



УТВЕРЖДЕНО:

Педагогическим советом Колледжа

Протокол № 04 от «17» января 2025г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.01 Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве
основной профессиональной образовательной программы среднего
профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего
звена
по специальности: 43.02.16 Туризм и гостеприимство
Квалификация: Специалист по туризму и гостеприимству

год начала подготовки: 2025

Разработчики:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>преподаватель</i>	<i>Комиссаренко Л.Я.</i>

Рабочая программа согласована и одобрена руководителем ППСЗ:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Руководитель ОПОП 43.02.16 Туризм и гостеприимство</i>	<i>Варламова А.В.</i>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 2

СОДЕРЖАНИЕ

- 1 Общая характеристика рабочей программы дисциплины**

- 2 Структура и содержание учебной дисциплины**

- 3 Методические указания по проведению практических занятий/семинаров, занятий в форме практической подготовки (при наличии), и самостоятельной работе**

- 4 Фонд оценочных средств дисциплины**

- 5 Условия реализации программы дисциплины**

- 6 Информационное обеспечение реализации программы**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.01. СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09

1.2 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09	проводить поиск в различных поисковых системах; использовать различные виды учебных изданий; применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины; описывать методы мониторинга рынка услуг; воспроизводить правила обслуживания потребителей услуг	истории и теории в сфере туризма и гостеприимства, классификаций услуг и сервиса; методов мониторинга рынка услуг; правил обслуживания потребителей услуг.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	80
в т.ч. в форме практической подготовки (если предусмотрено)	
в т. ч.:	
теоретическое обучение	30
лабораторные работы (если предусмотрено)	-
практические занятия (если предусмотрено)	32
курсовая работа (проект) (если предусмотрено для специальностей)	-
контрольная работа (если предусмотрено)	-
Самостоятельная работа	4
Консультация к экзамену	2
Промежуточная аттестация - экзамен - 3 семестр	12

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Теоретические основы сервисной деятельности		14/16/4	
Тема 1.1. Основы теории услуг	Содержание учебного материала	18	ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09
	Понятие услуги. Свойства услуги. Типы услуг: производственные, распределительные, профессиональные, потребительские, общественные. Классификация услуг по принципам: вещественности или невещественности, материальные и нематериальные, стандартизированные и творческие, производственные и непроизводственные, коммерческие и некоммерческие, чистые и смешанные, идеальные и реальные, легитимные и нелегитимные, личностные и безличные, простые и сложные и т.д. Услуги в современной экономике и их особенности как товара. Рынок услуг и его особенности. Покупательский риск в сфере услуг. Маркетинговая среда предприятия сервиса. Сегментирование рынка услуг.	10	
	В том числе практических и лабораторных занятий	8	
	Характеристика основных показателей услуг		
Тема 1.2. Сущность системы сервиса	Самостоятельная работа обучающихся		ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09
	Подготовить сообщение с мультимедийной презентацией на тему: "История сервиса в разных странах на разных этапах"	4	
	Содержание учебного материала	12	
	Сервис как деятельность. Основные задачи современного сервиса: консультирование, подготовка персонала и покупателя, передача необходимой технической документации, доставка изделия, приведение изделия в рабочее состояние, оперативная поставка запасных	4	

