

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры сервиса и
туризма
Протокол № 10 от 26.05.2023 г.

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.О.18 Сервисная деятельность
Направление подготовки:	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль):	Конгрессно-выставочная деятельность
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Кандидат технических наук, доцент Козлова Е. В.

Санкт-Петербург
2023

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель освоения дисциплины:

формирование у студентов знаний и навыков организации сервисных услуг в сфере сервисной деятельности предприятий и организаций.

Задачи дисциплины:

систематизация и углубление базовых знаний о понятии сервисной деятельности;
 формирование представлений об обслуживании как сервисной системе;
 повышение уровня знания теории и практики сервиса с учетом национальных, региональных, этнических, демографических особенностей обслуживания;
 формирование готовности к разработке и реализации технологии процесса сервиса, организации контактной зоны предприятия сервиса, развитию клиентурных отношений, осуществлению сквозного контроля качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых материальных ресурсов.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ОПК-2 Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью	ОПК-2.1 Определяет цели и задачи управления структурными подразделениями предприятий сферы сервиса или других сферах, в которых необходимо осуществление сервисной деятельности.	Наименование категории (группы) компетенций: «Управление»
	ОПК-2.2 Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса или других сферах, в которых необходимо осуществление сервисной деятельности.	
	ОПК-2.3 Способен осуществлять контроль деятельности предприятий (подразделений предприятий) сферы сервиса.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2.1. Определяет цели и задачи управления структурными подразделениями предприятий сферы сервиса или других сферах, в которых необходимо осуществление сервисной деятельности.	Знать: - основные этапы эволюции сервисной деятельности; - классификацию и характеристику основных видов сервисных услуг (материальных и социально-культурных); - основные методы предоставления услуг, этапы, виды и формы обслуживания; - основные показатели назначения, качества, безопасности услуг. - стратегические направления и конкурентоспособность в сфере услуг; - регулирование отношений в сервисной деятельности, - нормативно-законодательную базу, регламентирующую сервисную деятельность.
ОПК-2.2. Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса или других сферах, в которых необходимо осуществление сервисной деятельности.	Уметь: - применять требования нормативных документов к основным видам продукции (услуг) и процессов; - определять критерии качества оказываемых услуг; - использовать различные средства делового общения; - анализировать профессиональные ситуации с позиций участвующих в них индивидов; - разрабатывать и организовывать реализацию стандартов сервиса.

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2.3. Способен осуществлять контроль деятельности предприятий (подразделений предприятий) сферы сервиса.	Владеть: - навыками работы в контактной зоне с потребителем, - основами разработки технологии процесса обслуживания в отдельных видах сервиса, - методами оценки качества услуги и обслуживания в отдельных видах сервиса.

