

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Общие сведения

1.	Кафедра	Сервиса и туризма
2.	Направление подготовки	44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
3.	Направленность (профиль)	Сервис индустрии гостеприимства
4.	Дисциплина	Сервисная деятельность
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2023

I. Методические рекомендации по организации работы обучающихся во время проведения лекционных и практических занятий

1.1 Методические рекомендации по организации работы обучающихся во время проведения лекционных занятий

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание изучаемой дисциплины, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки, подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Рекомендуется активно задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

1.2 Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

В ходе подготовки к семинарским (практическим) занятиям следует изучить основную и дополнительную литературу, учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы.

Можно подготовить свой конспект ответов по рассматриваемой тематике, подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на занятие. Следует продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой. Можно дополнить список рекомендованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы.

Практические занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности обучающихся по изучаемой дисциплине.

Практическое занятие предполагает свободный обмен мнениями по избранной тематике. Он начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения обучающихся. Обсуждение сообщения совмещается с

рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам практического занятия, заслушиваются обычно в середине занятия. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет оценки выступавшим студентам. В целях контроля подготовленности обучающихся и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе практического занятия может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий.

При подготовке к практическому занятию студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем студенты вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.

Качество учебной работы обучающихся преподаватель оценивает с использованием технологической карты дисциплины, размещенной на сайте МАГУ.

1.3 Методические рекомендации по подготовке презентаций

Подготовку презентационного материала следует начинать с изучения нормативной и специальной литературы, статистических данных, систематизации собранного материала. Презентационный материал должен быть достаточным для раскрытия выбранной темы.

Подготовка презентационного материала включает в себя не только подготовку слайдов, но и отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить диспут.

Создание презентационного материала дает возможность получить навыки и умения самостоятельного обобщения материала, выделения главного.

При подготовке мультимедийного презентационного материала важно строго соблюдать заданный регламент времени.

Необходимо помнить, что выступление состоит из трех частей: вступления, основной части и заключения. Прежде всего, следует назвать тему своей презентации, кратко перечислить рассматриваемые вопросы, избрав для этого живую интересную форму изложения.

Большая часть слайдов должна быть посвящена раскрытию темы. Задача выступающего состоит не только в том, что продемонстрировать собственные знания, навыки и умения по рассматриваемой проблематике, но и заинтересовать слушателей, способствовать формированию у других обучающихся стремления познакомиться с нормативными и специальными источниками по рассматриваемой проблематике.

Алгоритм создания презентации

- 1 этап – определение цели презентации
- 2 этап – подробное раскрытие информации,
- 3 этап - основные тезисы, выводы.

Следует использовать 10-15 слайдов. При этом:

- первый слайд – титульный. Предназначен для размещения названия презентации, имени докладчика и его контактной информации;

- на втором слайде необходимо разместить содержание презентации, а также краткое описание основных вопросов;

- все оставшиеся слайды имеют информативный характер.

Обычно подача информации осуществляется по плану: тезис – аргументация – вывод.

Рекомендации по созданию презентации:

1. Читабельность (видимость из самых дальних уголков помещения и с различных устройств), текст должен быть набран 24-30-ым шрифтом.

2. Тщательно структурированная информация.

3. Наличие коротких и лаконичных заголовков, маркированных и нумерованных списков.

4. Каждому положению (идее) надо отвести отдельный абзац.

5. Главную идею надо выложить в первой строке абзаца.

6. Использовать табличные формы представления информации (диаграммы, схемы) для иллюстрации важнейших фактов, что даст возможность подать материал компактно и наглядно.

7. Графика должна органично дополнять текст.

8. Выступление с презентацией длится не более 10 минут.

1.4. Методические рекомендации по выполнению реферата

1. Реферат выполняется в текстовом редакторе Microsoft Word, формат листа А 4.

2. Структура. Реферат должен иметь введение, основную часть (2-3), заключение и список использованных источников (книги, журналы, газеты, Интернет - публикации, электронные ресурсы и др.).

3. Страница. Нумерация выполняется со 2-ой страницы, внизу («от центра» или «справа»). Размер шрифта: основной – 14, сноски (внизу страницы в автоматическом режиме) – 12. Абзац (красная строка) – отступ – 1, 25 см. Межстрочный интервал – полуторный.

4. Объем реферата – 1 печатный лист (40 тыс. знаков с пробелами).

«Реферат» (от лат. «reffere» — докладывать, сообщать) – краткое изложение в письменной форме определенного научного материала: содержания книги, научной теории, научной проблемы и т.д.