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 5

	частей, сбор и систематизация информации, формирование постоянной клиентуры рынка. Виды сервисной деятельности. Основные виды: технический, технологический, информационно-коммуникативный, транспортный, гуманитарный. Классификация сервиса: по времени его осуществления, по содержанию работ, по направленности услуг, по степени адаптации к потребителям, по масштабу и т.д. Основные подходы к осуществлению сервиса. Тенденции современного сервиса. Принципы современного сервиса.		
	В том числе практических и лабораторных занятий	8	
	Характеристика классификации потребностей в услугах	8	
	Самостоятельная работа обучающихся		
Раздел 2. Организация сервисной деятельности		16/16	
Тема 2.1.	Содержание учебного материала	18	
Предоставление основных видов услуг. Формы, методы, правила обслуживания потребителей. Качество сервисных услуг	Основные характеристики материальных и социально-культурных услуг. Специфика предоставления услуг: помещение, оборудование, персонал, организация обслуживания, основные этапы исполнения услуг. Требования по предоставлению услуг: обязательность предложения, необязательность использования клиентом, эластичность сервиса, удобство сервиса, информационная отдача сервиса, разумная ценовая политика, гарантированное соответствие производства сервису. Сервис как потребность. Роль сервиса в удовлетворении потребностей человека. Фазы выбора потребителями товаров и услуг: цель, принятие решения, действия, удовлетворение потребности. Формы и методы обслуживания потребителей. Формы: обслуживание потребителей в стационарных условиях, обслуживание потребителей с выездом на дом, бесконтактное обслуживание по месту жительства потребителя, обслуживание с использованием обменных фондов товаров. Методы: обслуживание специалистом по сервису, самообслуживание, экспресс-обслуживание и т.д. Обслуживание потребителей в контактной зоне. Понятие «контактной зоны». Соответствие контактной зоны характеру и содержанию сервисной деятельности; техническая оснащенность; помещения; образцы изделий; описание услуг; стоимость услуг. Показатели профессионального уровня персонала в контактной зоне. Профессиональные качества сотрудника: не причинять потребителю услуги неудобства без крайней необходимости, не допускать возникновения у него болезненных или неприятных	10	ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09

	ощущений, быть обходительным, любезным. Культура сервиса. Правила обслуживания потребителей. Система законодательно-правовых, нормативных, технических документов по регулированию отношений между исполнителями услуг и потребителями, установлению правил конкурентной борьбы, ограничению рисков. Договор как основание для оказания услуг потребителю. Расторжение договора. Ответственность сторон. Возмещение убытков. Недостатки оказанной услуги. Процедура оплаты услуги. Качество услуги. Качество обслуживания. Система показателей услуг: назначения, безопасности, надежности, социального назначения услуг, эстетические, информативности услуг, профессионализма персонала. Основные характеристики качества: своевременность, скорость, комфортность, этика, эстетика, комплексность, информативность, достоверность, доступность, безопасность, экологичность и т.д. (по применению). Контроль качества услуг. Система контроля качества. Методы контроля: цели применения, физико-статистические признаки и процедуры, формирование результатов. Нормативно-правовая база: ФЗ, Правила, система ГОСТов.		
	В том числе практических и лабораторных занятий	8	
	Уточнение характеристик и специфики предоставление различных услуг	4	
	Определение качества сервисных услуг	4	
	Самостоятельная работа обучающихся		
Тема 2.2. Осуществлен ие услуг	Содержание учебного материала	6/8	
	Социально-культурные услуги. Туристические услуги. Экскурсионные услуги. Виды туров. Виды туристского сервиса: внутренний, въездной, выездной, самостоятельный туризм. Виды сервисной деятельности: услуги туроператора, услуги турагента, услуги при самостоятельном туризме, экскурсионные услуги, услуги предприятия питания. Комплекс услуг. Дополнительные услуги.	6	ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09
	В том числе практических и лабораторных занятий	8	
	Туристские, экскурсионные, гостиничные услуги и услуги предприятия питания. Формирование и продвижение новых услуг в сфере туризма и гостеприимства	8	
	Самостоятельная работа обучающихся		
Консультация		2	

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 7</i>
---	---	------------------------------------

Промежуточная аттестация	12	
Всего:	80	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
- продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. Методические указания по проведению практических занятий/семинаров, занятий в форме практической подготовки (при наличии), и самостоятельной работе

Методические указания предназначены для обучающихся по ОПОП СПО по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, изучающих учебную дисциплину «Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве», могут использоваться на учебных занятиях, которые проводятся под руководством преподавателя, и для выполнения практических работ, предусмотренных рабочей программой.

3.1. Тематика и содержание практических занятий/семинаров

Практическое занятие 1.

Тема: **Основы теории услуг**

Содержание: Характеристика основных показателей услуг

Практическое занятие 2.

Тема: **Сущность системы сервиса**

Содержание: Характеристика классификации потребностей в услугах

Практическое занятие 3.

Тема: **Предоставление основных видов услуг. Формы, методы, правила обслуживания потребителей. Качество сервисных услуг**

Содержание: Уточнение характеристик и специфики предоставления различных услуг. Определение качества сервисных услуг

Практическое занятие 4.

