

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.В.03 Сервисные технологии в ивент-индустрии
Направление подготовки:	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль):	Ивент-индустрия: конгрессно-выставочный сервис
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Старший преподаватель Савутькова А. В.

Санкт-Петербург
2023

1. Цели и задачи дисциплины:*Цель освоения дисциплины:*

Изучить основные направления сервисной деятельности и технологии, применяемые в ивент-индустрии

Задачи дисциплины:

- ознакомление студентов с современными сервисными технологиями в ивент-индустрии - изучение студентами основных понятий и категорий сервиса в ивент-индустрии;

- получение студентами знаний об отличительных характеристиках клиенториентированной компании;

- изучение особенностей оказания услуг и сервисного обслуживания для различных контингентов потребителей в ивент-индустрии.;

-изучение концептуальных основ организации технологических процессов в сфере ивент-индустрии -анализ современных методов и форм обслуживания различных контингентов потребителей в ивент-индустрии

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
ПК-1 Способен привлекать участников ивент-мероприятий и продвигать проекты ивент-мероприятий	ПК-1.1 Знает основы ивент-менеджмента; инструменты эффективного осуществления продаж; методы ведения деловых переговоров; деловой этикет и основы делопроизводства; английский язык (письменный и устный) на среднем уровне в сфере профессиональной деятельности; методы эффективных публичных выступлений и презентаций; инструменты и способы подготовки электронных бизнес-презентаций.	33.019 Профессиональный стандарт «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок»
	ПК-1.2 Умеет вести деловую переписку; осуществлять коммуникации с клиентами разных типов, определять запросы потенциального клиента, работать с возражениями; проводить публичные выступления и презентации; создавать мультимедиа-презентации с помощью специализированного программного обеспечения.	
	ПК-1.3 Способен выполнять следующие трудовые действия: составлять информационные письма и приглашения к участию в ивент-мероприятии для различных групп потенциальных участников; осуществлять переговоры об участии в ивент-мероприятии; собирать и оформлять необходимую заявочную документацию и регистрировать организацию в качестве участника ивент-мероприятия; предоставлять потенциальным участникам пакет информации об ивент-мероприятии в соответствии с их интересами и запросами; проводить презентацию ивент-мероприятия для потенциальных участников с целью их привлечения к участию.	

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-5 Способен организовывать совместную работу с партнерами ивент-мероприятия всех уровней, в том числе с заинтересованными органами государственного управления, отраслевыми ассоциациями и союзами, торгово-промышленными палатами, отраслевыми организациями	ПК-5.1 Знает о развитии отраслевых рынков, связанных с тематикой организуемого ивент-мероприятия; технологии эффективной работы со спонсорами; возможности участия представителей органов государственного управления различного уровня в подготовке и проведении ивент-мероприятий; особенности работы с различными группами потенциальных партнеров и спонсоров; возможности формирования пакетов услуг для партнеров и спонсоров ивент-мероприятия; особенности управления проектами ивент-мероприятий.	33.019 Профессиональный стандарт «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок»
	ПК-5.2 Умеет выявлять интересы различных групп потенциальных партнеров и спонсоров; формировать индивидуальные предложения для различных групп потенциальных партнеров и спонсоров в рамках организуемого ивент-мероприятия; управлять ресурсами проекта ивент-мероприятия.	
	ПК-5.3 Способен выполнять следующие трудовые действия: осуществлять постановку задач перед участниками команды проекта ивент-мероприятия по выполнению соглашений с партнерами и спонсорами; проводить переговоры с потенциальными спонсорами ивент-мероприятия; заключать соглашения о сотрудничестве в сфере продвижения ивент-мероприятия и привлечения ее участников с ключевыми партнерами: национальными и международными профессиональными и отраслевыми ассоциациями, союзами, торгово-промышленными палатами, органами государственного управления различного уровня, консульствами, крупными национальными, зарубежными или международными организациями; контролировать соблюдение согласованных условий сотрудничества со спонсорами в ходе подготовки и проведения ивент-мероприятия.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1.1. Знает основы ивент-менеджмента; инструменты эффективного осуществления продаж; методы ведения деловых переговоров; деловой этикет и основы делопроизводства; английский язык (письменный и устный) на среднем уровне в сфере профессиональной деятельности; методы эффективных публичных выступлений и презентаций; инструменты и способы подготовки электронных бизнес-презентаций.	знает основы служебного, национального и дипломатического этикета; знает основные правила и инструменты эффективного делового общения, публичных выступлений
ПК-1.2. Умеет вести деловую переписку; осуществлять коммуникации с клиентами разных типов, определять запросы потенциального клиента, работать с возражениями; проводить публичные выступления и презентации; создавать мультимедиа-презентации с помощью специализированного программного обеспечения.	умеет грамотно строить коммуникацию, исходя из целей и ситуации общения; умеет обосновывать, разъяснять и продвигать проектный замысел исходя из запросов потенциального клиента, в том числе с помощью специализированного программного обеспечения.