Реферат представляет собой итог самостоятельного изучения студентом одной (монографический реферат) или нескольких (обзорный реферат) научных работ и должен отражать их основное содержание.

Таким образом, в традиционном “латинском” смысле реферат — это творческий доклад или изложение содержания научной работы. Именно в этом смысле реферат как творческая форма индивидуальной работы студента широко используется во всех гуманитарных науках.

Можно выделить следующие типы рефератов.

1). «Реферат — научное исследование» (РНИ)

«Реферат — научное исследование» — наиболее распространенный тип студенческой реферативной работы. Форма и содержание данного типа реферата творчески излагают содержание той или иной темы научного культурологического исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и студента в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей студента, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, автор исследования должен ограничить его предмет. Творчески работающий студент может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, исходя от противоположного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном социогуманитарном научном поиске студента (что очень трудно для первокурсника), сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Выбор темы должен быть объяснен автором. Важную роль в подобном типе реферата играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, её новизне и объему можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В «реферате — научном исследовании» обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор в конце страницы дает полное указание на цитируемую

литературу. Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчёт по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, объем которого составляет 15—20 страниц, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объем. Оба типа реферата обычно оформляются либо в распечатанном виде, либо в электронном варианте.

2). «Реферат-дискурс» (РД)

«Реферат-дискурс» является особой формой РНИ, предполагающей все основные требования, которые предъявляются к студенческой работе и описаны выше. Особенностью (РД) — «реферата-дискурса» является форма изложения материала, представляющая собой подбор цитат различных мыслителей и ученых по данной теме. Понятие «дискурс», введенное в середине нашего века французскими структуралистами, и обозначает в самом общем виде «речь, беседу». Студент как бы беседует с великими мыслителями по данной проблеме, составляя свою хрестоматию по исследуемой проблеме. В процессе работы он знакомится с трудами ученых. Работы типа РД предполагают прочтение большого числа источников, что требует от студента хорошего знания литературы по теме исследования.

Структура реферата.

Как и всякое научное исследование, реферат должен иметь чёткую структуру. В ней должны присутствовать следующие компоненты: титульный лист, оглавление, введение, историческая и теоретическая (при необходимости и практическая) части, заключение, список использованных источников. Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, её новизна (при необходимости научная и практическая значимость), выделяется цель, ставятся задачи, объект и предмет творческого исследования (при необходимости указывается гипотеза); рассматриваются основные литературные источники. В исторической части освещается выбранная эпоха, интерпретируются основные характеристики культуры того времени, в теоретической – рассматриваются основные понятия и эволюция взглядов на данную проблему. В заключении на основании поставленной цели и экспонированных задач приводятся основные выводы, к которым в результате написания реферата пришёл студент (при наличии – гипотезы, приводится подтверждение или опровержение последней). В списке использованных источников указываются источники, с которыми работал студент при написании реферата, они могут быть как литературные, так и интерактивные (электронные). Список использованных источников оформляется в соответствии с существующими библиографическими требованиями.

1.5. Методические рекомендации по выполнению эссе

Эссе - это сочинение - рассуждение небольшого объема со свободной композицией, свободная трактовка какой-либо проблемы. Эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендует на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Как правило, эссе предполагает новое, субъективно окрашенное слово о чем - либо и может иметь философский, историко-биографический, публицистический, литературно-критический, научно-популярный, беллетристический характер.

Эссе студента - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем). Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

1.6. Методические рекомендации по выполнению терминологического задания

Терминологическое задание выполняется студентами на основе самостоятельного изучения рекомендованной литературы, с целью систематизации, закрепления и расширения теоретических знаний, овладения навыками самостоятельной работы с научной литературой, формирования практических умений.

1.7. Методические рекомендации по подготовке к групповой дискуссии

Групповая дискуссия – это совместное обсуждение какого-либо спорного вопроса, позволяющее прояснить мнения, позиции и установки участников группы в процессе непосредственного общения.

В ходе дискуссии происходит коллективное сопоставление мнений, оценок, информации по обсуждаемой проблеме. Психологическая ценность дискуссии состоит в том, что благодаря принципу обратной связи и мастерству руководителя каждый участник получает возможность увидеть, как по-разному можно подойти к решению одной и той же проблемы, как велики индивидуальные различия людей в восприятии и интерпретации одних и тех же ситуаций.