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ОПК-2.1	ОПК-2.2	ОПК-2.3
1	Формирование рынка услуг и его особенности	ОПК-2	Тестирование №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
2	Сервисная деятельность и сфера услуг	ОПК-2	Тестирование №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
3	Особенности функционирования отдельных групп услуг	ОПК-2	Тестирование №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
4	«Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности	ОПК-2	Тестирование №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
5	Жизненный цикл услуги и сервисного продукта	ОПК-2	Тестирование №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №2 (20)
6	Нормативно-правовые аспекты сервисной деятельности	ОПК-2	Тестирование №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №2 (20)
7	Эстетика сервиса	ОПК-2	Тестирование №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №2 (20)
8	Проблемы качества и безопасности услуг. Эффективность услуг	ОПК-2	Тестирование №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Тема 1: Формирование рынка услуг и его особенности Сервис в современной экономической системе. Законы Энгеля. Возрастание роли непродуцированной сферы. 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. Факторы, влияющие на формирование услуги. Конкуренция на рынке услуг и её роль. Имидж предприятия и его влияние на конкуренцию.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Характеристика сферы услуг в рассматриваемом регионе с учетом геоклиматических, этнических и демографических факторов.</p> <p>Лабораторная работа:-</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Тема 2: Сервисная деятельность и сфера услуг Услуга как результат сервисной деятельности. Различные виды классификации услуг. Дифференцирующие признаки. Классификационная модель услуги. Классификация предприятий, осуществляющих сервисную деятельность. Характерные экономические особенности предприятий сервиса.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Классификация и характеристика основных видов сервисных услуг.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: Особенности функционирования отдельных групп услуг Признаки градации услуг. Посреднические услуги в предпринимательстве. Агентский договор. Характеристика досуговых услуг. Международная торговля услугами. Особенности организации послепродажного обслуживания. Понятие и принципы социального обслуживания, предусмотренные законодательством Российской Федерации. Виды социальных услуг, предоставляемых государственными учреждениями. Контроль качества социальной помощи престарелым.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Характеристика социально-культурных услуг.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 4: «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности Понятие контактной зоны. Деятельность специалиста по сервису и Сервису в контактной зоне. Современная коммуникативная система на рынке услуг. Участники коммуникации. Процесс личной продажи. Прием клиента и установление контакта с ним. Методы установления контакта с клиентом. Шесть типов поведения продавца в межличностной ситуации. Индивидуализация потребления сервисных услуг. Основы социальной психологии в сервисной деятельности. Этика взаимоотношений при оказании сервисных услуг. Специфика делового общения в сфере услуг.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Процесс обслуживания потребителей, формы и технологии.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 5: Жизненный цикл услуги и сервисного продукта Концепция жизненного цикла товара. Разновидности кривых жизненного цикла товара. Этап внедрения то-вара. Пионеры рынка. Этап роста. Модификации рынка и особенности этапа зрелости товара. Этап спада и проблема утилизации отходов. Жизненный цикл услуг. Отличия от жизненного цикла товара. Особенности сервисной деятельности на этапах жизненного цикла услуг. Необходимые рекомендации к поддержанию уровня сервиса. Доходы и прибыль от предоставления сервисных услуг. Меры, обеспечивающие получение, прибыли с учетом жизненного цикла товара или услуги.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Новые технологии в сфере услуг.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 6: Нормативно-правовые аспекты сервисной деятельности Сервисная деятельность как объект правовых отношений. Порядок образования сервисной организации. Лицензирование и сертификация сервисной деятельности. Стандарты и квалификационные требования к работникам сферы сервиса. Соблюдение правовых норм при продвижении 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. Стрессы в процессе профессиональной деятельности, конфликтные ситуации между исполнителями и потребителями услуг и их урегулирование.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Закон о защите прав потребителей.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 7: Эстетика сервиса Понятие технической эстетики и дизайна. Объекты дизайна на предприятиях сервиса. Эстетические свойства изделий (услуг). Эстетические показатели услуг. Эстетика рекламы. Задачи рекламы предприятий сервиса. Эстетические особенности интерьера контактной зоны предприятий сервиса. Средства эстетического оформления фасада здания. Эстетика внешнего облика работника контактной зоны.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Идеальная контактная зона.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 8: Проблемы качества и безопасности услуг. Эффективность услуг</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Качество услуги как комплекс полезных свойств (производственных, функциональных, потребительских). Безопасность услуг. Аспекты безопасности: эксплуатационно-техническая, экологическая, информационная, правовая, финансовая, имущественная, психологическая, связанная со здоровьем и жизнью людей. Прибыль как важнейший показатель эффективности деятельности предприятия. Показатели рентабельности. Показатели ассортимента услуг.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Стандарты обслуживания как внутренняя форма контроля качества. Задание творческого уровня №5.</p> <p>Лабораторная работа: -</p> <p>Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом</p>

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 2
Аудиторные занятия (АЗ):	64	64
Лекционные занятия (Лек)	32	32
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	32	32
Самостоятельная работа студента (СР)	73	73
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	73	73
Контроль самостоятельной работы (КСР)	7	7
Контактная работа (КоР)	71	71
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	36	36
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	180/5	180/5

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Формирование рынка услуг и его особенности	2	4	4	0	9	4
2	Сервисная деятельность и сфера услуг	2	4	4	0	9	4
3	Особенности функционирования отдельных групп услуг	2	4	4	0	9	4
4	«Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности	2	4	4	0	9	4
5	Жизненный цикл услуги и сервисного продукта	2	4	4	0	9	4
6	Нормативно-правовые аспекты сервисной деятельности	2	4	4	0	9	4
7	Эстетика сервиса	2	4	4	0	10	4
8	Проблемы качества и безопасности услуг. Эффективность услуг	2	4	4	0	9	4
Итого:			32	32	0	73	32