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1.3. Способен выполнять следующие трудовые действия: составлять информационные письма и приглашения к участию в ивент-мероприятии для различных групп потенциальных участников; осуществлять переговоры об участии в ивент-мероприятии; собирать и оформлять необходимую заявочную документацию и регистрировать организацию в качестве участника ивент-мероприятия; предоставлять потенциальным участникам пакет информации об ивент-мероприятии в соответствии с их интересами и запросами; проводить презентацию ивент-мероприятия для потенциальных участников с целью их привлечения к участию.	способен к осуществлению эффективной деловой переписки с целью информирования клиентов и потенциальных участников о планируемых ивент-мероприятиях; способен разрабатывать и проводить презентацию ивент-мероприятия для потенциальных участников с целью их привлечения к участию.
ПК-5.1. Знает о развитии отраслевых рынков, связанных с тематикой организуемого ивент-мероприятия; технологии эффективной работы со спонсорами; возможности участия представителей органов государственного управления различного уровня в подготовке и проведении ивент-мероприятий; особенности работы с различными группами потенциальных партнеров и спонсоров; возможности формирования пакетов услуг для партнеров и спонсоров ивент-мероприятия; особенности управления проектами ивент-мероприятий.	Знает особенности развития рынка ивент-индустрии; приемы эффективного сотрудничества со спонсорами, представителями органов государственного управления; знает возможности и отличительные признаки сотрудничества с различными группами потенциальных партнеров и спонсоров
ПК-5.2. Умеет выявлять интересы различных групп потенциальных партнеров и спонсоров; формировать индивидуальные предложения для различных групп потенциальных партнеров и спонсоров в рамках организуемого ивент-мероприятия; управлять ресурсами проекта ивент-мероприятия.	Умеет выявлять потенциальных партнеров и спонсоров организации (или конкретного проекта в ивент-индустрии) по наиболее важным параметрам; разрабатывать индивидуальные предложения в соответствии с выбранной целевой аудиторией.
ПК-5.3. Способен выполнять следующие трудовые действия: осуществлять постановку задач перед участниками команды проекта ивент-мероприятия по выполнению соглашений с партнерами и спонсорами; проводить переговоры с потенциальными спонсорами ивент-мероприятия; заключать соглашения о сотрудничестве в сфере продвижения ивент-мероприятия и привлечения ее участников с ключевыми партнерами: национальными и международными профессиональными и отраслевыми ассоциациями, союзами, торгово-промышленными палатами, органами государственного управления различного уровня, консульствами, крупными национальными, зарубежными или международными организациями; контролировать соблюдение согласованных условий сотрудничества со спонсорами в ходе подготовки и проведения ивент-мероприятия.	Способен осуществлять постановку задач, распределять функции внутри команды ивент-проекта, Способен вести деловые переговоры по различным вопросам, возникающим в ходе осуществления деятельности по подготовке и проведению ивент-мероприятия целью согласования взаимных интересов ивент-проекта и партнерами, спонсорами, национальными и международными профессиональными и отраслевыми ассоциациями, союзами, торгово-промышленными палатами, органами государственного управления различного уровня, консульствами, крупными национальными, зарубежными или международными организациями;