Тема: **Осуществление услуг**

Содержание: Туристские, экскурсионные, гостиничные услуги и услуги предприятия питания. Формирование и продвижение новых услуг в сфере туризма и гостеприимства

3.2. Тематика и содержание самостоятельной работы

Самостоятельная работа является неотъемлемой частью образовательного процесса, связанного с формированием компетенций обучающихся.

Контроль самостоятельной работы студентов осуществляется в течение всего семестра. Преподаватель самостоятельно определяет формы контроля самостоятельной работы студентов в зависимости от содержания разделов и тем, выносимых на самостоятельное изучение. Такими формами могут являться: тестирование, контрольные работы, рефераты и др.

Тематика и содержание

Самостоятельная работа 1.

Тема: **Основы теории услуг**



Содержание: подготовить сообщение с мультимедийной презентацией на тему:
"История сервиса в разных странах на разных этапах"

4. Фонд оценочных средств дисциплины

4.1. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

Формы промежуточной аттестации по семестрам:

№ семестра	Форма контроля
3	Экзамен

В результате промежуточной аттестации по учебной дисциплине осуществляется комплексная проверка следующих умений и знаний, а также формирования компетенций:

Результаты обучения: умения, знания	Показатели оценки результата	Форма контроля и оценивания
Уметь: - проводить поиск в различных поисковых системах; использовать различные виды учебных изданий; применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины; описывать методы мониторинга рынка услуг; воспроизводить правила обслуживания потребителей услуг	Умеет - проводить поиск в различных поисковых системах; использовать различные виды учебных изданий; применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины; описывать методы мониторинга рынка услуг; воспроизводить правила обслуживания потребителей услуг	Текущий контроль: - устный опрос; - оценка подготовленных обучающимися сообщениями с мультимедийными презентациями, тестирование. Экспертная оценка выполнения практических заданий.
Знать: - истории и теории в сфере туризма и гостеприимства, классификаций услуг и сервиса; методов мониторинга рынка услуг; правил обслуживания потребителей услуг.	Знает - историю и теорию в сфере туризма и гостеприимства, классификацию услуг и сервиса; методы мониторинга рынка услуг; правила обслуживания потребителей услуг.	Промежуточный контроль в форме экзамена

Формируемые компетенции:

Код формируемой компетенции	Наименование компетенции	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности	Текущий контроль: - тестовые задания,



	применительно к различным контекстам	-устный опрос; - оценка подготовленных обучающимися сообщений с мультимедийными презентациями. Экспертная оценка выполнения практических заданий. Промежуточный контроль в форме экзамена
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	

4.2. Методика применения контрольно-измерительных материалов

Контроль знаний обучающихся включает: текущий контроль в форме наблюдения и оценки практических заданий, оценки индивидуальной работы на практических занятиях, тестирование.

Промежуточную аттестацию в форме экзамена

4.3. Контрольно-измерительные материалы включают задания, направленные на проверку следующих компетенций:

- ОК 01. Проводить поиск в различных поисковых системах;
- ОК 02. Использовать различные виды учебных изданий;
- ОК 04. Применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины;
- ОК 05. Описывать методы мониторинга рынка услуг;
- ОК 09. Воспроизводить правила обслуживания потребителей услуг.

4.3.1. Типовые задания для оценки знаний и умений текущего контроля

Контроль и оценка результатов освоения темы осуществляется преподавателем в процессе выполнения обучающимися индивидуальных заданий **в виде** ответов на вопросы, тестового контроля, ответы студентов сообщений с мультимедийными презентациями.

Проверяемые компетенции:

- ОК 01. Проводить поиск в различных поисковых системах;



- ОК 02. Использовать различные виды учебных изданий;
ОК 04. Применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины;
ОК 05. Описывать методы мониторинга рынка услуг;
ОК 09. Воспроизводить правила обслуживания потребителей услуг.