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 3
Аудиторные занятия (АЗ):	10	10
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	6	6
Самостоятельная работа студента (СР)	153	153
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	153	153

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 3
Контроль самостоятельной работы (КСР)	8	8
Контактная работа (КоР)	18	18
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	9	9
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	180/5	180/5

* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР		
			Лек	Пр	Лаб			
1	Формирование рынка услуг и его особенности	3	2	0	0	19	4	
2	Сервисная деятельность и сфера услуг	3	0	2	0	19	4	
3	Особенности функционирования отдельных групп услуг	3	0	0	0	19	4	
4	«Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности	3	0	2	0	19	4	
5	Жизненный цикл услуги и сервисного продукта	3	2	0	0	19	4	
6	Нормативно-правовые аспекты сервисной деятельности	3	0	0	0	19	4	
7	Эстетика сервиса	3	0	2	0	20	4	
8	Проблемы качества и безопасности услуг. Эффективность услуг	3	0	0	0	19	4	
Итого:			4	6	0	153	32	

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 2
Аудиторные занятия (АЗ):	54	54
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	36	36
Самостоятельная работа студента (СР)	86	86
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	86	86
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Контактная работа (КоР)	58	58
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	36	36
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	180/5	180/5

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР		
			Лек	Пр	Лаб			
1	Формирование рынка услуг и его особенности	2	2	4	0	11	4	
2	Сервисная деятельность и сфера услуг	2	2	4	0	11	4	
3	Особенности функционирования отдельных групп услуг	2	4	6	0	11	4	
4	«Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности	2	2	4	0	11	4	
5	Жизненный цикл услуги и сервисного продукта	2	2	4	0	11	4	

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
6	Нормативно-правовые аспекты сервисной деятельности	2	2	4	0	11	4
7	Эстетика сервиса	2	2	6	0	10	4
8	Проблемы качества и безопасности услуг. Эффективность услуг	2	2	4	0	10	4
Итого:			18	36	0	86	32

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

1. СЕРВИСОЛОГИЯ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Бражников М. А. - Самарский государственный технический университет (г. Самара), 2022 г. - 144 с. - ISBN 978-5-534-13343-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/servisologiya-497410>

2. СЕРВИСОЛОГИЯ 2-е изд., пер. и доп. Учебное пособие для вузов / Черников В. Г. - Рыбинский государственный авиационный технический университет имени П.А. Соловьева (г. Рыбинск), 2022 г. - 252 с. - ISBN 978-5-534-13272-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/servisologiya-497381>

3. РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ 6-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Морозова Н. С., Морозов М. А. - Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва); Российский новый университет (г. Москва), 2022 г. - 192 с. - ISBN 978-5-534-10941-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/reklama-v-socialno-kulturnom-servise-i-turizme-493153>

Дополнительная литература:

1. ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМ СЕРВИСА. Учебник для вузов / Под ред. Ставровского М.Е. - Российский государственный аграрный университет — МСХА имени К.А. Тимирязева (г. Москва), 2022 г. - 190 с. - ISBN 978-5-534-13009-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-funkcionirovaniya-sistem-servisa-497291>

2. ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Учебник и практикум для вузов / Жираткова Ж. В., Рассохина Т. В., Очилова Х. Ф. - Российская международная академия туризма (г. Химки), 2022 г. - 189 с. - ISBN 978-5-534-12370-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/organizaciya-ekskursionnoy-deyatelnosti-496051>

3. ЭКОНОМИКА ПЛАТНЫХ УСЛУГ 4-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Восколович Н. А. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2022 г. - 441 с. - ISBN 978-5-534-14124-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/ekonomika-platnyh-uslug-491459>

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение

4. LMS Moodle

5. Вебинарная платформа

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПБУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: arch.neicon.ru. - Текст: электронный

6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. Турбизнес [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.tourbus.ru>. - Текст: электронный

9. [Exoclub.ru](https://www.exoclub.ru): международный выставочный портал [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.exoclub.ru>. - Текст: электронный

10. ЭкстраГид.ру [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://extraguide.ru>. - Текст: электронный

11. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>. - Текст: электронный

12. [AdIndex.ru](https://adindex.ru): реклама и маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://adindex.ru>. - Текст: электронный

