

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Направление подготовки 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль): «Сервис транспортных средств»

Формы обучения: очная; заочная

Квалификация выпускника: бакалавр

Срок получения образования: очная форма обучения 4 года, заочная форма обучения 4 года 6 месяцев

Объем дисциплины:

в зачетных единицах: 5 з.е.

в академических часах: 180 ак.ч.

Рабочая программа по дисциплине «Сервисная деятельность» по направлению подготовки 43.03.01 Сервис направленность (профиль) «Сервис транспортных средств», составлена Козар Н.К. в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 514, Профессионального стандарта 33.005 «Специалист по техническому диагностированию и контролю технического состояния автотранспортных средств при периодическом техническом осмотре», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты от 23.03.2015 г. № 187н; Профессионального стандарта 44.053 «Специалист по организации постпродажного обслуживания и сервиса», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты от 31.10.2014 г. № 864н.

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением Научно-методического совета «7» апреля 2021 г., протокол № 3.

утверждена Ученым советом Российского университета кооперации «26» августа 2021 г. № 1

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	5
4. Объем дисциплины и виды учебной работы.....	6
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий.....	7
5.1. Содержание дисциплины	7
5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий	9
6. Лабораторные занятия	10
7. Практические занятия.....	10
8. Тематика курсовых работ (проектов).....	13
9. Самостоятельная работа студента	15
10. Перечень нормативных правовых актов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимых для освоения дисциплины	18
11. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем	19
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	20

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины заключается в освоении обучающимися теоретических основ управления сервисной деятельностью, обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности.

Задачи:

- формирование знаний системы управления структурными подразделениями предприятий сферы сервиса;
- использование основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса;
- внедрение основных положений системы менеджмента качества в соответствии со стандартами ИСО 9000;
- формирование навыков контроля деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса;
- формирование навыков оценки качества оказания услуг учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Сервисная деятельность» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.01 Сервис направленность (профиль) «Сервис транспортных средств».

Дисциплина обеспечивает формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Дисциплины, модули, практики, обеспечивающие формирование компетенции	Периоды формирования компетенции в процессе освоения ОПОП				Место в формировании компетенции
		1 курс (сем.)	2 курс (сем)	3 курс (сем)	4 курс (сем)	
ОПК-2 ОПК-3	Стандартизация и управление качеством услуг		4 сем			Предыдущая
ОПК-2	Менеджмент		4 сем			Предыдущая
ОПК-3	Учебная практика, практика по получению первичных навыков научно-исследовательской и проектной деятельности		4 сем			Предыдущая

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций.

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ОПК-2 Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью	ОПК-2.1 Способен определять цели и задачи управления структурными подразделениями предприятий сферы сервиса	Знать: цели и задачи управления структурными подразделениями предприятий сферы сервиса Уметь: определять цели и задачи управления структурными подразделениями предприятий сферы сервиса Владеть: навыками управления структурными подразделениями предприятий сферы сервиса
	ОПК-2.2 Способен использовать основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса	Знать: основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса Уметь: использовать основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса Владеть: навыками планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса
	ОПК-2.3 Способен осуществлять контроль деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса.	Знать: цели и задачи деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса. Уметь: осуществляет контроль деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса. Владеть: навыками контроля деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса.
ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ОПК-3.1 Способен организовывать оценку качества оказания услуг учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон	Знать: критерии качества оказания услуг учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон Уметь: организовать оценку качества оказания услуг учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон Владеть: навыками контроля качества оказания услуг учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон
	ОПК-3.2 Способен внедрять основные положения системы менеджмента качества в соответствии со стандартами ИСО 9000	Знать: основные положения системы менеджмента качества в соответствии со стандартами ИСО 9000 Уметь: внедрять основные положения системы менеджмента качества в соответствии со стандартами ИСО 9000

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
		Владеть: навыками использования основных положений системы менеджмента качества в соответствии со стандартами ИСО 9000
	ОПК-3.3 Способен обеспечивать оказание услуг в соответствии с заявленным качеством	Знать: требования потребителей к качеству оказания услуг Уметь: обеспечивать оказание услуг в соответствии с заявленным качеством Владеть: навыками контроля качества оказания услуг

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины и виды учебной работы в академических часах с выделением объема контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся

очная форма обучения

Вид учебной деятельности	ак. часов	
	Всего	По семестрам
		5 семестр
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	66,5	66,5
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	64	64
• занятия лекционного типа	32	32
• занятия семинарского типа:	32	32
практические занятия	32	32
лабораторные занятия		
в том числе занятия в интерактивных формах	4	4
в том числе занятия в форме практической подготовки		
Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	2,5	2,5
в том числе курсовая работа (проект)	2	2
2. Самостоятельная работа студентов, всего	77,5	77,5
- курсовая работа (проект)	36	36
- выполнение домашних заданий	26	26
- контрольное тестирование	15,5	15,5
3. Промежуточная аттестация: <i>экзамен</i>	36	36
ИТОГО:	ак. часов	180
Общая трудоемкость	зач. ед.	5

заочная форма обучения

Вид учебной деятельности	ак. часов	
	Всего	По курсам 4 курс
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	24,5	24,5
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	22	22
• занятия лекционного типа	10	10
• занятия семинарского типа:	12	12
практические занятия	12	12
лабораторные занятия		
в том числе занятия в интерактивных формах	4	4
в том числе занятия в форме практической подготовки		
Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	2,5	2,5
в том числе курсовая работа (проект)	2,0	2,0
2. Самостоятельная работа студентов, всего	146,5	146,5
- курсовая работа (проект)	36	36
- выполнение домашних заданий	100	100
- контрольное тестирование	10,5	10,5
3. Промежуточная аттестация: <i>экзамен</i>	9	9
ИТОГО:		
Общая трудоемкость	ак. часов	180
	зач. ед.	5

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека

Содержание и задачи дисциплины «Сервисная деятельность». Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности. Понятие об услуге и сервисной деятельности. Функции сферы услуг. Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг. Управление структурными подразделениями предприятий сферы сервиса

Тема 2. Поведение потребителей и процесс принятия ими решения

Определение потребительской среды в сфере услуг. Клиенты и их потребности. Факторы, влияющие на покупательское поведение. Процесс принятия решения потребителем. Специфические аспекты покупки услуг. Поведение потребителей деловых услуг. Обеспечение оказания услуг в соответствии с заявленным качеством и его влияние на процесс принятия решения.

Тема 3. Теория организации обслуживания. Ценность услуг

Основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса. Контроль деятельности предприятий (подразделений) предприятий

сферы сервиса. Система сервисных операций. Система предоставления услуг. Система маркетинга услуг. Определение ценности услуги. Модель ценности услуги.

Тема 4. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности

Природа контактной зоны. Работник контактной зоны. Типы заказчиков. Требования к обслуживанию клиентов. Особенности взаимодействия с клиентом в контактной зоне. Культура общения работников сервиса с клиентами. Проблема конфликтных ситуаций. Работа с жалобами потребителей. Принципы эффективного решения конфликтных ситуаций. Этические и эстетические аспекты сервисной деятельности. Образец кодекса сотрудника сферы сервиса.

Тема 5. Качество процессов оказания услуг

Основные положения системы менеджмента качества в соответствии со стандартами ИСО 9000. Проблемы качества и безопасности услуг в практике современного сервиса. Показатели качества услуги. Модель качества услуг. Управление качеством услуг, контроль стандартов и безопасности обслуживания. Оценка качества оказания услуг учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон. Оказание услуг в соответствии с заявленным качеством.

Тема 6. Имидж сервисного предприятия

Формирование собственного имиджа как условие успеха деятельности сервисного предприятия. Роль коллектива в создании имиджа сервисного предприятия. Признаки ухудшения морального климата в коллективе. Основные методы мотивации и координации деятельности сотрудников для поддержания имиджа предприятия

Тема 7. Стратегические направления и конкурентоспособность

Понятие о конкурентных преимуществах. Конкурентная окружающая среда. Выбор целевых потребителей. Стратегия создания конкурентных преимуществ. Роль стандартизации и дифференциации в выборе товарной политики.

Тема 8. Правовое регулирование сервисной деятельности

Понятие государственного регулирования сервисных правоотношений. Лицензирование предпринимательской деятельности в сфере сервиса. Правовое регулирование качества продукции, работ и услуг (сертификация, стандартизация в сфере сервиса). Правовое регулирование ценообразования в сфере сервиса. Налоговое регулирование в сфере сервиса.