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-1.1 ПК-5.1	ПК-1.2 ПК-5.2	ПК-1.3 ПК-5.3
1	Введение в сервисные технологии.	ПК-1	Тестирование №1 (10)	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-1.1 ПК-5.1	ПК-1.2 ПК-5.2	ПК-1.3 ПК-5.3
2	Составляющие элементы сервиса в ивент-индустрии	ПК-1	Тестирование №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
3	Технологии взаимодействия с клиентом в ивент-индустрии	ПК-1 ПК-5	Тестирование №2 (10)	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10) Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
4	Практика сервисных технологий	ПК-1 ПК-5	Тестирование №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
5	Основы клиентоориентированного сервиса.	ПК-1 ПК-5	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: Введение в сервисные технологии. Определение понятий сервисные технологии, социальная сфера. Основные понятия и категории сервиса. Факторы, определяющие восприятие качество услуги. Сравнительная характеристика товара и услуги. Основные подходы к осуществлению сервиса. Уровни качества обслуживания: криминальное качество, нормативное качество, фирменное качество, обслуживание экстра-класса. Сочетания уровня сервиса и ожидания клиента. Этапы жизненного цикла услуги Практические занятия/самостоятельная работа: Кривая жизненного конкретного ивент-продукта Лабораторная работа:-</p>
<p>Тема 2: Составляющие элементы сервиса в ивент-индустрии Три базовые модели сервиса: элитная, средняя, доступная. Принципы современного сервиса. Виды сервиса по времени его осуществления. Стандарты сервиса в ивент-индустрии. Требования к стандартам сервиса. Внешние и внутренние стандарты сервиса. Практические занятия/самостоятельная работа: Определение основных стандартов сервиса при проведении выбранного ивент-мероприятия Лабораторная работа:-</p>
<p>Тема 3: Технологии взаимодействия с клиентом в ивент-индустрии Этапы взаимодействия с клиентом в ивент-индустрии. Определение поведенческих и структурных элементов сервиса в ивент-индустрии. Особенности оказания услуг и сервисного обслуживания для различных контингентов потребителей в ивент-индустрии. Практические занятия/самостоятельная работа: Разработка плана взаимодействия с клиентом при проведении конкретного ивент-мероприятия Лабораторная работа:</p>
<p>Тема 4: Практика сервисных технологий Конфликтные ситуации. Работа с претензиями и рекламациями. «Трудный» клиент типология, методика работы. Телефонные переговоры. Особенности взаимодействия по телефону. Составляющие бизнес-этикета. Эффективная коммуникация. Корпоративный стиль передачи информации по телефону. Обратная связь с клиентом. современные методы и формы обслуживания различных контингентов потребителей в ивент-индустрии Практические занятия/самостоятельная работа: Разрешение конфликтной ситуации при проведении ивент-мероприятия</p>

43.03.01 Сервис, направленность (профиль) "Ивент-индустрия: конгрессно-выставочный сервис"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.03 Сервисные технологии в ивент-индустрии

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
Лабораторная работа:-
Тема 5: Основы клиентоориентированного сервиса. Правила клиентского сервиса в ивент-индустрии. Клиентоориентированный подход как основной аспект организации сервисного обслуживания в ивент-индустрии. Лояльность потребителей и принципы ее формирования.
Практические занятия/самостоятельная работа: Определить отличительные особенности клиентоориентированной компании
Лабораторная работа:-
Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 3
Аудиторные занятия (АЗ):	54	54
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	36	36
Самостоятельная работа студента (СР)	82	82
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	82	82
Контроль самостоятельной работы (КСР)	8	8
Контактная работа (КоР)	62	62
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	Введение в сервисные технологии.	3	2	2	0	8	2
2	Составляющие элементы сервиса в ивент-индустрии	3	4	8	0	10	8
3	Технологии взаимодействия с клиентом в ивент-индустрии	3	6	10	0	18	10
4	Практика сервисных технологий	3	2	8	0	24	8
5	Основы клиентоориентированного сервиса.	3	4	8	0	22	8
		Итого:	18	36	0	82	36