Примерные тестовые задания

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:
 1. опрос, профессионализм, качество;
 2. услуга, спрос, специалист;
 3. деятельность, потребность и услуга.
2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
 1. исследовательская;
 2. потребительская (пользовательская);
 3. ценностно-ориентационная.
3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:
 1. бронирование номеров;
 2. прием и размещение;
 3. расчет при выезде.
4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:
 1. рекламные услуги;
 2. организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
 3. психодиагностику.
5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:
 1. уровень развития экономики и хозяйственная система;
 2. мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;
 3. общественные структуры: политические партии.
6. В чем заключается неосвязаемость услуги:
 1. процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
 2. услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
 3. они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.
7. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это:
 1. спрос;
 2. потребность;
 3. мотивация.



8. Отличительными особенностями услуг являются:
 1. неразрывность производства и потребления услуги;
 2. несохраняемость услуг;
 3. незабываемость услуг.
9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:
 1. определенный способ предоставления услуг заказчику;
 2. предоставление информации клиенту;
 3. оказание услуги клиенту.
10. Сервисная деятельность – это:
 1. активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
 2. управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
 3. продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.
11. Услуга обладает следующими качествами:
 1. способность к хранению и транспортировке;
 2. неотделимость от своего источника;
 3. неизменностью качества.
12. К некоммерческим услугам относят:
 1. услуги предприятий туризма и отдыха;
 2. услуги организаций общественного питания;
 3. услуги благотворительных фондов.
13. Целью сервисной деятельности является:
 1. удовлетворение человеческих потребностей;
 2. исследование рынка услуг;
 3. производство услуг.
14. Контактной зоной не является:
 1. зона ремонта бытовой техники;
 2. рабочее место парикмахера;
 3. рабочее место стоматолога.
15. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:
 1. бесконтактным;
 2. формальным;
 3. бесплатным.
16. Физические потребности это потребности в:
 1. в общественной деятельности,
 2. во сне;
 3. в творческой деятельности.

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

1. бесконтактное обслуживание;
2. фирменное обслуживание;
3. неформальное обслуживание.

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

1. поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
2. осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.
3. реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.

19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Интимное расстояние - общение близких или хорошо знакомых людей.

1. 0 – 45см;
2. 45 – 120 см;
3. 120 – 400 см.

20. Франчайзинг это:

1. компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;
2. компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества;
3. компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

1. социальный статус;
2. выгода;
3. мотив.

22. Характеристика услуг:

1. неопределенность качества;
2. могут накапливаться;
3. передача собственности.

23. Характеристика товаров:

1. неоднородность;
2. индивидуальность;
3. осязаемость.

24. Разработка новых товаров и услуг: сходства и различия. Основные сходства:

1. разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;
2. соответствие техническим условиям и стандартам;



3. требует многих ресурсов, таких как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила и энергия.

25. Дайте определение:

Качество услуги – это

26. Дайте определение:

Услуга – это

Дополните положения

27. Сервисная деятельность изменяет линию поведения индивидов, так как..

28. Потенциальными возможностями сервисной деятельности раскрывается ...

29. Сервисная деятельность укрепляет такие ценности в жизни человека, как....

30. Особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями.....

Тестовые задания.

Критерии оценки тестов

Результаты оцениваются следующим образом:

«неудовлетворительно» - < 50 % правильных ответов;

«удовлетворительно» - 50-69 % правильных ответов;

«хорошо» - 69-85 % правильных ответов;

«отлично» - > 85 % правильных ответов

4.3.2. Типовые задания для оценки знаний и умений промежуточной аттестации

Контрольно – измерительные материалы для промежуточной аттестации по учебной дисциплине

Примерные вопросы к экзамену

1. Вопросы для промежуточной аттестации:

1. Основы теории услуг

2. Понятие услуги. Свойства услуги.

3. Типы услуг: производственные, распределительные, профессиональные, потребительские, общественные.