13. [Psychojournal.ru](https://psychojournal.ru) [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://psychojournal.ru>. - Текст: электронный

14. Министерство экономического развития Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://economy.gov.ru>. - Текст: электронный

15. [PsyJournals.ru](http://psyjournals.ru): профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://psyjournals.ru>. - Текст: электронный

16. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный

17. Министерство культуры Российской Федерации (Минкультуры России): профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://culture.gov.ru>. - Текст: электронный

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к

электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройствами), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

3. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет				
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее	61-73	74-90	91-100

Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

Тестирование №1

1. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:

а) уровень развития экономики и хозяйственная система; б) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе; в) общественные структуры: политические партии.

2. Предоставление услуг по повышению комфортности, полезности использования товара – это сервис: а) мягкий; б) жесткий; в) основной; г) дополнительный.

3. Под методом или формой обслуживания следует понимать: а) определенный способ предоставления услуг заказчику; б) предоставление информации клиенту; в) оказание услуги клиенту.

4. Сервисная деятельность – это: а) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг; б) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком); в) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

5. Контактной зоной не является: а) зона ремонта бытовой техники; б) рабочее место парикмахера; в) рабочее место стоматолога.

6. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют: а) бесконтактным; б) формальным; в) бесплатным.

7. Жесткий сервис это: а) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги); б) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него; в) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

8. Мягкий сервис это: а) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги); б) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него; в) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

9. Косвенный сервис это: а) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги); б) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него; в) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

10. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления: а) жилищно-коммунальные услуги;

б) научно-исследовательские услуги; в) услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги.

11. Реклама, экспертиза, психодиагностика, имиджмейкерские услуги, художественно-оформительские услуги – это область сервиса в: а) материально-преобразовательной деятельности;

б) познавательной деятельности; в) ценностно-ориентационной деятельности.

12. Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это: а) контактная зона; б) зал ожидания; в) комната для посетителей.

13. Сервис — это: а) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг; б) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой; в) предпродажное и гарантийное обслуживание.

14. Производственные услуги – это: а) услуги банков, страховых компаний; б) инжиниринг, обслуживание оборудования, лизинг; в) пассажирский транспорт, торговля, образование.

15. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления: а) бытовые услуги; б) услуги грузового и пассажирского транспорта, связи; в) управленческие услуги;

16. Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем: а) это отчужденный от производителя результат труда; б) это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа; в) фактически производство совмещено с потреблением.

17. Сфера обслуживания населения – это: а) совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению; б) деятельность предприятий и организаций, направленная на удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристских и экскурсионных услугах; в) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.

18. Основные направления социально-культурного сервиса (исключите лишнее) а) сервис в индустрии развлечений; б) туристский сервис; в) образовательный сервис; г) спортивно-оздоровительный сервис.

19. По содержанию работ сервис делится на: а) базовый и дополнительный; б) предпродажный и послепродажный; в) технический и гуманитарный; г) нет верного ответа.

20. Какие из перечисленных услуг ресторана относятся к вспомогательным? а) резервирование столиков; б) обслуживание официантом; в) кондиционирование воздуха; г) вызов такси.

21. Вид сервиса, включающий в себя комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товаров в конкретных условиях его функционирования – это:

а) Мягкий сервис, б) Жесткий сервис, в) Прямой сервис, г) Косвенный сервис.

22. Комплекс услуг, непосредственно связанный с эксплуатацией приобретенного товара называется: а) Дилерский сервис б) Косвенный сервис в) Прямой сервис г) Жесткий сервис.

23. Заключение договора с предприятием сервиса на оказание услуг в течение определенного срока на особых условиях – это обслуживание: а) неформальное, б) формальное, в) логистическое, г) конкурентное, д) абонементное.

Тестирование №2

1. Совокупность характеристик процесса и условий, в которых происходит обслуживание, называется: а) уровнем качества услуги; б) качеством услуги; в) качеством обслуживания; г) заказом на услугу.

2. Документ на право ведения сервисной деятельности – это: а) аттестат; б) сертификат; в) стандарт; г) лицензия.

3. Качество услуг тесно переплетается: а) с совершенствованием управленческих операций

внутри сервисного предприятия; б) со сбалансированным соотношением цены и качества продукции; в) со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания.

4. Эффективность деятельности сервисной организации определяется показателями: а) качественными; б) показателями общественной оценки; в) количественными; г) функциональными.

5. Укажите элементы, от которых зависит удовлетворение потребности клиента: а) качество услуги, б) скорость выполнения услуги, в) темперамент исполнителя, г) обслуживание.

6. Требования, предъявляемые к сервису: а) удобство, б) гарантирование, в) информационная отдача сервиса, г) верны все варианты.

7. Совокупность норм и правил поведения работника сферы услуг, обусловленных его профессиональным положением, это: а) служебный этикет; б) этическая культура сервиса; в) эстетическая культура сервиса.

8. Требования обслуживания разрабатываются для устранения: а) неосязаемости услуг; б) несохраняемости услуг; в) изменчивости качества услуг.

9. Документ, подтверждающий соответствие реализуемых потребителю услуг требованиям законодательных и нормативных актов это: а) стандарт; б) сертификат; в) лицензия.

10. Общий контроль качества и безопасности товаров, работ и услуг осуществляет: а) Федеральный орган по техническому регулированию; б) Федеральный антимонопольный орган; в) Федеральный орган санитарно-эпидемиологического надзора.

11. Критериями оценки качества услуг являются: а) осязаемость, доступность, безопасность; б) превышение ожиданий потребителя; в) умеренная цена продукта.

12. Общество, индикатором сферы жизни которого, является количество и качество услуг, которые человек может себе позволить: а) постиндустриальное, б) индустриальное, в) доиндустриальное.

13. Диверсификация услуг – это: а) повышение качества услуг, б) расширение ассортимента услуг, в) менеджмент услуг.

14. Выражение «Потребитель всегда прав» означает, что: а) у потребителя нет обязанностей; б) потребитель «король», а исполнитель – «прислуга»; в) у исполнителя нет прав; г) потребитель всегда вправе ждать выполнения требований.

15. Общественным документом, разделяющим услуги по различным основаниям, является «Общероссийский _____ услуг населения»: а) перечень; б) классификатор; в) список; г) регламент.

16. Качество услуг тесно переплетается: а) с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия; б) со сбалансированным соотношением цены и качества продукции; в) со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания.

17. Общее мнение о качестве, достоинствах и недостатках, предоставляемых предприятием сервиса услуг – это: а) совокупность слухов, б) репутация, в) лицо фирмы, г) результат работы, д) контактность с потребителем.

18. Документ, содержащий требования и нормы обслуживания – это: а) прейскурант, б) пресс-релиз, в) условия обслуживания, г) правила обслуживания, д) должностные обязанности.

19. Официальным документом в РФ, определяющим круг обязанностей работников сервисной организации, являются профессиональные: а) правила, б) кодексы, в) стандарты, г) инструкции, д) руководства.

20. Комплектность и качество услуг – главные факторы: а) воздействия на цену, б) удовлетворенности потребителей, в) привлекательности рекламы, г) получения высоких доходов, д) победы над конкурентами.

21. Выявленное несоответствие услуги стандарту (по ФЗ РФ «О защите прав потребителей») – это: а) порок, б) недостаток, в) ущербность, г) неполнота, д) несовершенство услуги.

22. Документ на право ведения сервисной деятельности – это: а) аттестат, б) сертификат, в) стандарт, г) удостоверение, д) лицензия, е) патент.

23. Средство государственного регулирования сервисной деятельности в интересах потребителя

- это: а) идентификация, б) аттестация, в) стандартизация, г) локализация, д) патентование.
24. Требования, которым должна удовлетворять соответствующая своему назначению услуга, устанавливает: а) лицензия, б) сертификат, в) аттестат, г) знак качества, д) патент на услугу.
25. Организационно-инструктивные и методические документы, обеспечивающие высокую удовлетворенность потребителя, - это: а) рекламные материалы, б) стандарты обслуживания, в) технические описания, г) регламенты поведения, д) полученные патенты
26. Процедура установления соответствия услуги базовому стандарту – это: а) лицензирование, б) стандартизация, в) аттестация, г) сертификация, д) патентование.
27. Зарегистрированное обозначение выполнения требований, установленных в стандарте услуг, - это: а) знак качества, б) клеймо фирмы, в) печать фирмы, г) знак соответствия, д) фирменная марка.
28. Услуги, способные нанести ущерб безопасности, здоровью или имуществу потребителей, подлежат: а) добровольной, б) добровольно-принудительной, в) качественной, г) обязательной, д) количественной сертификации.
29. Квалификационные требования к должностям работников сферы сервиса – это профессиональные: а) правила, б) аттестаты, в) стандарты, г) патенты, д) лицензии по отраслям.
30. Основной способ правового оформления отношений участников рынка услуг – это: а) устав, б) протокол, в) договор, г) регистрация, д) заказ на услугу.
31. Повышение полезности услуг обеспечивается за счет: а) обновления системы управления; б) организации торговли, реализации; в) увеличения доходов населения; г) своевременности предложения; д) адресности услуг; е) учета сезонности; ж) конкуренции.
32. Уровень моральных принципов, нравственных навыков, проявляющихся в деятельности работников сервиса при обслуживании клиентов, определяет: а) эстетический аспект культуры сервиса; б) инновационный аспект культуры сервиса; в) этический аспект культуры сервиса; г) психологический аспект культуры сервиса.

Собеседование, опрос / Контрольное работа №1

Вариант 1

Процесс обслуживания потребителей, формы и технологии.

Письменная работа:

- 1) Дать характеристику форм обслуживания: индивидуальное, абонементное, самообслуживание, обслуживание в стационарных условиях, обслуживание с выездом на дом, бесконтактное обслуживание, обслуживание с использованием обменных фондов, постпродажное.
- 2) Разнообразие видов контактных зон в разных видах сервиса.
- 3) Требования, предъявляемые к работнику контактных зон: речь, стиль общения, внешний вид.
- 4) Просмотреть фильм «Лучший отель мира» и ответить на вопросы:
 - Какие традиционные и новые технологии обслуживания применяются в данном отеле?
 - В чем особенность персонала данного отеля?
 - Опишите особенности одной из контактных зон отеля (ресторан, ресепшн, один из номеров).

Вариант 2

Новые технологии в сфере услуг.

Дайте письменные ответы на следующие вопросы:

- 1) Назовите факторы, влияющие на создание новых услуг.
- 2) Почему и для чего появляются новые услуги? В чем их назначение?
- 3) В каких областях сферы услуг применяются новые технологии?
- 4) Какие виды информационных технологий, на Ваш взгляд, наиболее продуктивны в сфере

Собеседование, опрос / Контрольное работа №2

Вариант 1

1. Перечислите основные функции сферы услуг.
2. Факторы, формирующие рынок услуг.
3. Назовите основные формы обслуживания потребителей.
4. Сущность кастомизации и персонализации при предоставлении услуг.
5. Структура сферы услуг
6. Последовательность этапов совершения заказа.
7. Назовите основные характеристики услуг.
8. Назовите основные виды общения в «контактной зоне»
9. Перечислите организационно-правовые формы предприятий
10. Перечислите посреднические услуги в современном российском предпринимательстве

Вариант 2

1. Этапы жизненного цикла товаров.
2. Этапы жизненного цикла услуг
3. Порядок образования сервисной организации
4. Нормативные документы по обслуживанию населения.
5. Понятие и содержание сервисных технологий
6. Аспекты безопасности услуг
7. Основные нормы этики для работника контактной зоны сервисного предприятия.
8. Эстетические показатели услуг.
9. Объекты дизайна на предприятиях сервиса.
10. Эстетика внешнего облика работника контактной зоны.

Задание творческого уровня №1

Вариант 1

Характеристика сферы услуг в рассматриваемом регионе с учетом геоклиматических, этнических и демографических факторов.

Вариант задания 1:

1) Провести анализ рекламных изданий заданного региона с точки зрения ассортимента и наличия услуг для определенной целевой аудитории (мужчины, женщины, дети, пожилые люди, молодежь). Выявить:

1. Зависимость сервисной деятельности от географических факторов (влияние климата, ландшафта, плотность размещения людей на территории).
2. Влияние городских и сельских поселений на систему хозяйствования и сферу услуг.
3. Роль демографических факторов (численность и структура населения, соотношение мужчин и женщин, разных возрастных групп, уровень рождаемости и смертности, миграционные процессы) в развитии сервисной деятельности области.

2) Сделать доклад, в котором осветить вопросы:

1. Каким образом влияют на развитие сервисной деятельности географические факторы?
2. Каким образом влияют на сферу услуг в рассматриваемом регионе типы территориального расселения людей?
2. Как взаимосвязаны между собой демографические процессы и сервисная деятельность в регионе?

Для анализа взять регионы: Сахалинская область, Приморский край, Карелия, Краснодарский край (Сочи, Адлер), Республика Татарстан, Чеченская республика, Крым.

Вариант задания 2:

1) Рассмотрите согласно классификационной модели услуги виды услуг, оказываемых в одном из районов (микрорайонов) города, сделайте таблицу по количеству предприятий, оказывающих те или иные виды услуг; сделайте вывод, какие виды услуг наиболее востребованы населением района (микрорайона) и поясните, почему.

Вариант 2

Классификация и характеристика основных видов сервисных услуг.

1) Подготовка и защита презентаций по одному из видов услуг (по выбору студента): услуги по ремонту, техническому обслуживанию, изготовлению изделий по индивидуальному заказу потребителя (транспортных средств, бытовых приборов, ювелирных изделий, мебели, домов и квартир). Услуги ландшафтного дизайна. Услуги химчистки, прачечных. Фотоуслуги. Услуги парикмахерских. Транспортные услуги. Услуги по уборке помещений. Услуги общественного питания. Услуги розничной и оптовой торговли. Коммунальные услуги.

2) Составление таблицы «Характеристика материальных услуг» (название услуги по классификатору, особенности обслуживания, характеристика контактной зоны, материалы и оборудование, используемые в оказании услуги, требования к персоналу, законодательная база данного вида сервиса).

Вариант 3

Характеристика социально-культурных услуг.

1) Подготовка и защита презентаций по одному из видов услуг (по выбору студента): Туристические и экскурсионные услуги. Санаторно-оздоровительные услуги. Гостиничные услуги. Анимационные услуги.

2) Составление таблицы «Характеристика социально-культурных услуг» (название услуги по классификатору, особенности обслуживания, характеристика контактной зоны, материалы и оборудование, используемые в оказании услуги, требования к персоналу, законодательная база данного вида сервиса).

Задание творческого уровня №2

Вариант 1

Разработка проекта «Идеальная контактная зона предприятия сервиса (ресторана, гостиницы, салона красоты, ателье мод, юридические услуги, автомойка и др.).

1) Дать описание контактной зоны:

- атмосфера пространственной среды контактной зоны (интерьер, меблировка, технологичное оборудование, микроклимат, звуковое сопровождение);
- стиль обслуживания, проявляющийся в практических приемах обслуживания и разработанном сценарии обслуживания;
- стиль общения обслуживающего персонала;
- комфорт и безопасность среды контактной зоны.

2) Подобрать фотографии современных интерьеров контактной зоны рассматриваемого предприятия.

3) Подготовить доклад и презентацию:

- составить план контактной зоны сервисного предприятия (с условными обозначениями);
- определить физическую составляющую контактной зоны;
- определить психологическую составляющую контактной зоны;
- определить профессиональную составляющую контактной зоны;
- выявить особенности и недостатки контактной зоны предприятия;
- предложить рекомендации по совершенствованию контактной зоны предприятия.

Вариант 2

Стандарты обслуживания как внутренняя форма контроля качества

Рассмотреть показатели качества услуг на рассмотренном в предыдущем задании предприятии.
Разработать стандарт обслуживания.

Деловая и (или) ролевая игра / кейс-задача № 1.

«Закон о защите прав потребителей». «Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации». «Права и обязанности участников сервисной деятельности».

Задание: коллективно изучить закон и разработать примеры применения этих законов в различных сферах сервисной деятельности. Уделить внимание методам правового регулирования отношений в рассматриваемой сфере. Группа разбивается на подгруппы по 2-3 человека. В конце занятия студенты моделируют ситуации решения проблем.

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: экзамен

Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос № 1)

- 1) Факторы, влияющие на развитие системы услуг на местности
- 2) Основные тенденции роста сферы услуг
- 3) Классификационная модель услуги
- 4) Классификация предприятий, осуществляющих сервисную деятельность.
- 5) Виды социальных услуг, предоставляемых государственными учреждениями
- 6) Посреднические услуги в предпринимательстве
- 7) Современная коммуникативная система на рынке услуг.
- 8) Методы установления контакта с клиентом
- 9) Специфика делового общения в сфере услуг.
- 10) Разновидности кривых жизненного цикла товара
- 11) Отличия жизненного цикла услуг от жизненного цикла товара.
- 12) Особенности сервисной деятельности на этапах жизненного цикла услуг.
- 13) Необходимые рекомендации к поддержанию уровня сервиса.
- 14) Лицензирование и сертификация сервисной деятельности.
- 15) Квалификационные требования к работникам сферы сервиса
- 16) Права и обязанности участников сервисной деятельности
- 17) Правила оформления, приема и выдачи заказа
- 18) Эстетические особенности интерьера контактной зоны предприятий сервиса
- 19) Качество услуги как комплекс полезных свойств
- 20) Аспекты безопасности услуг

Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос № 2)

- 1) Определить критерии качества оказываемых услуг (на примере одной): бытовые услуги; услуги пассажирского транспорта; услуги связи; жилищно-коммунальные услуги; услуги учреждений культуры; туристические и экскурсионные услуги; услуги физической культуры и спорта; медицинские, санаторно-оздоровительные услуги; услуги правового характера; услуги банков; услуги в системе образования; услуги торговли и общественного питания, услуги

рынков;

2) Составить схематически структуру сервисного продукта известной сервисной организации (по заданию) согласно концепции Ф. Котлера.

3) Напишите перечень предприятий услуг, которые могут составлять инфраструктуру торгового центра; обоснуйте необходимость их наличия в торговом центре; обоснуйте месторасположение предприятий в торговом центре.

Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос № 3)

1) Разработать технологию процесса обслуживания в отдельных видах сервиса (доставка готовой еды, доставка подарков и цветов, разработка проекта мебели на заказ, услуги бань, репетиторские услуги, услуги проката спортивного инвентаря и др.)

2) Составить жизненный цикл услуги (на примере заданной услуги) и обосновать управление услугой на каждом этапе цикла. Напишите рекомендации по отношению к каждому этапу цикла. Перечислите факторы, которые необходимо учитывать на каждом этапе цикла.

3) Составьте анкету для изучения перечня наиболее значимых для потребителей критериев качества заданной услуги.

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №1 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»), сформированные дисциплиной)	ОПК-2	Знать: - основные этапы эволюции сервисной деятельности; - классификацию и характеристику основных видов сервисных услуг (материальных и социально-культурных); - основные методы предоставления услуг, этапы, виды и формы обслуживания; - основные показатели назначения, качества, безопасности услуг. - стратегические направления и конкурентоспособность в сфере услуг; - регулирование отношений в сервисной деятельности, - нормативно-законодательную базу, регламентирующую сервисную деятельность.	30
Вопрос №2 Практическое задание (проверяет умения («уметь»), проверяет практические навыки («владеть»), сформированные дисциплиной)	ОПК-2	Уметь: - применять требования нормативных документов к основным видам продукции (услуг) и процессов; - определять критерии качества оказываемых услуг; - использовать различные средства делового общения; - анализировать профессиональные ситуации с позиций участвующих в них индивидов; - разрабатывать и организовывать реализацию стандартов сервиса. Владеть: - навыками работы в контактной зоне с потребителем, - основами разработки технологии процесса обслуживания в отдельных видах сервиса, - методами оценки качества услуги и обслуживания в отдельных видах сервиса.	30
Вопрос №3 Практическое задание (проверяет умения («уметь»), проверяет практические навыки («владеть»), сформированные дисциплиной)	ОПК-2	Уметь: - применять требования нормативных документов к основным видам продукции (услуг) и процессов; - определять критерии качества оказываемых услуг; - использовать различные средства делового общения; - анализировать профессиональные ситуации с позиций участвующих в них индивидов; - разрабатывать и организовывать реализацию стандартов сервиса. Владеть: - навыками работы в контактной зоне с потребителем, - основами разработки технологии процесса обслуживания в отдельных видах сервиса, - методами оценки качества услуги и обслуживания в отдельных видах сервиса.	40