* 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):	8	8
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4
Самостоятельная работа студента (СР)	155	155
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	155	155
Контроль самостоятельной работы (КСР)	8	8
Контактная работа (КоР)	16	16
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				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Введение в сервисные технологии.	3	0	0	0	10	2
2	Составляющие элементы сервиса в ивент-индустрии	3	0	0	0	18	8
3	Технологии взаимодействия с клиентом в ивент-индустрии	3	2	2	0	37	10
4	Практика сервисных технологий	3	2	2	0	42	8
5	Основы клиентоориентированного сервиса.	3	0	0	0	48	8
Итого:			4	4	0	155	36

* 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 4
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	18	18
Самостоятельная работа студента (СР)	111	111
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	111	111
Контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6
Контактная работа (КоР)	42	42
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	27	27
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	Введение в сервисные технологии.	4	2	2	0	8	2
2	Составляющие элементы сервиса в ивент-индустрии	4	4	4	0	10	8
3	Технологии взаимодействия с клиентом в ивент-индустрии	4	6	6	0	22	10
4	Практика сервисных технологий	4	2	2	0	32	8
5	Основы клиентоориентированного сервиса.	4	4	4	0	39	8
Итого:			18	18	0	111	36

* 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. **ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМ СЕРВИСА. В 2 Ч. ЧАСТЬ 1** 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Бабокин Г. И., Подколзин А. А., Колесников Е. Б. - Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» (г. Москва); Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева (г. Москва), 2023 г. - 423 с. - ISBN 978-5-534-06221-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-funkcionirovaniya-sistem-servisa-v-2-ch-chast-1-515375>

2. **ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМ СЕРВИСА. В 2 Ч. ЧАСТЬ 2** 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Бабокин Г. И., Подколзин А. А., Колесников Е. Б. - Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» (г. Москва); Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева (г. Москва), 2023 г. - 407 с. - ISBN 978-5-534-06223-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-funkcionirovaniya-sistem-servisa-v-2-ch-chast-2-516110>

3. **ИНФОРМАТИКА И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ** 4-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Гаврилов М. В., Климов В. А. - Саратовская государственная юридическая академия (г. Саратов), 2022 г. - 383 с. - ISBN 978-5-534-00814-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/informatika-i-informacionnye-tehnologii-488708>

4. **ИНФОРМАЦИОННОЕ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.** Учебник и практикум для вузов / Куприянов Д. В. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2023 г. - 255 с. - ISBN 978-5-534-02523-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/informacionnoe-i-tehnologicheskoe-obespechenie-professionalnoy-deyatelnosti-511976>

Дополнительная литература:

1. **КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАФИКА** 3-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Колошкина И. Е., Селезнев В. А., Дмитроченко С. А. - Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского (г. Брянск), 2023 г. - 233 с. - ISBN 978-5-534-12341-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/kompyuternaya-grafika-513030>

2. **КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ** 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Черткова Е. А. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2023 г. - 250 с. - ISBN 978-5-534-07491-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/kompyuternye-tehnologii-obucheniya-513395>

3. **СЕРВИСОЛОГИЯ** 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Бражников М. А. - Самарский государственный технический университет (г. Самара), 2023 г. - 144 с. - ISBN 978-5-534-13343-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/servisologiya-519336>

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 : 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. Connect: IT-технологии : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.connect-wit.ru/>. - Текст: электронный

9. it-world.ru [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.it-world.ru>. - Текст: электронный

10. Виртуальный компьютерный музей [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.computer-museum.ru>. - Текст: электронный

11. Компьютерра : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.computerra.ru/>. - Текст: электронный

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

13. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://rkn.gov.ru>. - Текст: электронный

14. Math-Net.Ru: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://www.mathnet.ru/>. - Текст: электронный

15. Министерство экономического развития Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://economy.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. 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

3. 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 порталу 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

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

Доклад, сообщение/Реферат №1

1. Структура сервисной деятельности и удовлетворение потребностей
2. Методологические основы сервисной деятельности
3. Сервисное обслуживание: его характеристика и тенденции развития
4. Особенности технологии сервисного обслуживания в ивент-индустрии
5. Факторы, определяющие восприятие качество услуги.
6. Сравнительная характеристика товара и услуги.