При подготовке к дискуссии следует проанализировать информацию и выработать собственную точку зрения на конкретную проблему. Нужно продумать факты для аргументации своей точки зрения.

1.8. Методические рекомендации по подготовке к сдаче экзамена

Основным источником подготовки к экзамену является рекомендуемая литература и конспекты лекций. Следует точно запоминать термины и категории, поскольку в их определениях содержатся признаки, позволяющие уяснить их сущность и отличить эти понятия от других.

По окончании ответа преподаватель, принимающий экзамен, может задать студенту дополнительные и уточняющие вопросы.

При подготовке к ответу студенту рекомендуется составить план ответа на каждый вопрос. Положительным также будет стремление студента изложить различные точки зрения на рассматриваемую проблему, выразить свое отношение к ней.

2. Планы практических занятий

Практическое занятие 1.

Понятие об услуге и сервисной деятельности.

Функции и структура сферы услуг.

Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.

План.

1. Понятие об услуге и сервисной деятельности.
2. Функции сферы услуг.
3. Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг.
4. Общероссийские классификаторы услуг населению.
5. Доиндустриальное общество.
6. Индустриальное общество.

7. Постиндустриальное общество.
8. Этапы развития услуг в России.

Литература: 1, 2, 3, 4.

Вопросы для коллективного обсуждения

1. Что входит в понятие «сфера услуг»?
2. Дайте определения понятиям «услуга» и «сервис».
3. Поясните понятия «обслуживание» и «услуга».
4. Перечислите функции сферы услуг.
5. Определите роль сферы услуг в общественном разделении труда (подготовьтесь к групповой дискуссии).
6. Классификации сферы услуг в соответствии с функциональной направленностью.
7. Классификация сервисных процессов с процессной (операционной) точки зрения.
8. Общероссийские классификаторы услуг населению. Отраслевая классификация услуг.
9. Какова структура кодового обозначения объекта классификации по Общероссийскому классификатору услуг населению ОК 002-93 (ОКУН)?
10. Какие два основных подхода используются для периодизации развития человеческого общества?
11. В чем заключаются сущность формационного подхода и его ограниченность?
12. В чем проявляется преимущество цивилизационного подхода?
13. Поясните идеи Д. Белла о формировании постиндустриального общества.
14. Каковы особенности развития сферы услуг в России?
15. Какие этапы можно выделить в сфере развития бытовых услуг в России?

Задания для самостоятельной работы

1. Выполнение эссе на тему «Сервисная деятельность в современной жизни».
2. Составить хронологию развития теории постиндустриального общества.
3. Составить таблицу «Этапы развития услуг в России».

Практическое занятие 2. Специфика услуг как товара. План.

1. Эволюция понятия «товар».
2. Характеристики услуг.
3. Отличие услуги от материально-вещественного товара.

Литература: 1, 2, 3, 4.

Вопросы для коллективного обсуждения

1. Определите свойства услуги как товара.
2. Назовите три уровня товара (согласно Ф. Котлеру) и место сервисной деятельности в создании «подкрепления» товару.
3. Назовите основные характеристики услуг.
4. Какими средствами архитектор может повысить осязаемость своей услуги?
5. В чем причина непостоянства качества услуг или гетерогенность услуг?
6. О какой характеристике услуг идет речь в следующем примере? Служащий банка способен обслужить 20 клиентов в час. В период с 10 до 11 часов нет клиентов, в следующий час к нему собралась очередь в 40 человек.
7. В чем отличие услуг от материального продукта? Что в них общего?

Задания для самостоятельной работы

1. Составить таблицу «Отличие услуги от материально-вещественного товара».

Практическое занятие 3.

Ценность услуги.

План.

1. Определение ценности услуги.
2. Модель ценности услуги.
3. Уровни системы продажи услуг.

Литература: 1, 2, 3, 4.

Вопросы для коллективного обсуждения

1. Дайте основное содержание понятия ценности в отношении услуг.
4. Определите сущность понятия воспринимаемое качество.
5. Раскройте понимание модели ценности услуги.
6. Каким образом можно использовать модель ценности услуги при разработке услуги?

Задания для самостоятельной работы

1. Составьте схему «Модель ценности услуги».
2. Составьте таблицу «Четыре уровня системы продажи услуг».
3. Подготовиться к групповой дискуссии «Каким образом можно повысить ценность услуги?»

Практическое занятие 4.

Клиенты и их потребности.

Процесс принятия решения потребителем.

План.

