуживания сервисного обслуживания подходы к его определению уровня качества. Управление качеством на сервисном предприятии. Модель качества обслуживания. Создание условий для качественного сервиса. Составляющие качества услуг и обслуживания. Показатели качества услуг, качества и уровня обслуживания населения. Значение и способы выяснения ожиданий потребителей услуг.

Пути повышения качества услуг и обслуживания. Стандарты обслуживания как внутренняя форма контроля качества услуг и обслуживания на предприятиях сервиса. Критерии качества работы и способы мотивации работников сервисных предприятий. Контроль удовлетворенности потребителей услуг.

Основные принципы планирования маркетинга в производственном сервисе (комплектность, непрерывность, гибкость, адаптивность плана маркетинга, оптимизация плана). Особенности услуг в концепции маркетинга. Характеристика жизненного цикла услуги и его основные этапы. Формирование цены на услугу: принципы ценообразования, факторы, влияющие на ценообразование.

Понятие и содержание сервисных технологий. Понятие новых видов услуг для рынка и для данного региона; необходимость продвижения на рынок новых услуг. Прогрессивные формы обслуживания; обслуживание бесконтактное, по месту жительства, прием заказов по месту работы. Оценка эффективности внедрения новых видов услуг и форм обслуживания.

Влияние научно-технического прогресса на сфере услуг, инновационные процессы в сфере услуг. Особенности внедрения инноваций в производственной сфере.

Новые виды услуг с применением технологий Интернет. Совершенствование процесса приема-выдачи заказов. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности.

Франчайзинг как форма организации малого бизнеса, в сервисной деятельности.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать следующими общекультурными (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями: ПК-8;ПК-11; ПК-3.

Образовательные технологии:

Дисциплина предполагает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: деловая игра; решение ситуационных задач; доклад, сообщение; поисковую работу в Интернете.

Краткое описание указанных технологий:

Деловая игра

Данная форма используется с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи. Деловая игра проводится по окончании изучения раздела «Организация сервисной деятельности». Студентам выдается задание и план подготовки. Участники игры разбиваются на группы по 3-4 человека. Составляют план задания и предоставляют группе для обсуждения.

Решение ситуационных задач

Речь идет о решении практических задач в сфере услуг участниками пары или группы сценки с заранее распределенными ролями в интересах овладения определенной поведенческой или эмоциональной стороной жизненных ситуаций. Участники получают задание на карточках, распределяют роли, обыгрывают ситуацию и представляют всей группе. Задачи различной продолжительности проводятся по работе в контактной зоне в различных сферах услуг.

Доклад, сообщение

Данная форма используется как продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по предоставлению полученных результатов решения определенной учебно-исследовательской темы. В заключении проводится обсуждение по теме доклада. Доклады и сообщения предлагаются по всем темам дисциплины.

Поисковая работа в Интернете

Данная форма используется при изучении студентами тем курса по разделу «Организация сервисной деятельности»

(студенты самостоятельно находят необходимый материал по заданной теме, готовят медиа-презентации, включая видеоматериалы, и представляют для обсуждения в группе), а также при написании курсовых работ и проведении успешными студентами мини-исследований по какой-либо проблеме с целью презентации результатов исследований на ежегодных внутривузовских студенческих научно-практических конференциях.

Составитель: Н.И. Рыжова, кафедра социально-культурного сервиса и туризма