7. Основные подходы к осуществлению сервиса.

8. Уровни качества обслуживания: криминальное качество, нормативное качество, фирменное качество, обслуживание экстра-класса.

9. Этапы жизненного цикла услуги

10. Сервисное обслуживание: его характеристика и тенденции развития

Доклад, сообщение/Реферат №2

1. Структура сервисного взаимодействия в процессе предоставления услуги

2. Особенности оказания услуг и сервисного обслуживания для различных контингентов потребителей в ивент-индустрии

3. Этапы взаимодействия с клиентом в ивент-индустрии.

4. Стандарты взаимодействия с клиентом

5. Последовательные этапы взаимодействия с клиентом

6. Процесс **взаимодействия с клиентом** по телефону.

Собеседование, опрос/Контрольная работа №1

1. Анализ сервисных технологий и услуг, предлагаемых в г. Санкт-Петербурге

2. Структурные элементы сервиса

3. Поведенческие элементы сервиса

4. Требования к персоналу, осуществляющему сервисное обслуживание

5. Информирование клиентов о стандартах сервиса

6. Стратегия взаимодействия с клиентами

Собеседование, опрос/Контрольная работа №2

1. Преимущества клиентоориентированности для бизнеса

2. Сущность клиентоориентированного бизнеса

3. Оценка эффективности клиентоориентированного подхода

4. Конфликтные ситуации. Работа с претензиями и рекламациями.

5. «Трудный» клиент типология, методика работы.

6. Телефонные переговоры. Особенности взаимодействия по телефону.

7. Составляющие бизнес-этикета.

8. Эффективная коммуникация.

9. Обратная связь с клиентом. современные методы и формы обслуживания различных контингентов потребителей в ивент-индустрии

Задания творческого уровня №1

1. Основные подходы к осуществлению сервиса;

- негативный подход – при данном подходе производитель рассматривает проявившиеся дефекты изделия как случайно возникшие ошибки, а сервис как излишние расходы;
- исследовательский подход – акцент делается на внимательный сбор и обработку информации о дефектах используемой продукции для улучшения в дальнейшем ее качества; этот подход больше опирается на выявление причины возникновения дефекта,

нежели на ремонт самого изделия;

- сервис как хозяйственная деятельность – сервис может быть серьезным источником прибыли организации, особенно если продано большое количество изделий и систем, которые уже находятся в послегарантийном периоде. Любое совершенствование продукта в направлении увеличения надежности ограничивает доходы от сервиса. Но, с другой стороны, создает предпосылки для успеха в конкурентной борьбе;
- сервис – обязанность поставщика – сервис обеспечивается тем звеном канала распределения, который наиболее близок к потребителю, обязанности производителя исчерпываются поставкой оговоренных запасных частей и помощью в рамках гарантийного срока;
- сервис – обязанность производителя – это подход основан на том, что на изделии указана марка производителя и только он может обеспечить полный и качественный сервис;
- ограниченная ответственность – согласно этому подходу, производитель и поставщик имеют обязанности по ТО до окончания гарантийного срока; после этого сервис осуществляется независимыми фирмами;
- сервис – средство в конкурентной борьбе – усилия фирм направлены на: 1- организацию образцового сервиса; 2 –наблюдение за изделием в эксплуатации, независимо от того поступал ли сигнал о возникших проблемах; 3 –возможно даже замену узлов на более современные, разработанные производителем после покупки соответствующего товара. 4 – цель – убедить потребителя, чтобы в будущем при возникновении необходимости покупки нового товара данного производителя или поставщика, он не задумывался о каком-либо ином выборе;
- оптимальное качество – сервис рассматривается как важный источник информации о том, почему появилась неисправность и что нужно для усовершенствования продукции, чтобы в будущем этого не случилось;
- социально-экономический подход – невнимание производителя к проблемам сервиса оценивается потребителями как грубое пренебрежение их интересами. А проведение, например, рекламной кампании с акцентом на организацию и качество сервиса может создать впечатление о том, что сама продукция не очень качественная. Обычно ищут вариант, при котором на производителя (поставщика) возлагается ответственность за освобождение потребителя от всяких забот по поводу поведения изделия в эксплуатации.