1. Определение потребительской среды в сфере услуг.
2. Классификации клиентов, их потребности.
3. Факторы, влияющие на покупательское поведение.
4. Специфические аспекты покупки услуг.
5. Поведение потребителей деловых услуг.

Литература: 1, 2, 3, 4.

Вопросы для коллективного обсуждения

1. Объясните, какие типы услуг помогут потребителю удовлетворить каждый уровень потребностей в иерархии потребностей по Маслоу.
2. Объясните, как внешние и внутренние факторы влияют на появление наших потребностей в услугах.
3. Перечислите основные источники информации, используемые потенциальным клиентом для принятия решения о покупке. На ваш взгляд, какой из них является наиболее эффективным?
4. Существует мнение, что, принимая решение, клиент не следует какой-либо схеме, а делает свой выбор в большей или меньшей степени случайно. Какова ваша позиция по этому вопросу? Ответ обоснуйте.
5. Одни клиенты останавливаются в различных гостинцах, другие – предпочитают отели одной той же гостиничной сети, некоторые – только в любимившихся гостиницах. Как вы можете объяснить эти ситуации?
6. Почему потребители оценивают услуги иначе, чем товары?
7. В чем особенности поведения потребителей деловых услуг?

Задания для самостоятельной работы

1. Выполнить реферат на одну из тем:
 - Эволюция понятия «товар».
 - Отличие услуги от материально-вещественного товара.
 - Модель ценности услуги.
 - Классификации клиентов и их потребности.
 - Факторы, влияющие на покупательское поведение.
2. Подготовиться к групповой дискуссии «Разнообразные классификации клиентов: преимущества и недостатки»
3. Напишите основные психологические факторы, субъективно обуславливающие единоличное принятие решения деловых физических лиц и институциональных структур (подготовьтесь к групповой дискуссии).

Практическое занятие 5.

Обслуживание как сервисная система.

План.

1. Система сервисных операций.
2. Система предоставления услуг.
3. Система маркетинга услуг.

Литература: 1, 2, 3, 4.

Вопросы для коллективного обсуждения

1. Определите основное содержание SERVUCTION модели.
2. Поясните понятия «бэк-офис» и «фронт-офис».
3. Что представляет собой система маркетинга услуг?
4. Какие процессы оценивают клиенты, получающие услуги?
5. В чем состоит особенность предоставления услуг через электронные каналы?
6. Какие средства и инструменты используются компаниями для достижения желаемых изменений целевого рынка?
7. Поясните сущность треугольной модели маркетинга услуг Ф. Котлера.
8. В чем особенность модели, построенной на разделении услуги на различные по своей природе компоненты?
9. Какую цель ставит перед собой сервисная организация, предоставляя потребителям комплексную услугу (подготовьтесь к групповой дискуссии)?

Задания для самостоятельной работы

1. Составьте схему «Система предоставления услуги».
2. Составьте схему «Маркетинг-микс».

Практическое занятие 6.

Работа в контактной зоне.

План.

1. Пространство контакта.
2. Процесс контакта между клиентом и исполнителем.
3. Содержание контакта.
4. Работа с жалобами потребителей.
5. Принципы эффективного решения конфликтных ситуаций.

Литература: 1, 2, 3, 4.

Вопросы для коллективного обсуждения

1. Назовите основные виды общения в «контактной зоне».
2. Каким условиям должен отвечать процесс контакта между клиентом и исполнителем?
3. В чем сущность содержания контакта?
4. Какова роль общения в построении процесса продажи?
5. Назовите основные требования, предъявляемые к пространству контакта.
6. Определите особенности организации пространства контакта в различных сервисных предприятиях (подготовьтесь к групповой дискуссии).
7. Какие задачи реализуются в технике продаж, основанных на нейролингвистическом программировании?
8. Какие специфические характеристики услуг приводят к несоответствующему уровню обслуживания потребителя?
9. Какие цели преследуют потребители подающие жалобы на плохое обслуживание? Опишите действия персонала.

Задания для самостоятельной работы

1. Кейс-задание «Принципы эффективного решения конфликтных ситуаций».

Практическое занятие 7.

Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания. Общероссийские стандарты качества услуг.

План.

1. Основные методы предоставления услуг.
2. Формы обслуживания.
3. Показатели качества услуги.
4. Модель качества услуг.
5. Сервисные гарантии.
6. Объекты стандартизации и номенклатура показателей качества услуг.
7. Методы определения величины показателей качества.
8. Ответственность продавца (исполнителя) перед потребителем.

Литература: 1, 2, 3, 4.