4. Классификация услуг по принципам: вещественности или невещественности, материальные и нематериальные, стандартизированные и творческие, производственные и непроизводственные, коммерческие и некоммерческие, чистые и смешанные, идеальные и реальные, легитимные и нелегитимные, личностные и безличные, простые и сложные и т.д.
5. Услуги в современной экономике и их особенности как товара.
6. Рынок услуг и его особенности. Покупательский риск в сфере услуг.
7. Маркетинговая среда предприятия сервиса.
8. Сегментирование рынка услуг.
9. Сущность системы сервиса
10. Сервис как деятельность. Основные задачи современного сервиса: консультирование, подготовка персонала и покупателя, передача необходимой технической документации, доставка изделия, приведение изделия в рабочее состояние, оперативная поставка запасных частей, сбор и систематизация информации, формирование постоянной клиентуры рынка.
11. Виды сервисной деятельности. Основные виды: технический, технологический, информационно-коммуникативный, транспортный, гуманитарный.
12. Классификация сервиса: по времени его осуществления, по содержанию работ, по направленности услуг, по степени адаптации к потребителям, по масштабу и т.д.
13. Основные подходы к осуществлению сервиса.
14. Тенденции современного сервиса. Принципы современного сервиса.
15. Основные характеристики материальных и социально-культурных услуг.
16. Специфика предоставления услуг: помещение, оборудование, персонал, организация обслуживания, основные этапы исполнения услуг.
17. Требования по предоставлению услуг: обязательность предложения, необязательность использования клиентом, эластичность сервиса, удобство сервиса, информационная отдача сервиса, разумная ценовая политика, гарантированное соответствие производства сервису.
18. Сервис как потребность. Роль сервиса в удовлетворении потребностей человека.
19. Фазы выбора потребителями товаров и услуг: цель, принятие решения, действия, удовлетворение потребности.
20. Формы и методы обслуживания потребителей.
21. Формы: обслуживание потребителей в стационарных условиях, обслуживание потребителей с выездом на дом, бесконтактное обслуживание по месту жительства потребителя, обслуживание с использованием обменных фондов товаров.
22. Методы: обслуживание специалистом по сервису, самообслуживание, экспресс-обслуживание и т.д.
23. Обслуживание потребителей в контактной зоне. Понятие «контактной зоны».
24. Соответствие контактной зоны характеру и содержанию сервисной деятельности; техническая оснащенность; помещения; образцы изделий; описание услуг; стоимость услуг.
25. Показатели профессионального уровня персонала в контактной зоне. Профессиональные качества сотрудника: не причинять потребителю услуги неудобства без крайней необходимости, не допускать возникновения у него болезненных или неприятных ощущений, быть обходительным, любезным.
26. Культура сервиса.
27. Правила обслуживания потребителей.

28. Система законодательно-правовых, нормативных, технических документов по регулированию отношений между исполнителями услуг и потребителями, установлению правил конкурентной борьбы, ограничению рисков.
29. Договор как основание для оказания услуг потребителю. Расторжение договора. Ответственность сторон.
30. Возмещение убытков. Недостатки оказанной услуги.
31. Процедура оплаты услуги.
32. Качество услуги. Качество обслуживания.
33. Система показателей услуг: назначения, безопасности, надежности, социального назначения услуг, эстетические, информативности услуг, профессионализма персонала.
34. Основные характеристики качества: своевременность, скорость, комфортность, этика, эстетика, комплексность, информативность, достоверность, доступность, безопасность, экологичность и т.д. (по применению).
35. Контроль качества услуг. Система контроля качества. Методы контроля: цели применения, физико-статистические признаки и процедуры, формирование результатов.
36. Нормативно-правовая база: ФЗ, Правила, система ГОСТов.
37. Социально-культурные услуги.
38. Туристические услуги.
39. Экскурсионные услуги.
40. Виды туров. Виды туристского сервиса: внутренний, въездной, выездной, самодельный туризм.
41. Виды сервисной деятельности: услуги туроператора, услуги турагента, услуги при самостоятельном туризме, экскурсионные услуги, услуги предприятия питания.
42. Комплекс услуг. Дополнительные услуги.
43. Туристские, экскурсионные, гостиничные услуги и услуги предприятия питания.
44. Формирование и продвижение новых услуг в сфере туризма и гостеприимства

4.4. Критерии и показатели оценивания

Критерии и показатели оценивания

Для текущего контроля

Оцен ка	Форма контроля	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	Самостоятельная и практическая работа, тестовые задания	Полнота, последовательность и логичность ответа, правильность тестовых заданий	Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых нормативно-правовых актов. Соблюдаются нормы литературной речи. Критерии оценки тестов Результаты оцениваются следующим