Порядок выполнения задания:

1. подобрать подхода к осуществлению услуг в ивент-индустрии.
2. обосновать подбор подхода к осуществлению услуг в ивент-индустрии.

2. Разработать ТОП-10 конфликтных ситуаций, наиболее часто встречающихся при обслуживании клиентов и предложить их решения

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

Деловая игра: Не говори "нет"!

Все участники становятся в круг. Каждый по очереди просит своего соседа справа оказать ему какую-то услугу. Заранее известно, что сосед это выполнить не может, но и отказать он не может тоже, поэтому его задача найти креативное решение, интересную альтернативу, иной вариант, который может устроить просящего. Каждый такой диалог не должен занимать более одной-двух минут. И так каждый из участников исполняет в процессе игры роль "клиента" и

роль "сервис-менеджера". Игра иллюстрирует важность креативного поведения в "сложных" ситуациях с клиентами (клиентском сервисе). Игра рассчитана на группы до 15 человек. После игры можно обсудить с участниками их впечатления и те выводы, которые они сделали.

Кейс «Контактная зона предприятий сервиса»

Сфера услуг в настоящее время является одной из важных отраслей народного хозяйства, призванной удовлетворять индивидуальные запросы и потребности населения в различных видах услуг.

В ходе обслуживания производитель, обслуживающий конкретного потребителя, и сам потребитель взаимодействуют в рамках определенной контактной зоны, которая в разных видах сервиса и на разных предприятиях неодинаково организована, имеет разные масштабы, действует в различной обстановке. Существуют виды услуг, в рамках которых контактная зона ограничена пространством служебного помещения.

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

Состояние контактной зоны решительным образом влияет на то, обратится ли вторично клиент в данную сервисную фирму. Она делает привлекательной для посетителей службу сервиса.

Персонал контактной зоны – это сотрудники компании, результативность деятельности которых напрямую связана с эффективным общением с клиентами и партнерами. К персоналу контактной зоны относятся:

- сотрудники коммерческой службы (менеджеры по продажам, торговые представители, продавцы-консультанты),
- сотрудники административного отдела (секретари, администраторы, офис-менеджеры),
- сотрудники службы поддержки клиентов (специалисты по работе с клиентами, специалисты по сопровождению, операторы call-центров).

В процессе обслуживания потребители могут попадать в стрессовые ситуации, связанные с нестабильностью качества услуг. Такой риск возникает при оказании медицинских и юридических услуг, услуг химчистки, охранных услуг. Специалист по сервису должен обладать опытом психологического общения и внушать потребителю доверие.

Слова и действия обслуживающего персонала являются элементами качества обслуживания. Речь обслуживающего персонала должна быть содержательной, ясной, доходчивой, понятной, грамотной. Разговор специалиста по сервису с потребителем должен быть неторопливым. Обслуживание потребителей должно выполняться с соблюдением правил делового этикета.

Стиль общения обслуживающего персонала должен соответствовать сценарию обслуживания сервисной организации и типу оказываемых услуг. Специалист по сервису должен обладать хорошей памятью и быть способным своевременно и правильно передать информацию, необходимую для обслуживания конкретного потребителя. Он должен обладать самоконтролем, уметь вести оперативный анализ способов и результатов деятельности, недостатков в работе и причин снижения качества.

Сценарий обслуживания – это сюжетная схема, по которой происходит обслуживание потребителей в процессе предоставления им тех или иных услуг. В сценарии кратко излагается процесс обслуживания с разбивкой на этапы и указанием различных видов сопровождения: музыкального, звукового, светового, анимационного и т. д.

Таким образом, услуги всегда несут на себе личностный, персонализированный отпечаток. Слаженные действия и взаимопонимание всех участников сервисной активности ведут к тому, что позитивный эффект обслуживания многократно усиливается. Главное в том, что хорошим настроением заражаются клиенты, унося его с собой. Подобный оптимистический настрой способен привести потребителя ещё раз, а это и есть цель всех организаций сферы обслуживания.