5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в ак. часах)				Аудиторных занятий в интерактивной форме
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа /из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	Всего	
1.	Тема 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	4	4	5	13	
2.	Тема 2. Поведение потребителей и процесс принятия ими решения	4	4	5	13	
3.	Тема 3. Теория организации обслуживания Ценность услуг	4	4	5	13	1
4.	Тема 4. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности	4	4	5	13	1
5.	Тема 5. Качество процессов оказания услуг	4	4	5	13	1
6.	Тема 6. Имидж сервисного предприятия	4	4	5	13	1
7.	Тема 7. Стратегические направления и конкурентоспособность	4	4	5,5	13,5	
8.	Тема 8. Правовое регулирование сервисной деятельности	4	4	6	14	
	Курсовая работа			36	36	
	Подготовка к экзамену				36	
	Контактная работа в период промежуточной аттестации				2,5	
	в том числе курсовая работа (проект)				2	
	Итого	32	32	77,5	180	4

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в ак. часах)				Аудиторных занятий в интерактивной форме
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа / из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	Всего	
1.	Тема 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	1	1	13	15	
2.	Тема 2. Поведение потребителей и процесс принятия ими решения	1	2	13,5	16,5	
3.	Тема 3. Теория организации обслуживания Ценность услуг	1	1	14	16	
4.	Тема 4. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности	2	2	14	18	1
5.	Тема 5. Качество процессов оказания услуг	2	2	14	18	1
6.	Тема 6. Имидж сервисного предприятия	1	2	14	17	1
7.	Тема 7. Стратегические направления и конкурентоспособность	1	1	14	16	1
8.	Тема 8. Правовое регулирование сервисной деятельности	1	1	14	16	
	Курсовая работа			36	36	
	Подготовка к экзамену				9	
	Контактная работа в период промежуточной аттестации				2,5	
	в том числе курсовая работа (проект)				2	
	Итого	10	12	146,5	180	4

6. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены.

7. Практические занятия**очная форма обучения**

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	В т.ч. в форме практической подготовки
1	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	Различные подходы к понятию «сервис», «сервисная деятельность». Сервис как форма человеческой деятельности. Сервисная деятельность как способ удовлетворения потребностей. Потребности современного человека и возможности сервиса.	4	

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	В т.ч. в форме практической подготовки
		Антиобщественные потребности.		
2	Поведение потребителей и процесс принятия ими решения	Факторы, влияющие на покупательское поведение. Процесс принятия решений потребителем. Специфические аспекты покупки услуг. Поведение потребителей деловых услуг	4	
3	Теория организации обслуживания. Ценность услуг	Услуги в современной экономике и их особенности как товара. Покупательский риск в сфере услуг. Рынок услуг и его особенности. Маркетинговая среда предприятия сервиса. Сегментирование рынка услуг.	4	
4	Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности	Формы коммуникации в сервисе. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности. Речевое воздействие. Общение как фактор отношений в сервисной деятельности. Проблема нормативного общения в сервисной деятельности. Взаимоотношения специалиста по сервису и клиента в процессе осуществления сервисной деятельности (манипуляция человеком через потребности).	4	
5	Тема 5. Качество процессов оказания услуг	Управление качеством. Цели и задачи документов, регламентирующих качество услуг. Оценка качества предоставления услуг. основных этапах в обслуживании заказа. Психологические особенности трехэтапного процесса обслуживания клиента. Специфические особенности процесса обслуживания на различных его этапах. Правовое регулирование качества услуг в РФ.	4	
6	Тема 6. Имидж сервисного предприятия	Формирование собственного имиджа как условие успеха деятельности сервисного предприятия. Роль коллектива в создании имиджа сервисного предприятия	4	
7	Тема 7. Стратегические направления и конкурентоспособность	Виды конкурентных стратегий. Конкурентная стратегия дифференциации. Стратегия концентрации. Устойчивость конкурентных преимуществ. Конкурентные стратегии Котлера	4	
8	Тема 8. Правовое регулирование сервисной деятельности	Деятельность государства по поддержке общественного баланса (социальный сервис). Новые тенденции в мире в соотношении государственных механизмов и рыночных принципов. Формы государственной поддержки социальной сферы в РФ. Основные права потребителя, государства.	4	
	Итого		32	0