			образом: «отлично» - > 85 % правильных ответов
«4»	Самостоятельная и практическая работа, тестовые задания	Полнота, последовательность и логичность ответа, правильность тестовых заданий	Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Базовые нормативно-правовые акты используются, но в недостаточном объеме. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи. Критерии оценки тестов Результаты оцениваются следующим образом: "хорошо" - 69-85 % правильных ответов;
«3»	Самостоятельная и практическая работа, тестовые задания	Полнота, последовательность и логичность ответа, правильность тестовых заданий	Допускаются нарушения в последовательности изложения. Имеются упоминания об отдельных базовых нормативно-правовых актах. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения норм литературной речи. Критерии оценки тестов Результаты оцениваются следующим образом: "удовлетворительно" - 50-69 % правильных ответов;
«2»	Самостоятельная и практическая работа, тестовые задания	Полнота, последовательность и логичность ответа, правильность тестовых заданий	Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы



			отсутствуют. Имеются заметные нарушения норм литературной речи. Критерии оценки тестов Результаты оцениваются следующим образом: «неудовлетворительно» - < 50 % правильных ответов
--	--	--	---

Для промежуточной аттестации

Оценка	Форма контроля	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	Экзамен (контрольные вопросы)	Полнота, последовательность и логичность ответа	Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых нормативно-правовых актов. Соблюдаются нормы литературной речи
«4»	Экзамен (контрольные вопросы)	Полнота, последовательность и логичность ответа	Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Базовые нормативно-правовые акты используются, но в недостаточном объеме. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи
«3»	Экзамен (контрольные вопросы)	Полнота, последовательность и логичность ответа	Допускаются нарушения в последовательности изложения. Имеются упоминания об отдельных базовых нормативно-правовых актах. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между



			явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения норм литературной речи
«2»	Экзамен (контрольные вопросы)	Полнота, последовательность и логичность ответа	Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения норм литературной речи.

5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения, а именно учебный кабинет гуманитарных и социально-экономических дисциплин.

Оборудование учебного кабинета:

специализированная учебная мебель. ТСО: Видеопроекторное оборудование. Доска. Набор учебно – наглядных пособий по дисциплинам "История", "Русский язык, "Литература".

6. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательная организация выбирала не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, дополнен новыми изданиями.

6.1. Основные печатные и электронные издания

1. Бурняшева, Л. А., Сервисная деятельность : учебное пособие / Л. А. Бурняшева. — Москва : КноРус, 2025. — 428 с. — ISBN 978-5-406-13894-6. — URL: <https://book.ru/book/955845>
2. Велединский, В.Г. Сервисная деятельность : учебник / Велединский В.Г. — Москва : КноРус, 2023. <https://book.ru/books/944967>



3. Даниленко, Н. Н., Сервисология : учебное пособие / Н. Н. Даниленко, Н. В. Рубцова. — Москва : КноРус, 2023. — 219 с. — ISBN 978-5-406-10503-0. — URL: <https://book.ru/book/945914> (дата обращения: 13.02.2025). — Текст : электронный.
4. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие/Зайцева Н. А., 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2024. - Режим доступа: <https://znanium.ru/catalog/document?id=442363>
5. Сервисная деятельность : учебник / Шаронов М.А., под ред., Герасимова Г.В., Илюхина Г.И. — Москва : КноРус, 2022. — 282 с. — ISBN 978-5-406-08846-3. — URL: <https://book.ru/book/941151>

Дополнительные источники:

1. Технология и организация гостиничных услуг: Уч./Л.Н.Семеркова, В.А.Белякова, Т.И.Шерстобитова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2024. - Режим доступа: <https://znanium.ru/catalog/document?id=438190>

Электронные издания (электронные ресурсы):

1. http://hotel.web-3.ru/intarticles/?act=full&id_article=7830
2. <http://h-code.ru/2009/11/mobile-marketing-in-hotel-business/>
3. <http://www.catalog.horeca.ru/newspaper/business/249/>
4. <http://prohotel.ru/>