Ответьте на вопросы:

- Какова роль контактной зоны в сфере обслуживания?
 - Что представляет собой идеальная контактная зона предприятия сервиса (ресторана, гостиницы, конгрессно-выставочного предприятия и др.). Какими должны быть 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?
 - Каковы особенности сервисной коммуникации при личной продаже? Что является главным в стадии приема и установления отношений при личной продаже?
 - Предложите эффективную, на ваш взгляд, программу действий, общения с потребителями.
- Опишите, как протекает обслуживание клиентов в контактной зоне предприятия (любого на выбор студента).

Тестирование №1

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:
 - а) опрос, профессионализм, качество
 - б) услуга, спрос, специалист
 - в) деятельность, потребность и услуга.
2. В чем заключается неосвязаемость услуги:
 - А) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
 - Б) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
 - В) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.
3. Отличительными особенностями услуг являются:
 - А) неразрывность производства и потребления услуги;
 - Б) несохраняемость услуг;
 - В) незабываемость услуг.
4. Под методом или формой обслуживания следует понимать:
 - А) определенный способ предоставления услуг заказчику;
 - Б) предоставление информации клиенту;
 - В) оказание услуги клиенту.
5. 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.
6. Услуга обладает следующими качествами:
 - А) способность к хранению и транспортировке;
 - Б) неотделимость от своего источника;
 - В) неизменностью качества.
7. Целью сервисной деятельности является:
 - А) удовлетворение человеческих потребностей;
 - Б) исследование рынка услуг;
 - В) производство услуг.
8. Услуга – это:
 - А) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо;

Б) осязаемые действия, направленные на товар или человека;

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

9. Одной из существенных отличий услуги от товара является:

А) различие мест хранения;

Б) более высокая стоимость;

В) совмещение производства и потребления.

10. Одно из ключевых понятий, которое используется при определении сервиса:

а) профессионализм

б) специалист

в) деятельность

Тестирование №2

1. Из каких двух понятий складывается понятие "КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ"

а) клиент и ориентация

б) клиент и прибыль

в) клиент и коммуникация

2. Что понимают под аббревиатурой CRM?

а) потребительские инновации

б) механизм управления бизнес-процессами

в) механизм управления взаимоотношениями с клиентами

3. Для каких целей рассчитывают индекс клиентоориентированности?

а) для оценки готовности покупателей к повторным покупкам

б) определения приверженности потребителей к продукту / услуге

в) для проведения опросов клиентов, интервьюирования или анкетирования

г) для определения факторов и результатов исследования страхового рынка

4. Как расшифровывается аббревиатура NPS?

а) индекс конкурентоспособности

б) индекс эффективности

в) индекс лояльности

5. Какой вопрос рекомендуется задать клиенту чтобы измерить величину коэффициента клиентоориентированности?

а) Какова вероятность того, что Вы НЕ порекомендуете компанию / продукт своим друзьям/ знакомым / коллегам?

б) Назовите основную причину вашего отношения к компании / продукту?

в) Какова вероятность того, что Вы порекомендуете компанию/ продукт своим друзьям/ знакомым/коллегам?

6. Что является основой клиентоориентированной организации?

а) маркетинг

б) клиенты

в) продажи

7. **Работу с возражением следует начинать так:**

а) «Вы несколько неправы, и я сейчас расскажу вам, в чем именно».

б) «Согласен с Вами».

в) «Я понимаю, Вашу позицию»

8. **Работа по возвращению клиентов – это:**

а) Умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы его ухода/снижения активности.

б) Умение приносить извинения за некачественную работу компании.

в) Умение объяснить клиенту, что уход/снижение активности является его стратегической

ошибкой.

9. Какие действия необходимо совершать сотруднику на этапе Выявления потребностей Клиента?

- а) описать основные характеристики и условия приобретения продукта или услуги
- б) удостовериться в правильности понимания потребностей клиента, задавая уточняющие вопросы
- в) слушать клиента внимательно и заинтересованно, не перебивать и не завершать за него фразы
- г) уточнить мнение и решение клиента по приобретению продукта или услуги
- д) все ответы верны

10. Как недопустимо вести себя сотруднику в сложной и конфликтной ситуации с Клиентом?