Вопросы для коллективного обсуждения

1. Охарактеризуйте группы потребностей с учетом критериев, положенных в основу классификации.
2. Дайте определение понятиям «метод обслуживания» и «форма обслуживания». Основное содержание предоставления услуг методом поточной линии.
3. Основное содержание предоставления услуг методом индивидуального подхода. Сущность кастомизации и персонализация при предоставлении услуг.
4. Назовите основные формы обслуживания потребителей.
5. В чем сущность и особенности обслуживания потребителей в стационарных условиях и с выездом на дом к потребителю?
6. В чем преимущество бесконтактного обслуживания потребителей (подготовьтесь к групповой дискуссии)?
7. Назовите объекты стандартизации.
8. Назовите и охарактеризуйте номенклатуру основных групп показателей качества по характеризующим свойствам услуг.
9. Назовите особенности требований к показателям качества услуг общественного питания определяемых ГОСТ Р 50764-95.
10. Какие требования к качеству торговых услуг относятся общим и специфическим?
11. Какие требования к качеству торговых услуг относятся к обязательным и рекомендательным?

12. Какие методы измерения показателей качества определяют общероссийские стандарты на услуги?
13. Каким образом государственные стандарты, премии, сертификаты, награды влияют на мнение потребителя о качестве товара?
14. Какие еще способы подтверждения качества товара Вы можете назвать?

Задания для самостоятельной работы

1. Составьте системную матрицу «Организация сервиса».
2. Составьте таблицу «Формы обслуживания».
3. Составьте классификацию объектов стандартизации.
4. Составьте таблицу «Требования, предъявляемые к услугам».

Практическое занятие 8. Жизненный цикл услуг.

Стратегические направления и конкурентоспособность.

План.

1. Основные определения и понятия жизненного цикла услуг.
2. Управления этапами жизненного цикла сопутствующих услуг.
3. Понятие о конкурентных преимуществах.
4. Конкурентная окружающая среда.
5. Выбор целевых потребителей.
6. Стратегии создания конкурентных преимуществ.
7. Роль стандартизации и дифференциации в выборе товарной политики.

Литература: 1, 2, 3, 4.

Вопросы для коллективного обсуждения

1. Дайте определение жизненного цикла услуг.
2. Дайте характеристику фазам жизненного цикла продукта.
3. Рассмотрите концепцию жизненного цикла продукта на примере объекта социально-культурной сферы.
4. Каким образом администрации удастся предотвратить переход продукта в стадию спада (подготовьтесь к групповой дискуссии)?
5. Как знание о жизненном цикле продукта может помочь менеджеру ресторана при составлении меню?
6. Как организация может обеспечивать свое выживание в долгосрочной перспективе?
7. Что создает конкурентные преимущества?
8. Дайте характеристику конкурентной окружающей среде.
9. Каким образом выбрать целевых потребителей?
10. Дайте характеристику стратегии лидерства в цене.
11. Дайте характеристику стратегии дифференциации.
12. Дайте характеристику стратегии специализации.
13. Какова роль стандартизации и дифференциации в выборе товарной политики?

Задания для самостоятельной работы

1. Составьте таблицу «Фазы жизненного цикла услуги».
2. Составьте схему «Базовые критерии сегментации по Ф. Котлеру».
3. Составьте таблицу «Правила внутреннего распорядка и стандарты обслуживания».

Практическое занятие 9. Сервис как компонент продажи товаров.

План.

1. Основные подходы к осуществлению сервиса.
2. Основные задачи системы сервиса.
3. Виды сервиса по времени его выполнения.
4. Виды сервиса по содержанию работ.
5. Принципы гарантийного обслуживания.
6. Эксплуатационные инструкции.
7. Техническое обслуживание и ремонт.
8. Структура службы сервиса и фирменный сервис.

Литература: 1, 2, 3, 4.

Вопросы для коллективного обсуждения

1. Чем обусловлено возрастающее значение сервисного обслуживания покупателей?
2. Назовите основные задачи системы сервиса?
3. Дайте характеристику видам сервиса по времени его выполнения.
4. Какова роль технического обслуживания в поддержании оборудования в работоспособном состоянии?
5. Дайте характеристику фирменному сервису.
6. Каковы основные принципы гарантийного обслуживания?

Задания для самостоятельной работы

1. Составьте классификацию видов сервиса.
2. Запишите принципы гарантийного обслуживания.
3. Задание на понимание терминов.

Практическое занятие 10. Внутреннее обслуживание организации.