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	В т.ч. в форме практической подготовки
1	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	Различные подходы к понятию «сервис», «сервисная деятельность». Сервис как форма человеческой деятельности.	1	
2	Поведение потребителей и процесс принятия ими решения	Факторы, влияющие на покупательское поведение. Процесс принятия решений потребителем. Специфические аспекты покупки услуг. Поведение потребителей деловых услуг	2	
3	Теория организации обслуживания. Ценность услуг	Услуги в современной экономике и их особенности как товара. Рынок услуг и его особенности. Сегментирование рынка услуг.	1	
4	Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности	Формы коммуникации в сервисе. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности. Речевое воздействие. Общение как фактор отношений в сервисной деятельности. Проблема нормативного общения в сервисной деятельности. Взаимоотношения специалиста по сервису и клиента в процессе осуществления сервисной деятельности (манипуляция человеком через потребности).	2	
5	Качество процессов оказания услуг	Управление качеством. Цели и задачи документов, регламентирующих качество услуг. Оценка качества предоставления услуг. основных этапах в обслуживании заказа. Психологические особенности трехэтапного процесса обслуживания клиента. Специфические особенности процесса обслуживания на различных его этапах. Правовое регулирование качества услуг в РФ.	2	
6	Имидж сервисного предприятия	Формирование собственного имиджа как условие успеха деятельности сервисного предприятия. Роль коллектива в создании имиджа сервисного предприятия	2	
7	Стратегические направления и конкурентоспособность	Виды конкурентных стратегий. Конкурентные стратегии Котлера	1	
8	Правовое регулирование сервисной деятельности	Деятельность государства по поддержке общественного баланса (социальный сервис). Основные права потребителя, государства.	1	
	Итого		12	0

8. Тематика курсовых работ (проектов)

1. Историческое развитие сервисной деятельности и особенности ее становления в современном мире.
2. Сервисная деятельность и потребности человека.
3. Информационный сервис: проблемы и перспективы развития.
4. Особенности развития сервисной деятельности в России: история и современность.
5. Виды сервисной деятельности.
6. Информационный сервис и Интернет-экономика.
7. Глобальные информационные сети и сервисная деятельность.
8. Проблемы переходного периода от индустриального к информационному обществу.
9. Особенности психологии управления в сервисной деятельности.
10. Проблемы развития сферы услуг: теория и практика.
11. Особенности культуры обслуживания в сфере услуг.
12. Служба сервиса и ее функции.
13. Сервисный маркетинг: особенности и проблемы развития.
14. Услуги и их роль в формировании разумных потребностей человека.
15. Контактная зона и коммуникативное пространство в сервисной деятельности.
16. Сервисная деятельность в условиях глобализации: тенденции и перспективы.
17. Природа услуг и проблемы, возникающие при их оказании.
18. Место сервиса в системе маркетинговой деятельности предприятия.
19. Особенности развития сферы услуг в условиях современного рынка.
20. Этикет и его роль в развитии сервисной деятельности.
21. Сетевые сервисные компании: проблемы и особенности развития.
22. Электронная коммерция как часть сервисной деятельности в современном обществе.
23. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности.
24. Цифровые технологии и коммуникация: этические особенности организации связи.
25. Сервис и основные формы человеческой деятельности.
26. Теория и практика сервиса с учетом национально-региональных особенностей обслуживания.
27. Этико-психологические особенности взаимоотношений специалиста по сервису и клиента.
28. Психологические типы потребителей.
29. Профессиональный кодекс специалиста по сервису.
30. Нравственные аспекты проблемы защиты информации в информационном сервисе.

31. Теория организации обслуживания.
32. Прогрессивные и инновационные формы обслуживания: возможности и перспективы применения.
33. Исследование сервисной деятельности на предприятии «Х»
34. Сервисная деятельность предприятий (на примере предприятия сервиса транспортных средств)
35. Сервисные услуги по техническому обслуживанию и ремонту транспортных средств
36. Специфика услуг в сервисе транспортных средств
37. Анализ качества услуг (на примере предприятия сервиса транспортных средств)
38. Природа услуг и проблем, возникающих при их оказании
39. Методы продвижения услуг (на примере предприятия сервиса транспортных средств)
40. Организация работы предприятия (на примере предприятия сервиса транспортных средств)
41. Повышение культуры обслуживания как фактора устойчивого развития (на примере предприятия сервиса транспортных средств)
42. Повышение производительностью труда (на примере предприятия сервиса транспортных средств)
43. Практика управленческой деятельности (на примере предприятия сервиса транспортных средств)
44. Развитие рынка услуг в сфере сервиса транспортных средств)
45. Разработка нового предложения обслуживания (на примере предприятия сервиса транспортных средств)
46. Разработка системы комплексной оценки персонала в организации
47. Роль интерьера на предприятиях сферы услуг
48. Совершенствование деятельности службы маркетинга на предприятиях сервиса транспортных средств
49. Совершенствование информационного обеспечения деятельности мини-отеля
50. Совершенствование рекламной деятельности в сфере услуг
51. Создание станции техобслуживания для людей с ограниченными возможностями как специфического сегмента сферы сервиса
52. Тенденции развития малого бизнеса в сфере услуг
53. Внешние и внутренние стандарты обслуживания потребителей на предприятиях сервиса транспортных средств
54. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности.
55. Особенности культуры обслуживания в сфере услуг.
56. Инновации в сфере сервиса транспортных средств
57. Теория и практика сервиса с учетом национально-региональных особенностей обслуживания.