- а) обвинять в виновности своих коллег
- б) раздражаться, разговаривать с клиентом на повышенных тонах
- в) вступать в спор с клиентом, доказывая его неправоту
- г) сообщать клиенту информацию о том, что ситуация будет исправлена и в какие сроки

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. Основные понятия и категории сервиса.
2. Факторы, определяющие восприятие качество услуги.
3. Сравнительная характеристика товара и услуги.
4. Основные подходы к осуществлению сервиса.
5. Уровни качества обслуживания: криминальное качество, нормативное качество, фирменное качество, обслуживание экстра-класса.
6. Этапы жизненного цикла услуги
7. Этапы взаимодействия с клиентом в ивент-индустрии.
8. Особенности оказания услуг и сервисного обслуживания для различных контингентов потребителей в ивент-индустрии
9. Технология разрешения конфликтных ситуаций в сервисе
10. Три базовые модели сервиса: элитная, средняя, доступная.
11. Принципы современного сервиса.
12. Виды сервиса по времени его осуществления.
13. Стандарты сервиса в ивент-индустрии.
14. Требования к стандартам сервиса.
15. Внешние и внутренние стандарты сервиса.
16. Работа с претензиями и рекламациями.
17. «Трудный» клиент типология, методика работы
18. Телефонные переговоры. Особенности взаимодействия по телефону.
19. Составляющие бизнес-этикета.
20. Эффективная коммуникация.
21. Корпоративный стиль передачи информации по телефону.
22. Обратная связь с клиентом.
23. Современные методы и формы обслуживания различных контингентов потребителей в ивент-индустрии
24. Правила клиентского сервиса в ивент-индустрии.
25. Клиентоориентированный подход как основной аспект организации сервисного обслуживания в ивент-индустрии.

26. Лояльность потребителей и принципы ее формирования.**Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос №2)**

1. Разработка плана взаимодействия с клиентом при проведении конкретного ивент-мероприятия
2. Определение отличительных особенностей клиентоориентированной компании
3. Разработка основных стандартов сервиса при проведении выбранного ивент-мероприятия
4. Выбор клиентской группы для конкретного ивент-мероприятия
5. Разработать ТОП-10 конфликтных ситуаций, наиболее часто встречающихся при обслуживании клиентов и предложить их решения

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №1 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»)), сформированные дисциплиной)	ПК-1 ПК-5	знает основы служебного, национального и дипломатического этикета; знает основные правила и инструменты эффективного делового общения, публичных выступлений Знает особенности развития рынка ивент-индустрии; приемы эффективного сотрудничества со спонсорами, представителями органов государственного управления; знает возможности и отличительные признаки сотрудничества с различными группами потенциальных партнеров и спонсоров	40
Вопрос №2 Практическое задание (проверяет умения («уметь»)), проверяет практические навыки («владеть»)), сфор- мированные дисциплиной)	ПК-1 ПК-5	умеет грамотно строить коммуникацию, исходя из целей и ситуации общения; умеет обосновывать, разъяснять и продвигать проектный замысел исходя из запросов потенциального клиента, в том числе с помощью специализированного программного обеспечения. способен к осуществлению эффективной деловой переписки с целью информирования клиентов и потенциальных участников о планируемых ивент-мероприятиях; способен разрабатывать и проводить презентацию ивент-мероприятия для потенциальных участников с целью их привлечения к участию. Умеет выявлять потенциальных партнеров и спонсоров организации (или конкретного проекта в ивент-индустрии) по наиболее важным параметрам; разрабатывать индивидуальные предложения в соответствии с выбранной целевой аудиторией. Способен осуществлять постановку задач, распределять функции внутри команды ивент-проекта, Способен вести деловые переговоры по различным вопросам, возникающим в ходе осуществления деятельности по подготовке и проведению ивент-мероприятия целью согласования взаимных интересов ивент-проекта и партнерами, спонсорами, национальными и международными профессиональными и отраслевыми ассоциациями, союзами, торгово-промышленными палатами, органами государственного управления различного уровня, консульствами, крупными национальными, зарубежными или международными организациями;	60