План.

1. Составные части системы деятельности организации.
2. Задачи и функции фэсилити-менеджмента.
3. Обеспечение деятельности персонала.
4. Управление проектами по развитию инфраструктуры организации и эксплуатация объектов инфраструктуры.

Литература: 1, 2, 3, 4.

Вопросы для коллективного обсуждения

1. Что входит в сферу деятельности фэсилити-службы?
2. Какие задачи выполняет фэсилити-менеджмент?
3. Какие функции выполняет фэсилити-менеджмент?
4. Что такое эргономика?
5. Что понимается под ремонтом и обслуживанием?
6. Какие энергосберегающие процедуры и технологии известны?
7. Какое влияние оказывает фэсилити-менеджмент на имидж организации?
8. На что необходимо обращать внимание при планировании и оснащении офиса и рабочего места?

Задания для самостоятельной работы

1. Охарактеризуйте состояние фэсилити-служб в российских компаниях (подготовьтесь к групповой дискуссии).

Практическое занятие 11. Новые технологии в сфере услуг.

Разработка и создание новых услуг.

План.

1. Основные понятия и определения.
2. Информационные технологии в сфере услуг.
3. Причины, по которым фирмы услуг инвестируют в новые технологии.
4. Области применения новых технологий в сфере услуг.
5. Технология как конкурентное преимущество.
6. Категории новой продукции.
7. Факторы, являющиеся причиной создания новых услуг.
8. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия.
9. Инструменты для разработки услуги.
10. Принципы разработки услуг.
11. Процесс разработки услуги.

Литература: 1, 2, 3, 4.

Вопросы для коллективного обсуждения

1. Охарактеризуйте черты рынка услуг, особенность деятельности и виды предприятий сферы услуг.
2. Дайте характеристику понятиям: сервис и сервисное обслуживание.
3. Проследите соотношение основных классов и сфер услуг.
4. Определите категории новой продукции в сфере услуг (подготовьтесь к групповой дискуссии).
5. Какие существуют причины для разработки и создания новых услуг.
6. В чем сходство и различие при разработке товаров и услуг.
7. Какие инструменты используются при разработке услуги.
8. Назовите основные принципы разработки услуг.
9. Какие процессы содержатся в стадиях направление, разработка, испытание и освоение в модели процесса разработки услуг.
10. Какие задачи решает план оказания услуг?

Задания для самостоятельной работы

1. Приведите примеры использования информационных технологий в различных сферах обслуживания потребителей (подготовьтесь к групповой дискуссии).
2. Напишите принципы разработки услуг.
3. Кейс-задание: составьте схему «Процесс разработки услуги».
4. Задание на понимание терминов.

Практическое занятие 12.

Формирование собственного имиджа как условие успеха деятельности. Деловая этика как часть имиджа фирмы.

План.

1. Теоретические основы формирования имиджа.
2. Роль коллектива в создании имиджа фирмы.
3. Подходы к определению содержания и восприятия деловой этики и социальной ответственности в бизнесе.
4. Проблемы морально-этических качеств руководителя.
5. Своды и кодексы как средства позитивного регулирования предпринимательской деятельности.
6. Деловой этикет – форма выражения деловой этики.

Литература: 1, 2, 3, 4.

Вопросы для коллективного обсуждения

1. Охарактеризуйте принятие решения относительно приобретения услуги (товара).
2. В чем причина возрастания значимости информационно-коммуникационной составляющей в деловой и общественной жизни?
3. Каков процесс формирования и управления корпоративным имиджем?
4. Дайте характеристику составляющим фундамента корпоративного имиджа организации.
5. Какие практические вопросы затрагиваются в кодексе компании?
6. Назовите признаки ухудшения морального климата в коллективе.
7. Раскройте сущность проблемы деловой этики.
8. Расскажите об основных этических воззрениях в сфере бизнеса и управления.
9. Приведите пример решения этической проблемы (условие, методология и результат).
10. Объясните сущность моральных обязательств руководителя.
11. В чем заключаются этические проблемы отношения к деньгам?
12. Обоснуйте значимость делового этикета в современном бизнесе.

Задания для самостоятельной работы

1. Выполните таблицу «Составляющие фундамента корпоративного имиджа организации».
2. Напишите признаки ухудшения морального климата в коллективе.
3. Подготовьтесь к деловой игре «Обслуживание капризного клиента».
4. Напишите правила делового этикета.
5. Подготовьтесь к деловой игре «Администратор ресепшен салона красоты».