58. Этико-психологические особенности взаимоотношений специалиста по сервису и клиента (на примере предприятия сервиса транспортных средств).

59. Компоненты качества обслуживания в сфере сервиса транспортных средств

60. Критерии отбора персонала для сферы сервиса транспортных средств

61. Прогрессивные и инновационные формы обслуживания: возможности и перспективы применения (на примере предприятий сервиса транспортных средств).

62. Общие требования к системе качества и обслуживающему персоналу на предприятиях сервиса транспортных средств

63. Формирование фирменного стиля предприятий сферы сервиса транспортных средств

64. Организация и специфика деятельности малых СТО

65. Глобальные информационные сети и сервисная деятельность.

66. Особенности психологии управления в сервисной деятельности.

67. Контактная зона и коммуникативное пространство в сервисной деятельности.

68. Анализ сервисной деятельности региона (на примере конкретного предприятия сервиса транспортных средств).

69. Инновационная деятельность на предприятиях сервиса.

70. Практический анализ сервисной деятельности на примере предприятия сервиса транспортных средств.

71. Организация труда и управления на предприятии сервиса

9. Самостоятельная работа студента

Самостоятельная работа студента при изучении дисциплины «Сервисная деятельность» направлена на:

– освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы;

– изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);

– работу с компьютерными обучающими программами;

– выполнение домашних заданий по практическим занятиям;

– самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках;

– подготовку к экзамену.

Тема 1 Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека» с определением социальных предпосылок возникновения и развития сервисной деятельности.

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: услуга и сервисная деятельность, функции сферы услуг, структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг.

Оценочные средства: вопросы для опроса, тестированный контроль, задачи.

Тема 2 Поведение потребителей и процесс принятия ими решения

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Поведение потребителей и процесс принятия ими решения» с определением факторов, влияющих на покупательское поведение.

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: потребительская среда, типы потребителей.

Изучая тему, важно приобрести умения работать с различными категориями потребителей.

Оценочные средства: вопросы для опроса, тестированный контроль по теме, задачи.

Тема 3 Теория организации обслуживания. Ценность услуг

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Теория организации обслуживания. Ценность услуги» с определением основ организации обслуживания на предприятиях сферы сервиса.

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: сервисные операции, ценность услуги.

Изучая тему, важно приобрести умения определения зависимости ценности услуги от восприятия и специфических потребностей потребителя.

Оценочные средства: вопросы для опроса, тестированный контроль по теме.

Тема 4 Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности» с определением процесса контакта между клиентом и исполнителем.

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: пространство контакта, содержание контакта

Изучая тему, важно приобрести умения работы с жалобами

потребителей и эффективного решения конфликтных ситуаций.

Оценочные средства: вопросы для опроса, тестированный контроль, задачи.

Тема 5 Качество процессов оказания услуг

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Качество процессов оказания услуг» с определением основных требований к качеству процессов оказания услуг в сфере сервиса.

Изучая тему, важно приобрести умения организовать оценку качества оказания услуг учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон, обеспечивать требуемое отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере сервиса.

Оценочные средства: вопросы для опроса, тестированный контроль, задачи.

Тема 6 Имидж сервисного предприятия

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Имидж сервисного предприятия» с определением основных факторов поддержания имиджа предприятий сферы сервиса.

В процессе усвоения темы необходимо уяснить роль коллектива в создании имиджа предприятия сферы сервиса, подходы к определению содержания и восприятия деловой этики и социальной ответственности.

Оценочные средства: вопросы для опроса, тестированный контроль, задачи.

Тема 7 Стратегические направления и конкурентоспособность

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Стратегические направления и конкурентоспособность» с определением понятия о конкурентных преимуществах, стратегии создания конкурентных преимуществ.

Изучая тему, важно приобрести умения проведения анализа конкуренции и выявления ее роль на рынке услуг.

Оценочные средства: вопросы для опроса, тестированный контроль, задачи.

Тема 8 Правовое регулирование сервисной деятельности

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Правовое регулирование сервисной деятельности» с определением основных понятий государственного регулирования сервисных правоотношений.

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: сервисные правоотношения, сертификация, стандартизация в сфере сервиса.

Оценочные средства: вопросы для опроса, тестированный контроль, задачи.

10. Перечень нормативных правовых актов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимых для освоения дисциплины

а) нормативные правовые акты:

1. Гражданский кодекс РФ (часть первая): ФЗ от 30.11.1994 №51-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями) – Консультант Плюс [Электрон, ресурс].

2. Гражданский кодекс РФ (часть вторая): ФЗ от 26.01.1996 № 14-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями) – Консультант Плюс [Электрон, ресурс].

3. Налоговый кодекс РФ (часть первая): ФЗ от 31.07.1998 № 146-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями) – Консультант Плюс [Электрон, ресурс].

4. Налоговый кодекс (часть вторая): ФЗ от 05.08.2000 № 117-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями) – Консультант Плюс [Электрон, ресурс].

5. Федеральный закон "О защите прав потребителей" №2300-1 от 07.02.1992 (в ред. от 01.05.2017 №88-ФЗ) – Консультант Плюс [Электрон, ресурс].

б) основная литература:

Сервисная деятельность предприятий питания : учебное пособие / Грибова Н.А. — Москва : КноРус, 2021. — 179 с. — ISBN 978-5-406-06608-9. — URL: <https://book.ru/book/939831> — Текст : электронный.

в) дополнительная литература:

1. Сервисная деятельность : учебник / Велединский В.Г. — Москва : КноРус, 2019. — 175 с. — ISBN 978-5-406-06172-5. — URL: <https://book.ru/book/934393> — Текст : электронный.

2. Сервисная деятельность : учебник / Велединский В.Г. — Москва : КноРус, 2018. — 175 с. — ISBN 978-5-406-06172-5. — URL: <https://book.ru/book/926035> — Текст : электронный.

3. Сервисная деятельность : учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 202 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2680. - ISBN 978-5-16-005710-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1087820> – Режим доступа: по подписке.

4. 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^о», 2019. — 284 с. - ISBN 978-

5-394-03453-4. - Текст : электронный. - URL:
<https://znanium.com/catalog/product/1092982> – Режим доступа: по подписке.

11. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая профессиональные базы данных

1) <http://www.avtoserver.ru/> Автомобильный портал.

2) <http://automn.ru/> Руководства по ТО автомобилей

3) <http://www.auto-ds.ru/> - Полезные сайты об автомобилях

4) <http://www.dist-cons.ru/modules/qualmanage/section4.html> - Портал по сервисологии

- <https://www.book.ru/> - ЭБС Book.ru

- <http://www.iprbookshop.ru/> - ЭБС IPRbooks

- <https://ibooks.ru/> -ЭБС Айбукс.ru/ibooks.ru

- <https://rucont.ru/> - ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт»

- <http://znanium.com/> - ЭБС Znanium.com

- <https://dlib.eastview.com/>- База данных East View

2. Информационно-справочные системы

СПС КонсультантПлюс. Компьютерная справочная правовая система, широко используется учеными, студентами и преподавателями (подписка на ПО)

3. Лицензионно программное обеспечение

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.

a. Office ProPlus All LngLic/SA Pack MVL Partners in Learning
(лицензия на пакет Office Professional Plus)

b. Windows 8

2. Консультант + версия проф.- справочная правовая система

3. Система тестирования INDIGO.

4. 1С: Предприятие 8

5. Антиплагиат.ВУЗ

4. Свободно распространяемое программное обеспечение

1. Adobe Acrobat – свободно-распространяемое ПО

2. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox – свободно-распространяемое ПО

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс обеспечивается специальными помещениями, которые представляют собой аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы студентов и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам, укомплектованы специализированной мебелью.

Аудитории лекционного типа, оснащенные проекционным оборудованием и техническими средствами обучения, обеспечивающими представление учебной информации большой аудитории, демонстрационным оборудованием.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, обеспечивающей доступ к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета.