



УТВЕРЖДЕНО:

**Ученым советом Высшей школы
туризма и гостеприимства
Протокол № 6 от 30.10.2023 г.**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.6 «Сервис-дизайн»

**основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата**

по направлению подготовки: 43.03.03 «Гостиничный бизнес»

направленность (профиль): Гостиничный бизнес

Квалификация: бакалавр

Год начала подготовки: 2024

Разработчик (и):

должность	ученая степень и звание, ФИО
Доцент Высшей школы сервиса	К.э.н. Соколова А.П.

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
Профессор Высшей школы туризма и гостеприимства	Д-р филос.н., доцент Газгиреева Л.Х.



1. Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Дисциплина «Сервис-дизайн» относится к дисциплинам базовой части программы 43.03.03 Гостиничное дело профиль «Гостиничный бизнес» и относится к обязательной части программы.

Изучение данной дисциплины базируется на знании школьной программы по гуманитарным и общественным предметам: история, обществознание.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

ОПК-3. Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности.

ОПК-3.1. Оценивает качество оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон;

ОПК-3.2. Обеспечивает, требуемое отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы).

ПК-3. Способен применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций сфере в избранной профессиональной сфере.

ПК-3.1. Формирует спецификацию услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания на основе современных технологий;

ПК-3.2. Применяет современные технологии оказания услуг в организациях избранной профессиональной сферы, отвечающих требованиям потребителей по срокам, цене и уровню качества обслуживания, а также требованиям безопасности;

ПК-3.3. Разрабатывает предложения по совершенствованию технологий обслуживания в организациях избранной профессиональной сферы с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с содержанием, структурой, технологиями сервис-дизайна, корпоративных стандартов обслуживания, управлением клиентским опытом в сфере гостиничного хозяйства. Предлагаемая программа ориентирована на ознакомление студентов с научным подходом изучения и овладения знаниями о содержании, структуре, технологии сервис-дизайна, и управлении клиентским опытом в сфере туризма и гостеприимства, а также о технологиях обслуживания гостей, и владеющего базовыми умениями применять изученные технологии на практике, в производственной практике, являющейся частью образовательной программы бакалавриата.

Данный курс позволит освоить студентам основные инструменты и технологии сервис-дизайна, получить определенные навыки для использования их в практической работе, связанной с планированием и проектированием услуги, организацией и контролем сервисной деятельности на предприятиях туризма и гостеприимства.

Общая трудоемкость освоения дисциплины на очной форме обучения составляет 4 зачётные единицы, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется на 2 курсе в 4 семестре продолжительностью 18 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов (к/р – 56 часов): контактная работа с преподавателем (лекции – 6 часов, в том числе: повествовательные лекции, лекции-диалоги, проблемные лекции); занятия семинарского типа (36 часов) в форме: круглых столов, студенческих конференций, семинаров, решения ситуационных задач, тренингов, групповых проектов; презентаций, решение тестовых заданий, выездных практических занятий, самостоятельная работа

обучающихся, групповой проект, групповые и индивидуальные консультации). Самостоятельная работа (88 часов) обучающихся проводится в форме: работы с информационными источниками, подготовки к занятиям, обобщения терминологии, подготовки презентаций.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, представления группового проекта, промежуточная аттестация в форме экзамена (4 семестре).

Общая трудоемкость освоения дисциплины на заочной форме обучения в 4 семестре составляет 1 зач. ед. (36 часов), из них 2 час. лекций и 34 часа самостоятельной работы, форма контроля в 4 семестре отсутствует.

Общая трудоемкость освоения дисциплины на заочной форме обучения в 5 семестре составляет 3 зач. ед. (108 часов), из них 4 час. лекций; занятий семинарского типа – 6 часов; 34 часа – самостоятельной работы, консультаций – 2 часа, форма контроля (промежуточная аттестация) в 5 семестре – экзамен. Итого: 144 часа / 4 зач.ед.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Технологии обслуживания в индустрии гостеприимства;
- Организация производственно-технологических процессов гостиничного предприятия
- Маркетинг
- Инновации в профессиональной деятельности

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ п/п	Индекс компетенции, индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции, индикатора достижения компетенции)
1	ОПК-3	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности.
2	ОПК-3.1	Оценивает качество оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон;
3	ОПК-3.2	Обеспечивает, требуемое отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы).
4	ПК-3	Способен применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций сфере в избранной профессиональной сфере.
5	ПК-3.1	Формирует спецификацию услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания на основе современных технологий;
6	ПК-3.2	Применяет современные технологии оказания услуг в организациях избранной профессиональной сферы, отвечающих



		требованиям потребителей по срокам, цене и уровню качества обслуживания, а также требованиям безопасности;
7	ПК-3.3	Разрабатывает предложения по совершенствованию технологий обслуживания в организациях избранной профессиональной сферы с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:

Дисциплина «Сервис-дизайн» является частью первого блока программы бакалавриата 43.03.03 Гостиничное дело профиль «Гостиничный бизнес» и относится к обязательной части программы.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Технологии обслуживания в индустрии гостеприимства;
- Маркетинг
- Инновации в профессиональной деятельности

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы/ 144акад. часа.

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестр
			4
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	56	56
	в том числе:	-	-
1.1	Занятия лекционного типа	16	16
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	36	36
	Семинары		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	36	36
1.3	Консультации	2	2
1.4	Форма промежуточной аттестации (зачет, <u>экзамен</u>)	2	2
2	Самостоятельная работа обучающихся	88	88
3	Общая трудоемкость час.	144	144
	з.е.	4	4



Для заочной формы обучения:

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры	
			4	5
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	16	2	14
	в том числе:	-		-
1.1	Занятия лекционного типа	6	2	4
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	6	-	6
	Семинары			
	Лабораторные работы			
	Практические занятия	6	-	6
1.3	Консультации	2	-	2
1.4	Форма промежуточной аттестации (зачет, <u>экзамен</u>)	2	-	2
2	Самостоятельная работа обучающихся	128	34	94
3	Общая трудоемкость час.	144	36	108
	з.е.	4	1	3



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

Для очной формы обучения

Номер семестра	Наименование недели	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
				Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО	
				Занятия лекционного типа	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. час	Форма проведения практического занятия				Форма проведения
1/4		Анатомия сервис-дизайна	1. Происхождение сервис дизайна и его преимущества	1	Лекция (вводная), которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных лекционным материалом.	2	Практическое занятие в форме круглого стола, предусматривающее обсуждение студентами исторических вопросов возникновения и эволюции сервис-дизайна.			5	Изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС
2/4			2. Составляющие и принципы сервис-дизайна	1	Лекция (академическая), которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных лекционным материалом.	2	Практическое занятие в форме студенческой конференции, в ходе которого студентами представляется подборка материалов по проблематике предыдущего лекционного			5	Подборка определений сервисной деятельности из источников 1, 3, 5



						занятия				
3/4		3. Специфика услуг как товара	1	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	2	Практическое занятие, предусматривающее обсуждение в виде круглого стола современных подходов к функциям и принципам современного сервиса и оказания услуг.			5	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС
4/4		4. Концепция потребительской ценности	2	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	2	Практическое занятие, предусматривающее обсуждение в виде круглого стола проблем восприятия ценности услуги современным потребителем			5	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике
5,6/4		5. Инструменты сервис-дизайна	1	Лекция (академическая), которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных областью лекционного материала.	2	Круглый стол по вопросам эффективного применения инструментов сервис-дизайна.			6	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС
6/4		6. Сервис как компонент продажи товаров.	1	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в	1	Представление презентаций по проблематике лекции, разработанная группой студентов			6	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, решение задач, подготовка к аудиторному тестированию



				ходе лекции							
6/4		Контрольная точка 1			1	Аудиторное тестирование					
7,8/4	Управление клиентским опытом	7. Поведение потребителей и принятие ими решений	1	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	4	Решение ситуационных задач			5	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам	
9,10/4		8. Теория организации обслуживания.	2	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	4	Выездное практическое занятие, предусматривающее посещение выставки			5	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам	
11,12/4		9. Методы исследования клиентского опыта.	1	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	1	Практическое занятие, предусматривающее проведение психологического тренинга со студентами на определение профессионального направления, умение работать в команде			5	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС	
12/4		Контрольная точка 2				1	Аудиторное тестирование				
13,14/4		10. Дизайн-мышление. Инструментарий	2	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать	2	Практическое занятие, предусматривающее в режиме круглого стола			5	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам	



				непосредственно в ходе лекции.		представление группового проекта по созданию и продвижению новой услуги. Представляется макет услуги и его описание, план продвижения, сегменты и целевую аудиторию.				
14,15/4		11. Управление клиентским опытом	1	Лекция (академическая), которая предполагает выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных областью лекционного материала.	1	Практическое занятие, предусматривающее круглый стол по вопросам управления клиентским опытом.			5	Подготовка к аудиторному тестированию (повторение теоретического материала)
15/4		Контрольная точка 3.			1	Аудиторное тестирование				
16,17/4		12. Пользовательские и экономические метрики	1	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	4	Выездное практическое занятие, предусматривающее посещение выставки			14	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
18/4		13. Воронка основных этапов взаимодействия клиента с продуктом	1	Лекция (академическая), которая предполагает выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных областью лекционного	2	Практическое занятие, предусматривающее представление результатов исследования, выполненного			17	работа над групповым проектом, подготовка презентации для финальной защиты группового проекта



				материала.		группой студентов на выставке					
		Консультация студентов		Консультация предполагает преподавателя студентами экзаменом		работу со перед	2				
18/4		Контрольная точка 4.			4	Представление группового проекта, создаваемого студентами в течение семестра.					
			16		36				88		
Консультация							2				
Промежуточная аттестация – экзамен (Итого: 144 ч. / 4 зет)							2				

Для заочной формы обучения

Номер семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. Часов	Форма проведения	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
Занятия лекционного типа	Форма проведения занятия лекционног о типа	Практическ ие занятия, акад. часо	Форма проведения практическ ого занятия							
1/5	Анатомия сервис- дизайна	1. Происхождение сервис дизайна и его преимущества	0,5	Лекция (вводная), которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов					8	Изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС



				и явлений, предусмотренных областью лекционного материала.						
2/5		2. Составляющие и принципы сервис-дизайна		Лекция (академическая), которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных областью лекционного материала.					10	Подборка определений сервисной деятельности из источников 1, 3, 5
3/5		3. Специфика услуг как товара	0,5	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	0,5	Практическое занятие, предусматривающее обсуждение в виде круглого стола современных подходов к функциям и принципам современного сервиса и оказания услуг.			10	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС
4/5		4. Концепция потребительской ценности	0,5	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	0,5	Практическое занятие, предусматривающее обсуждение в виде круглого стола проблем восприятия ценности услуги современным потребителем			10	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике
5,6/5		5. Инструменты сервис-дизайна	0,5	Лекция (академическая), которая предполагает научное выступление					10	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС



				лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных областью лекционного материала.						
6/5		6. Сервис как компонент продажи товаров.		-	0,5	Представление презентаций по проблематике лекции, разработанная группой студентов			10	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, решение задач, подготовка к аудиторному тестированию
6/5		Контрольная точка 1			0,5	Аудиторное тестирование				
7,8/5	Управление клиентским опытом	7. Поведение потребителей и принятие ими решений			0,5	Решение ситуационных задач			10	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
9,10/5		8. Теория организации обслуживания.	1	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	0,5	Выездное практическое занятие, предусматривающее посещение выставки			10	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
11,12/5		9. Методы исследования клиентского опыта	1	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	0,5	Практическое занятие, предусматривающее проведение психологического тренинга со студентами на определение профессионального направления, умение работать в			10	изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС



						команде				
12/5		Контрольная точка 2			0,5	Аудиторное тестирование				
13,14/5		10. Дизайн-мышление. Инструментарий	1	Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции.	0,5	Практическое занятие, предусматривающее в режиме круглого стола представление группового проекта по созданию и продвижению новой услуги. Представляется макет услуги и его описание, план продвижения, сегменты и целевую аудиторию.			10	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
14,15/5		11. Управление клиентским опытом							10	Подготовка к аудиторному тестированию (повторение теоретического материала)
15/5		Контрольная точка 3.			0,5	Аудиторное тестирование				
16,17/5		12. Пользовательские и экономические метрики	0,5	.					10	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
18/5		13. Воронка основных этапов взаимодействия клиента с продуктом	0,5						10	работа над групповым проектом, подготовка презентации для финальной защиты группового проекта
		Консультация студентов		Консультация предполагает работу						



				преподавателя студентами экзаменом	со перед			2			
18/5		Контрольная точка 4.				1	Представление группового проекта, создаваемого студентами в течение семестра.				
			6			6				128	
Консультация								2			
Промежуточная аттестация – экзамен (Итого: 144 ч. / 4 зет)								2			



6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
1	<p>Анатомия сервис-дизайна:</p> <p>1. Происхождение сервис дизайна и его преимущества (5/10)</p> <p>2. Составляющие и принципы сервис-дизайна (5/10)</p> <p>3. Специфика услуг как товара (5/10)</p> <p>4. Концепция потребительской ценности (5/10)</p> <p>5. Инструменты сервис-дизайна (6/10)</p> <p>6. Сервис как компонент продажи товаров (6/10)</p>	<p>Основная литература</p> <p>1. Аймалетдинов Т. А. Рынок туристических услуг: потребительское поведение и планы россиян // Социология. Статистика. Публикации. Отраслевые обзоры. Вып. 2 (15) / Т. А. Аймалетдинов, В.И. Гриценко, О.А. Долгова ; Аналитический центр НАФИ. — Москва : НАФИ, 2019. — 50 с.. - ISBN 2587-9073. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1031310 (дата обращения: 25.09.2022)</p> <p>2. Герасимов Б. И. Маркетинговые исследования рынка : учебное пособие / Б. И. Герасимов, Н. Н. Мозгов. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 336 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-811-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1068858 (дата обращения: 25.09.2022). – Режим доступа: по подписке.</p> <p>3. Резник Г. А. Сервисная деятельность : учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 202 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016211-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1241803 (дата обращения: 25.09.2022). – Режим доступа: по подписке.</p> <p>4. Свириденко Ю. П. Сервисная деятельность : учебное пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 174 с. — (Высшее образование:</p>
2	<p>Управление клиентским опытом:</p> <p>7. Поведение потребителей и принятие ими решений (5/8)</p> <p>8. Теория организации обслуживания (5/10)</p> <p>9. Методы исследования клиентского опыта (5/10)</p> <p>10. Дизайн-мышление. Инструментарий (5/10)</p> <p>11. Управление клиентским опытом (5/10)</p> <p>12. Пользовательские и экономические метрики (14/10)</p> <p>13. Воронка основных этапов взаимодействия клиента с</p>	



<p>продуктом (17/10)</p> <p>Очная форма обучения – 56 ак.ч. Заочная форма обучения – 68 ак.ч.</p>	<p>Бакалавриат). — DOI 10.12737/23520. - ISBN 978-5-16-014846-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1836717 (дата обращения: 25.09.2022). – Режим доступа: по подписке.</p> <p>5. Сервис: термины и понятия : словарь / под ред. О.Я. Гойхмана. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 239 с. — (Библиотека словарей «ИНФРА-М»). - ISBN 978-5-16-014474-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1167070 (дата обращения: 25.09.2022). – Режим доступа: по подписке.</p> <p>6. Сервис: организация, управление, маркетинг : учебник для бакалавров / Е. Н. Волк, А. И. Зырянов, А. А. Лимпинская, Н. В. Харитонова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. — 249 с. - ISBN 978-5-394-03140-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=431948 – Режим доступа: по подписке.</p> <p>Дополнительная литература</p> <p>1. Развитие сферы услуг на основе клиентоориентированного подхода : монография / В.В. Груздева, Г.В. Груздев, Ю.С. Ключева, В.В. Конова. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 172 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1977989. - ISBN 978-5-16-018322-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1977989 (дата обращения: 26.03.2024). – Режим доступа: по подписке.</p> <p>2. Маркетинг товаров и услуг : учеб. пособие / А.В. Лукина. — 2-е изд., доп. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021 , https://znanium.ru/catalog/document?id=375747</p> <p>3. Управление продажами : учебно-практическое пособие для бакалавров / авт.-сост. И. Н. Кузнецов. — 3-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 492 с. - ISBN 978-5-394-02640-9. -</p>
---	--



		<p>Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1092999 (дата обращения: 25.09.2022). – Режим доступа: по подписке.</p> <p>4. Стикдорн, М. Сервис-дизайн на практике: Проектирование лучшего клиентского опыта : практическое руководство / М. Стикдорн, А. Лоуренс, М. Хормес, Я. Шнайдер. - Москва : Альпина Паблицер, 2023. - 560 с. - ISBN 978-5- 9614-8146-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2141007 (дата обращения: 26.03.2024). – Режим доступа: по подписке.</p>
--	--	---

7. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ п/п	Индекс компетенции, индикатора достижения компетенции	Содержание компетенции (индикатора достижения компетенции)	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (индикатора достижения компетенции)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (индикатора достижения компетенции) обучающийся должен:		
				знать	уметь	владеть
1	ОПК-3	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности				
	ОПК-3.1	Оценивает качество оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон	Темы 4, 7, 8,9,11, 12, 14	- нормативно-правовую и технологическую документацию, регламентирующую деятельность предприятий сферы гостеприимства и общественного питания;	- проводить анализ соответствия качества услуг гостиничного предприятия, нормативным требованиям; - проводить анализ отзывов потребителей	- на практике методами оценки соответствия технологических процессов стандартам качества



	ОПК-3.2	Обеспечивает, требуемое отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)	Темы 4, 7, 8,9,11, 12, 14	- методы оценки соответствия стандартам качества	- применять знания в области стандартизации гостиниц, нормативно-правовую и технологическую документацию (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы), регламентирующую деятельность сферы гостеприимства и общественного питания	- навыками применения нормативно-правовой и технологической документации при осуществлении функциональных обязанностей предприятий сферы гостеприимства и общественного питания
2	ПК-3	Способен применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций сфере в избранной профессиональной сфере				
	ПК-3.1	Формирует спецификацию услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания на основе современных технологий.	Темы 4, 7, 8,9,11, 12, 14	- современные технологии организаций сферы гостеприимства и общественного питания с учетом нормативных требований регламентирующую их гостиничную деятельность и деятельность предприятий питания	- формировать спецификацию услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания на основе современных технологий	- навык подбора современных технологий для организации обслуживания с учетом нормативных требований, регламентирующих гостиничную деятельность и деятельность предприятий питания
	ПК-3.2	Применяет современные технологии оказания услуг в организациях избранной профессиональной сферы, отвечающих требованиям потребителей по срокам, цене и уровню качества обслуживания, а также требованиям безопасности.	Темы 4, 7, 8,9,11, 12, 14	- нормативно-правовую документацию, регламентирующую требования к качеству и безопасности гостиничных услуг и услуг предприятий питания	- применять технологии оказания гостиничных и ресторанных услуг в соответствии с нормативными требованиями качества и безопасности, регламентирующую гостиничную и ресторанный деятельность	- навыками применения современных технологий функциональных подразделений гостиниц и предприятий питания в соответствии с требованиями потребителя
	ПК-3.3	Разрабатывает предложения по совершенствованию технологий обслуживания в организациях	Темы 4, 7, 8,9,11, 12, 14	- современные технологии и тенденции развития сферы гостеприимства и общественного	- применять современные технологии для повышения уровня обслуживания и	- навыком разработки предложений по совершенствованию технологий обслуживания с



		избранной профессиональной сферы с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья.		питания.	формирования гостиничного и ресторанного продукта, соответствующего о требованиям потребителей, с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями	использованием инноваций с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями
--	--	--	--	----------	---	--

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
<p>Знание - нормативно-правовой и технологической документации, регламентирующей деятельность предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.</p> <p>Умение - проводить анализ соответствия качества услуг гостиничного предприятия и предприятия питания, нормативным требованиям; - анализ отзывов потребителей.</p> <p>Владение - способностью применять на практике методы оценки соответствия технологических процессов стандартам качества.</p>	<p>Аудиторное тестирование, контрольная работа, представление группового проекта</p>	<p>Студент демонстрирует знание - нормативно-правовой и технологической документации, регламентирующей деятельность предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.</p> <p>Студент демонстрирует умение - проводить анализ соответствия качества услуг гостиничного предприятия и предприятия питания, нормативным требованиям; - анализ отзывов потребителей.</p> <p>Студент демонстрирует владение - способностью применять на практике методы оценки соответствия технологических процессов стандартам качества.</p>	<p>Закрепление способности оценивать качество оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон (ОПК-3.1)</p>



<p>Знание - знание методов оценки соответствия стандартам качества.</p> <p>Умение - применять знания в области стандартизации гостиниц, нормативно-правовую и технологическую документацию (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы), регламентирующую деятельность сферы гостеприимства и общественного питания.</p> <p>Владение - навыками применения нормативно-правовой и технологической документации при осуществлении функциональных обязанностей предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.</p>	<p>Аудиторное тестирование, контрольная работа, представление группового проекта</p>	<p>Студент демонстрирует - знание методов оценки соответствия стандартам качества.</p> <p>Студент демонстрирует умение - применять знания в области стандартизации гостиниц, нормативно-правовую и технологическую документацию (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы), регламентирующую деятельность сферы гостеприимства и общественного питания.</p> <p>Студент продемонстрировал владение - навыками применения нормативно-правовой и технологической документации при осуществлении функциональных обязанностей предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.</p>	<p>Закрепление готовности обеспечения, требуемое отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы) (ОПК-3.2)</p>
<p>Знание - современных технологий организаций сферы гостеприимства и общественного питания с учетом нормативных требований, регламентирующих гостиничную деятельность и деятельность предприятий питания.</p> <p>Умение - формировать спецификацию услуг организаций сферы гостеприимства и</p>	<p>Аудиторное тестирование, контрольная работа, представление группового проекта</p>	<p>Студент демонстрирует знание - современных технологий организаций сферы гостеприимства и общественного питания с учетом нормативных требований, регламентирующих гостиничную деятельность и деятельность предприятий питания.</p> <p>Студент демонстрирует умение - формировать</p>	<p>Закрепление способности формировать спецификацию услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания на основе современных технологий (ПК-3.1)</p>



<p>общественного питания на основе современных технологий.</p> <p>Владение</p> <p>- навыками подбора современных технологий для организации обслуживания с учетом нормативных требований, регламентирующих гостиничную деятельность и деятельность предприятий питания.</p>		<p>спецификацию услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания на основе современных технологий.</p> <p>Студент демонстрирует владение</p> <p>- навыками подбора современных технологий для организации обслуживания с учетом нормативных требований, регламентирующих гостиничную деятельность и деятельность предприятий питания.</p>	
<p>Знание</p> <p>- нормативно-правовой документации, регламентирующей требования к качеству и безопасности гостиничных услуг и услуг предприятий питания.</p> <p>Умение</p> <p>- применять технологии оказания гостиничных и ресторанных услуг в соответствие с нормативными требованиями качества и безопасности, регламентирующие гостиничную и ресторанный деятельность.</p> <p>Владение</p> <p>- навыками применения современных технологий функциональных подразделений гостиниц и предприятий питания в соответствии с требованиями</p>	<p>Аудиторное тестирование, контрольная работа, представление группового проекта</p>	<p>Студент демонстрирует знание</p> <p>- нормативно-правовой документации, регламентирующей требования к качеству и безопасности гостиничных услуг и услуг предприятий питания.</p> <p>Студент демонстрирует умение</p> <p>- применять технологии оказания гостиничных и ресторанных услуг в соответствие с нормативными требованиями качества и безопасности, регламентирующие гостиничную и ресторанный деятельность.</p> <p>Студент демонстрирует владение</p> <p>- навыками применения современных технологий функциональных подразделений</p>	<p>Закрепление способности применять современные технологии оказания услуг в организациях избранной профессиональной сферы, отвечающих требованиям потребителей по срокам, цене и уровню качества обслуживания, а также требованиям безопасности (ПК-3.2)</p>



потребителя.		гостиниц и предприятий питания в соответствии с требованиями потребителя.	
<p>Знание - современных технологий и тенденций развития сферы гостеприимства и общественного питания.</p> <p>Умение - применять современные технологии для повышения уровня обслуживания и формирования гостиничного и ресторанного продукта, соответствующего требованиям потребителей, с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями.</p> <p>Владение - навыками разработки предложений по совершенствованию технологий обслуживания с использованием инноваций с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями.</p>	Аудиторное тестирование, контрольная работа, представление группового проекта	<p>Студент демонстрирует знание - современных технологий и тенденций развития сферы гостеприимства и общественного питания.</p> <p>Студент демонстрирует умение – применять современные технологии для повышения уровня обслуживания и формирования гостиничного и ресторанного продукта, соответствующего требованиям потребителей, с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями.</p> <p>Студент демонстрирует владение - навыками разработки предложений по совершенствованию технологий обслуживания с использованием инноваций с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями.</p>	Закрепление способности разрабатывать предложения по совершенствованию технологий обслуживания в организациях избранной профессиональной сферы с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья (ПК-3.3)



Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

Порядок, критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации определяется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, реализуемым по федеральным государственным образовательным стандартам в ФГБОУ ВО «РГУТИС».

Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

Средство оценивания – групповой проект

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков разработки группового проекта

15-13 баллов – проект соответствует основным требованиям, предъявляемым к работам данного типа: самостоятельность, композиционная стройность: введение (актуальность темы, предмет, объект исследования, цели, задачи), теоретическая и практическая части, заключение; предложенная тема раскрывается ярко, глубоко, аргументировано. При обсуждении участники проекта дают аргументированные, полные ответы.

12-10 баллов – проект соответствует основным требованиям, предъявляемым к работам данного типа: введение (актуальность темы, предмет, объект исследования, цели, задачи), теоретическая и практическая части, заключение. Предложенная тема раскрывается ярко, глубоко, аргументировано. При обсуждении участники проекта дают неполные, поверхностные ответы.

9-7 баллов – проект соответствует основным требованиям, предъявляемым к работам данного типа: введение (актуальность темы, предмет, объект исследования, цели, задачи), теоретическая и практическая части, заключение. Основные части проекта недостаточно проработаны.



6-4 баллов – проект соответствует основным требованиям, предъявляемым к работам данного типа. Предложенная тема раскрыта поверхностно. При обсуждении участники проекта дают поверхностные ответы.

3-1 баллов – Предложенная тема раскрыта поверхностно, отсутствуют отдельные элементы введения, заключение; теоретическая и практическая части недостаточно проработаны.

Менее 1 балла – проект не соответствует основным требованиям, предъявляемым к работам данного типа. Работа носит описательный характер.

Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении

Устный опрос

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при устном ответе

оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	<ul style="list-style-type: none">– полно раскрыто содержание материала;– материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности;– продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала;– точно используется терминология;– показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;– продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;– ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов;– продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;– продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы;– допущены одна – две неточности при освещении	<ul style="list-style-type: none">– Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала,– знание основной и дополнительной литературы;– последовательно и четко отвечает на вопросы билета и дополнительные вопросы;– уверенно ориентируется в проблемных ситуациях;– демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала;– подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой



	второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию	
«4»	<ul style="list-style-type: none">– вопросы излагаются систематизировано и последовательно;– продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;– продемонстрировано усвоение основной литературы. <p>– ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков:</p> <ul style="list-style-type: none">– а) в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа;– б) допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя;– в) допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся показывает полное знание– программного материала, основной и– дополнительной литературы;– дает полные ответы на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности;– правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций;– демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
«3»	<ul style="list-style-type: none">– неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;– усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам;– имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;– при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации;– продемонстрировано	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся показывает знание основного– материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности;– при ответе на вопросы билета и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения;– не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций;– подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне



	усвоение основной литературы	
«2»	<ul style="list-style-type: none">– не раскрыто основное содержание учебного материала;– обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала;– допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов.– не сформированы компетенции, умения и навыки.	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине;– не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом;– не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой

Решение задач

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении кейсов (ситуационных задач)

Предел длительности контроля	30 мин.
Критерии оценки	<ul style="list-style-type: none">– было сформулировано и проанализировано большинство проблем, заложенных в кейсе (задаче);– были продемонстрированы адекватные аналитические методы при работе с информацией;– были использованы дополнительные источники информации для решения кейса(задачи);– были выполнены все необходимые расчеты;– подготовленные в ходе решения кейса документы соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию;– выводы обоснованы, аргументы весомы;– сделаны собственные выводы, которые отличают данное решение кейса от других решений
Показатели оценки	маx 10 баллов
«5», если (9 – 10) баллов	полный, обоснованный ответ с применением необходимых источников
«4», если (7 – 8) баллов	неполный ответ в зависимости от правильности и полноты ответа: <ul style="list-style-type: none">- не были выполнены все необходимые расчеты;- не было сформулировано и проанализировано большинство проблем,



	заложенных в кейсе;
«3», если (5 – 6) баллов	неполный ответ в зависимости от правильности и полноты ответа: <ul style="list-style-type: none">- не были продемонстрированы адекватные аналитические методы при работе с информацией;- не были подготовленные в ходе решения кейса документы, которые соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию;- не были сделаны собственные выводы, которые отличают данное решение кейса от других решений



7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
7	Анатомия сервис-дизайна	Контрольное тестирование	Тестирование состоит из 30 вопросов с тремя вариантами ответа. Необходимо выбрать 1 верный ответ из трех предложенных. Работа оценивается по 10-и бальной системе. В работе допускается не более 1 ошибок для получения 9 баллов, не более 3 ошибок для получения 8 баллов, не более 5 ошибок для получения 7 баллов, не более 7 ошибок для получения 6 баллов, не более 15 ошибок для получения 5 баллов, не более 20 ошибок для получения 4 баллов, более 20 ошибок – 3 балла



11	Анатомия сервис- дизайна	Контрольное тестирование	Тестирование состоит из 30 вопросов с тремя вариантами ответа. Необходимо выбрать 1 верный ответ из трех предложенных. Работа оценивается по 10-и бальной системе. В работе допускается не более 1 ошибок для получения 9 баллов, не более 3 ошибок для получения 8 баллов, не более 5 ошибок для получения 7 баллов, не более 7 ошибок для получения 6 баллов, не более 15 ошибок для получения 5 баллов, не более 20 ошибок для получения 4 баллов, более 20 ошибок – 3 балла
16	Управление клиентским опытом	Контрольная работа	Контрольная работа состоит из 12 вопросов. Необходимо полно и точно раскрыть суть вопроса. Работа оценивается по 10-и бальной системе. При раскрытии 100% вопросов студент получает 10 баллов, 75% - от 8 до 7 балла, 50% - 6-5 баллов, 25% - 4-2 баллов, 10% - 1 балл.



17,18	Управление клиентским опытом	<p>Групповой проект, который предусматривает разработку услуги (на выбор группы), создание его макета, анализ целевой аудитории, варианты позиционирования, оценку качества, план продвижения, маркетинговый анализ рыночной среды, возможность применения коммуникационных технологий, описание ценовой и ассортиментной политики на 5 лет. Проект выполняется поэтапно (с каждой неделей он получает новое наполнение) группой студентов в течение всего семестра, по окончании представляется презентация продукта со всеми планами и расчетами.</p>	<p>Проект оценивается по 15-ти бальной шкале.</p> <p>Учитываются оригинальность идеи, качество и разнообразие используемых методов анализа и расчета, возможность использования услуги (продукта) в реальной коммерческой жизни, графическое исполнение проекта в виде презентации на 15-18 слайдов.</p> <p>Оценка 15 подразумевает исполнение проекта с учетом всех предъявленных требований, оценка 13-11 – частичное использование современных методов создания и продвижения услуги (продукта) на рынок, оценка 10-8 – неаккуратное исполнение графической части проекта, недостаточная разработка идеи и ее воплощения.</p> <p>Оценка 7-5 – частичное исполнение проекта, невозможность его реализации в коммерческой жизни, оценка 4-1 – выполнение части проекта, неоконченность, неаккуратность конечных результатов.</p>
-------	------------------------------	---	---

**Задания для проведения промежуточной аттестации
(оценки компетенции ОПК-3.1, ОПК-3.2)**

Задания закрытого типа (тесты, 15)

1	Услуга, подразумевающая индивидуальный подход к клиенту, называется: Кол-во правильных ответов - 1
1	профессиональная
2	творческая
3	идеальная
4	нет правильного ответа



2	Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем: Кол-во правильных ответов - 1
1	Это отчужденный от производителя результат труда
2	Это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа
3	Фактически производство совмещено с потреблением
4	Производство может быть удалено от потребителя
3	Потребности – это: Кол-во правильных ответов - 1
1	нехватка чего-либо
2	нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида
3	совокупность существующих и потенциальных покупательских возможностей покупателей товара (услуги)
4	желание клиента обменять товар на деньги
4	Сервис-дизайн – это: Кол-во правильных ответов - 1
1	абстрактная теоретическая модель основных видов сервисной деятельности
2	удовлетворение потребностей, связанных с вещественной направленностью действия
3	методология, которая помогает улучшить взаимодействие компании с клиентами
4	визуализация продукта, направленная на формирование повышенного спроса
5	К группе потребительских услуг относятся: Кол-во правильных ответов - 1
1	Консалтинговые услуги
2	Услуги телевидения
3	Туристские услуги
4	Медицинские услуги
6	Потребность в услугах, обеспеченная наличными денежными средствами населения, - это: Кол-во правильных ответов - 1
1	Конъюнктура рынка
2	Эластичность спроса
3	Платежеспособный спрос
4	Специализированный спрос
7	Сфера услуг представляет собой: Кол-во правильных ответов - 1
1	Первичный сектор экономики
2	Вторичный сектор экономики
3	Третичный сектор экономики
4	Модель экономики Фишера-Кларка
8	Процесс принятия решения о покупке состоит из следующих стадий: Кол-во правильных ответов - 1
1	Поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, осознание проблемы, реакция на покупку
2	Осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, принятие решения о покупке, реакция на покупку
3	Осознание проблемы, оценка вариантов, реакция на покупку, реакция на покупку



4	Зависит от категории продукта
9	К коммерческим источникам информации, которыми пользуется потребитель при принятии решения о покупке относят: Кол-во правильных ответов - 1
1	СМИ
2	Личный опыт
3	Выставки, упаковка
4	Референтные группы
10	Профессиональная этика имеет значение, прежде всего для профессий, объектом которых является: Кол-во правильных ответов - 1
1	право
2	государство
3	человек
4	культура
11	Рассматривает профессиональное поведение работника как нормативно заданное, предписанное теми или иными нравственными нормами – это: Кол-во правильных ответов - 1
1	профессиональная этика
2	метаэтика
3	нормативная этика
4	специальная этика
12	Существует понятие «трех точек взгляда», то есть места, куда вы смотрите при общении. Зона профессиональных контактов, доверия, находится: Кол-во правильных ответов - 1
1	В треугольнике, очерченным глазами и ртом
2	В зоне лба собеседника
3	В зоне подбородка
4	В зоне глаз собеседника
13	Уравнение К. Лавлока выглядит как: Кол-во правильных ответов - 1
1	Сумма всех издержек, которые терпит потребитель при приобретении услуги
2	Разница между общей ценностью и общими издержками
3	Сумма всех выгод, которые получает потребитель при приобретении услуги
4	Разница между временными затратами и выгодами от получения продукта
14	Стадия насыщения в ЖЦУ соответствует следующему описанию: Кол-во правильных ответов - 1
1	Прибыль незначительна или вовсе отсутствует, серьезные затраты на стимулирование спроса, темп сбыта продукции очень низок
2	Слабая конкуренция, реклама имеет напоминающий характер, оптимизация ассортимента, потребители-консерваторы
3	Максимальный уровень конкуренции, цена имеет тенденцию к снижению, стабилизируются темпы сбыта
4	Генерирование идеи предоставления услуги, прогнозирование ее основных ресурсов, разработка стратегии маркетинга
15	Процесс, посредством которого индивид отбирает, организует и интерпретирует



	поступающую информацию для создания значимой картины окружающего мира, называют: Кол-во правильных ответов - 1
1	ощущением
2	восприятием
3	мотивацией
4	анализом

Номер задания	Содержание задания (Задания открытого типа, 33)
1.	На переговорах о сделке новый участник заметил, что менеджер по продажам обращается к участникам неформально и использует «ты»-обращение. Прокомментируйте данную ситуацию. Укажите, в каких случаях это допустимо.
2.	Перечислите приемы, которые помогут завоевать доверие клиента.
3.	Перечислите основные поведенческие ошибки сотрудников, контактирующих с клиентом.
4.	Опишите открытую позу при деловом общении «сотрудник-клиент». Объясните, почему именно она эффективна.
5.	Перед менеджером клиентского отдела стоит задача измерения клиентоориентированности сотрудников отдела. Какие инструменты сервис-дизайна он может применить?
6.	Одним из принципов клиентоориентированности является эмпатия и глубокое понимание клиента. Какой инструмент сервис-дизайна соответствует данному принципу.
7.	В каких случаях уместно применять карту эмпатии?
8.	Перечислите основные составляющие квадранта потребителя.
9.	Какие инструменты сервис-дизайна помогут визуализации клиентского опыта?
10.	Менеджеру клиентской службы необходимо повысить клиентоориентированность отдела. Представьте алгоритм действий для исполнителя.
11.	Принцип тактичности и деликатности означает.....:
12.	На переговорах о сотрудничестве клиент ушел от темы контракта и тратит время сотрудников. Сформулируйте ряд вопросов, которые помогут тактично и профессионально прийти к правильному результату.
13.	При проведении переговоров о сделке сотрудник использует прием

	перепаразирования. Какие фразы он употребляет?									
14.	Предложите фразу/фразы, которые помогут интерпретировать предмет делового разговора.									
15.	В офисе последнее время сложилась напряженная атмосфера. Клиенты начали это замечать. Составьте советы для персонала, которые помогут снизить уровень стресса.									
16.	Представьте определение сервис-дизайна. Чем дизайн может помочь сервису?									
17.	<p>Расставьте в правильном порядке буквы, соответствующие группам потребителей на каждом из этапов ЖЦТ (группа – цифра):</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Консерваторы</td> <td>Раннее большинство</td> <td>Новаторы</td> <td>Позднее большинство</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">Жизненный цикл товара</p>		Консерваторы	Раннее большинство	Новаторы	Позднее большинство				
Консерваторы	Раннее большинство	Новаторы	Позднее большинство							
18.	<p>Задание 20. Сопоставьте формы обслуживания с их содержанием (цифра-буква):</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">1. Абонементное</td> <td style="width: 50%;">а) не предполагает непосредственного визуального общения потребителя и исполнителя услуги</td> </tr> <tr> <td>2. Бесконтактное</td> <td>б) заключается в предоставлении услуг по месту работы или месту жительства специальной бригадой предприятия сервиса.</td> </tr> <tr> <td>3. Стационарное</td> <td>с) заказчик, заключив договор с предприятием сервиса, получает право на оперативное обслуживание, проведение плановых профилактических процедур в течение срока действия договора</td> </tr> <tr> <td>4. Передвижное</td> <td>д) подразумевает обслуживание в</td> </tr> </table>		1. Абонементное	а) не предполагает непосредственного визуального общения потребителя и исполнителя услуги	2. Бесконтактное	б) заключается в предоставлении услуг по месту работы или месту жительства специальной бригадой предприятия сервиса.	3. Стационарное	с) заказчик, заключив договор с предприятием сервиса, получает право на оперативное обслуживание, проведение плановых профилактических процедур в течение срока действия договора	4. Передвижное	д) подразумевает обслуживание в
1. Абонементное	а) не предполагает непосредственного визуального общения потребителя и исполнителя услуги									
2. Бесконтактное	б) заключается в предоставлении услуг по месту работы или месту жительства специальной бригадой предприятия сервиса.									
3. Стационарное	с) заказчик, заключив договор с предприятием сервиса, получает право на оперативное обслуживание, проведение плановых профилактических процедур в течение срока действия договора									
4. Передвижное	д) подразумевает обслуживание в									



		специализированном месте с применением профессионального оборудования и привлечением подготовленного персонала
19.	Расположите контактные зоны (от 0 до 3) в порядке увеличения зоны непосредственного визуального контакта с клиентом (буква-цифра):	
	А. сжатая контактная зона	3
	Б. скрытая контактная зона	1
	В. контактная зона, разделенная пространством	2
	Г. контактная зона, разделенная стойкой	0
20.	В офис вошел клиент. Он общителен, развязен, использует «ты»-общение. Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.	
21.	В офис вошел клиент. Скованная, напряженная поза (“зажатость”), рассчитанные движения, точные, скупые жесты, медленная “солидная” походка, бесстрастное лицо. Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.	
22.	В офис вошел клиент. Спокойные, плавные, уверенные движения, выразительные жесты, неторопливые, но всем видом показывают, что их время дорого стоит, пронизательный, все подмечающий взгляд, быстрый контакт, моментальная оценка ситуации и мгновенная реакция (иногда довольно “ядовитая”). Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.	
23.	В офис вошел клиент. В одежде и внешнем облике: небрежность и неряшливость, также возможна и ориентация на супермоду. Быстрые движения, оживленная жестикуляция, живая мимика, “всевидящий” взгляд В диалогах часто перебивает: менеджер не успевает ответить на один вопрос, как от него уже ждут ответа на другой. Быстро и откровенно, без всякого стеснения оценивают ваш продукт и состояние дел компании. Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.	
24.	Соотнесите определение клиента по геометрическому признаку с его потребительским поведением (цифра – буква):	
	1. Зигзаг	А. Собран, сосредоточен, серьезен, прекрасно осведомлен
	2. Круг	Б. Самолюбив, самоуверен, придиричив, подчеркнуто моден



	3. Квадрат	В. Любопытен, смел, не уверен в себе, готов к открытиям и новинкам, импульсивен	
	4. Треугольник	Г. Общителен, эмоционален, навязчив, доверчив, податлив	
25.	Уравнение ценности услуги К. Лавлока звучит как...:		
26.	Менеджеру необходимо описать ценность услуги по доставке еды. Какую модель можно ему порекомендовать?		
27.	В соответствии с уравнением К. Лавлока заполните свободные поля:		
	Ценность, воспринимаемая клиентом	Общая ценность для клиента	Общие издержки для клиента
		А.	1.
		Б.	2.
		В.	3.
		Г.	4.
28.	Согласно модели ценности услуги В. Зейтамля блок «Воспринимаемое качество» содержит в себе...:		
29.	Согласно модели ценности услуги В. Зейтамля блок «Неденежная цена» содержит в себе...:		
30.	Расположите в правильном порядке этапы принятия решения о покупке (цифра – буква):		
	1.	А. Реакция а покупку	
	2.	Б. Поиск информации	
	3.	В. Возникновение потребности	
	4.	Г. Непосредственно покупка	
	5.	Д. Ранжирование	
	Ответ:		
31.	Перечислите компоненты сервис-дизайна:		
32.	Перед менеджером отдела сервисных операций поставлена задача исследовать конкурентную среду. Какой инструмент сервис-дизайна ему стоит применить.		
33.	Найдите отличия между CJM и Service Blueprint?		



**Задания для проведения промежуточной аттестации
(оценки компетенции ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3)**

Задания закрытого типа (тесты, 15)

1	Услуга, подразумевающая индивидуальный подход к клиенту, называется: Кол-во правильных ответов - 1
1	профессиональная
2	творческая
3	идеальная
4	нет правильного ответа
2	Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем: Кол-во правильных ответов - 1
1	Это отчужденный от производителя результат труда
2	Это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа
3	Фактически производство совмещено с потреблением
4	Производство может быть удалено от потребителя
3	Потребности – это: Кол-во правильных ответов - 1
1	нехватка чего-либо
2	нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида
3	совокупность существующих и потенциальных покупательских возможностей покупателей товара (услуги)
4	желание клиента обменять товар на деньги
4	Сервис-дизайн – это: Кол-во правильных ответов - 1
1	абстрактная теоретическая модель основных видов сервисной деятельности
2	удовлетворение потребностей, связанных с вещественной направленностью действия
3	методология, которая помогает улучшить взаимодействие компании с клиентами
4	визуализация продукта, направленная на формирование повышенного спроса
5	К группе потребительских услуг относятся: Кол-во правильных ответов - 1
1	Консалтинговые услуги
2	Услуги телевидения
3	Туристские услуги
4	Медицинские услуги
6	Потребность в услугах, обеспеченная наличными денежными средствами населения, - это: Кол-во правильных ответов - 1
1	Конъюнктура рынка
2	Эластичность спроса
3	Платежеспособный спрос



4	Специализированный спрос
7	Сфера услуг представляет собой: Кол-во правильных ответов - 1
1	Первичный сектор экономики
2	Вторичный сектор экономики
3	Третичный сектор экономики
4	Модель экономики Фишера-Кларка
8	Процесс принятия решения о покупке состоит из следующих стадий: Кол-во правильных ответов - 1
1	Поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, осознание проблемы, реакция на покупку
2	Осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, принятие решения о покупке, реакция на покупку
3	Осознание проблемы, оценка вариантов, реакция на покупку, реакция на покупку
4	Зависит от категории продукта
9	К коммерческим источникам информации, которыми пользуется потребитель при принятии решения о покупке относят: Кол-во правильных ответов - 1
1	СМИ
2	Личный опыт
3	Выставки, упаковка
4	Референтные группы
10	Профессиональная этика имеет значение, прежде всего для профессий, объектом которых является: Кол-во правильных ответов - 1
1	право
2	государство
3	человек
4	культура
11	Рассматривает профессиональное поведение работника как нормативно заданное, предписанное теми или иными нравственными нормами – это: Кол-во правильных ответов - 1
1	профессиональная этика
2	метаэтика
3	нормативная этика
4	специальная этика
12	Существует понятие «трех точек взгляда», то есть места, куда вы смотрите при общении. Зона профессиональных контактов, доверия, находится: Кол-во правильных ответов - 1
1	В треугольнике, очерченным глазами и ртом
2	В зоне лба собеседника
3	В зоне подбородка
4	В зоне глаз собеседника
13	Уравнение К. Лавлока выглядит как: Кол-во правильных ответов - 1
1	Сумма всех издержек, которые терпит потребитель при приобретении услуги
2	Разница между общей ценностью и общими издержками



3	Сумма всех выгод, которые получает потребитель при приобретении услуги
4	Разница между временными затратами и выгодами от получения продукта
14	Стадия насыщения в ЖЦУ соответствует следующему описанию: Кол-во правильных ответов - 1
1	Прибыль незначительна или вовсе отсутствует, серьезные затраты на стимулирование спроса, темп сбыта продукции очень низок
2	Слабая конкуренция, реклама имеет напоминающий характер, оптимизация ассортимента, потребители-консерваторы
3	Максимальный уровень конкуренции, цена имеет тенденцию к снижению, стабилизируются темпы сбыта
4	Генерирование идеи предоставления услуги, прогнозирование ее основных ресурсов, разработка стратегии маркетинга
15	Процесс, посредством которого индивид отбирает, организует и интерпретирует поступающую информацию для создания значимой картины окружающего мира, называют: Кол-во правильных ответов - 1
1	ощущением
2	восприятием
3	мотивацией
4	анализом

Номер задания	Содержание задания (Задания открытого типа, 45)
1.	Ваши непосредственные подчиненные между собой обсуждают и высмеивают клиента, который оставил на них жалобу. Каковы ваши действия?
2.	Звонит Клиент и очень раздраженно кричит на вас, применяя даже неуместную брань, из-за ошибки вашего коллеги. Ваши действия?
3.	На переговорах о сделке новый участник заметил, что менеджер по продажам обращается к участникам неформально и использует «ты»-обращение. Прокомментируйте данную ситуацию. Укажите, в каких случаях это допустимо.
4.	Перечислите приемы, которые помогут завоевать доверие клиента.
5.	Перечислите основные поведенческие ошибки сотрудников ресторана, контактирующих с клиентом.
6.	Опишите открытую позу при деловом общении «сотрудник-клиент». Объясните, почему именно она эффективна.



7.	Перед менеджером клиентского отдела стоит задача измерения клиентоориентированности сотрудников отдела. Какие инструменты сервис-дизайна он может применить?
8.	Одним из принципов клиентоориентированности является эмпатия и глубокое понимание клиента. Какой инструмент сервис-дизайна соответствует данному принципу.
9.	Управление клиентским опытом или customer experience – это...:
10.	Сформулируйте три ключевых компетенции сотрудника клиентского сервиса:
11.	Для каких целей составляются стандарты клиентского сервиса в компании?
12.	Какие разделы включены в стандарты обслуживания клиентов?
13.	Перечислите этапы составления клиентских стандартов обслуживания.
14.	Может ли сотрудник сервисной службы отклоняться от корпоративных стандартов?
15.	Назовите причины, которые на ваш взгляд, затормаживают развитие качественного сервиса в России.
16.	Сотруднику клиентского сервиса поставили задачу обучения коллег для повышения качества сервиса. Какие инструменты можно ему порекомендовать?
17.	Для контроля работы компании используют определенные метрики. Перечислите основные из них.
18.	Сотруднику службы клиентского сервиса поставлена задача рассчитать основные метрики отдела. Предложите каналы, по которым необходимо взаимодействовать для расчета метрик.
19.	Перечислите основные действия для внедрения системы клиентского сервиса.
20.	Продавец обещает бесплатную доставку при заказе от 4 000 р., в приложении об этом сообщает крупный баннер. Клиент набирает в корзину продукты – часть из них весовые – и делает заказ на 4 100 р. Примечание на странице заказа: «Внимание. Вес некоторых товаров может отклоняться в большую или меньшую сторону. Окончательная стоимость товаров будет указана в чеке». Курьер доставляет продукты на сумму 3 987 р. (весовые продукты вышли



	дешевле, чем при заказе), и в чеке клиент видит + 200 р. за доставку. Ожидания обмануты, сервис сработал отрицательно. Как можно исправить эту ошибку.
21.	Клиент 10 лет подряд заказывал ко дню рождения торт в кондитерской на углу. Готовили его за три дня. Кондитерская закрылась, и клиент обращается к вам. Ваш срок изготовления – пять дней. Клиент недоволен: «Мне раньше делали за три, почему вы так не можете, вы плохая компания». Как можно исправить эту ситуацию.
22.	Какова стандартная структура клиентского сервиса онлайн.
23.	Какие инструменты аналитики можно использовать для работы с сайтом компании.
24.	Какие способы оплаты целесообразно предложить клиентам.
25.	Какие каналы обязательны для хорошего клиентского сервиса?
26.	Перечислите виды связи, которые могут быть удобны клиентам
27.	Магазин товаров для животных, в котором за день из 50 покупателей 35 заказывают по телефону (входящие звонки клиентов из группы «ВКонтакте»), а средний чек покупки – 800 р. Если не дозвонятся всего 10 клиентов, владелец магазина ежедневно будет терять 8 000 р. В месяц потери составят 240 000 р. На разговор с одним клиентом по телефону продавец тратит минимум 5–7 минут, то есть 4 часа рабочего времени в день. Очевидно, что предпринимателю необходимо развивать канал продаж по телефону, иначе он теряет прибыль. Что можно предложить для решения этой задачи?
28.	Каковы преимущества отдельного канала для звонков от клиентов?
29.	Сейчас в компании можно увидеть следующие фразы: <i>«Добрый день. По вторникам мы работаем с 9 до 18. Сейчас уже поздно, и нас нет в офисе. Мы ответим вам на почту завтра до 12.00»</i> . Или так: <i>«Специалист чата отвечает по будням с 9 до 18. Мы обработаем ваше сообщение в ближайший рабочий день до обеда. Ответ будет отправлен на e-mail, который вы указали»</i> . Каким образом можно исправить этот недостаток?
30.	Какую пользу несут для сервисной компании чат-боты.
31.	Для большинства потребителей определяющую роль в покупке играет скорость получения товара. 31 % <u>предпочитает</u> получать заказанное в тот же день, 26 % согласны подождать несколько дней. Перечислите ключевые критерии качества доставки.



32.	Дайте определение термину «программа лояльности»
33.	Какие проблемы можно решить с помощью программы лояльности?
34.	Какие компоненты содержит постоянная программы лояльности?
35.	Как вы поступите, если увидите, что человеку с особыми потребностями нужна помощь?
36.	Вы разговариваете с человеком, испытывающим трудности в общении, и не совсем поняли, что он только что сказал. Как вежливо поступить в таком случае?
37.	Вы по привычке сказали «Увидимся», обращаясь к тому, кто не может видеть, или «Вы слышали об этом...?» – тому, кто не слышит... Как думаете, стоит извиниться?
38.	К вам с запросом по телефону обратился незрячий человек. Ваша задача пригласить его в офис для решения проблемы или заключения договора. Опишите ваши действия?
39.	Перечислите правила разговорного поведения с лицами ОВЗ.
40.	Перечислите правила обращения с человеком с нарушением двигательных функций.
41.	При коммуникации с лицом ОВЗ сотрудник сервисного центра самостоятельно передвинул инвалидную коляску лица, обратившегося в офис для ремонта сотового телефона, ближе к стойке информации. Правильны ли его действия?
42.	Каковы будут действия сотрудника сервисного офиса при работе с инвалидом-колясочником.
43.	Сотрудник офиса принимает заказ от инвалида-колясочника, находясь на своем рабочем месте. Оно представляет собой высокую стойку рецепции. Нужно ли сотруднику менять свое местоположение в этой ситуации?
44.	На празднике ко дню рождения компании на фуршет были приглашены ключевые клиенты, в том числе люди с нарушением двигательных функций. Каковы правила организации подобных мероприятий для людей с ОВЗ?
45.	В сервис-дизайне Customer Journey Map – это

Контрольная точка 3.

1. Дайте определение понятиям «форма обслуживания» и «метод обслуживания потребителей».
2. Какие современные инструменты сервис-дизайна Вы знаете?
3. В чем сущность и особенности обслуживания потребителей в стационарных условиях и с выездом на дом к потребителям? Приведите примеры.
4. В чем преимущество бесконтактного обслуживания потребителей?



5. Дайте определение понятия «контактная зона», приведите примеры контактных зон в сфере сервиса.
6. Какие требования предъявляют к обслуживающему персоналу в контактной зоне?
7. Расскажите, /объясните/, в чем суть абонементного обслуживания, обслуживания с помощью обменного фонда машин и приборов. Какие «плюсы и минусы» несут они клиенту и сервисной фирме? Какие инструменты сервис-дизайна в этой форме можно применить?
8. Каким образом интерьер помещения, в котором проводится обслуживание потребителей, влияет на степень их удовлетворенности и эффективность работы обслуживающего персонала? Приведите примеры.
9. Назовите этапы жизненного цикла услуги и почему это необходимо знать любому предпринимателю.
10. Почему при оказании услуг так важно учитывать временной фактор?
11. Где потребитель скорее рискует столкнуться с неэтичным обращением /обслуживанием/ - в сфере услуг или производственной сфере и почему?
12. Приведите примеры того, как компьютерные и телекоммуникационные технологии в течение последних лет изменили те виды услуг, которыми вы пользовались уже давно.

Контрольная точка 4.

Примерная тематика групповых проектов

1. Сервисная деятельность как часть культуры России.
2. Сервисная деятельность как часть культуры Европы и США.
3. Анализ возможных организационных форм реализации сервиса в сфере туризма и гостеприимства.
4. Анализ реформирования сферы услуг в России.
5. Сервис-дизайн: проблемы и особенности развития
6. Анализ особенностей развития сервис-дизайна в современной России.
7. Эволюция услуг и их влияние на становление общества.
8. Манипулирование потребительским поведением. Основные подходы.
9. Современный сервис РФ: проблемы и перспективы развития.
10. Этика и этикет сервиса. Анализ основных правил.
11. Зависимость сервисной деятельности от географических и демографических факторов.
12. Закон о защите прав потребителей (туристов). Анализ судебной практики России и зарубежья.
13. Разработка принципов клиентоориентированного подхода в различных отраслях сферы сервиса (в бытовом обслуживании, образовании, туризме, гостиничном деле, ресторанном обслуживании и т.д.)

Вопросы к экзамену.

1. Преимущества сервис-дизайна
2. Составляющие сервис-дизайна
3. Принципы сервис-дизайна
4. Инструменты сервис-дизайна
5. Сущность трендвочинга, примеры
6. Принципы составления CJM
7. Сущность Service Blueprint



8. Краткая характеристика этапов развития человеческого общества.
9. Технологические уровни развития человечества.
10. Понятие индустриального общества, его особенности. Зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира.
11. Услуги в средневековом обществе Европы.
12. Услуги в средневековом обществе России.
13. Понятие индустриального общества, его особенности. Индустриальное производство и сервисная деятельность.
14. Применение дизайн-мышления
15. Инструменты развития сервисного мышления
16. Этапы дизайн-мышления
17. Понятие постиндустриального общества (информационная революция, сервисизация экономики и др.). Постиндустриальное производство и сервисная деятельность.
18. Иерархия и пирамида потребительских метрик
19. Пожизненная стоимость клиента, Customer Lifetime Value или LTV
20. Стоимость привлечения клиентов, Customer Acquisition Cost или САС
21. Воронка основных этапов взаимодействия клиента с продуктом или ААARRR
22. Глобальные проблемы постиндустриального общества и их связь со сферой сервиса
23. Признаки услуги. Сравнительная характеристика товаров и услуг.
24. Понятие услуги. Виды услуг.
25. Методы исследования клиентского опыта
26. Принципы эмоционального интеллекта
27. Концепция потребительской ценности
28. Методика Customer Journey или «карта путешествия потребителя»
29. Карта эмпатии и принципы ее составления
30. Принципы вовлечения пользователей
31. Услуги социального пакета.
32. Государственная услуга. Виды государственных услуг.
33. Международные модели услуг (модели Д. Ратмела, Ф. Котлера, М. Битнера и др.)
34. Сущность понятия «сфера услуг». Элементы сферы услуг. Рынок услуг. Субъекты рынка услуг.
35. Необходимые компоненты сферы услуг: спрос и предложение. Методологические подходы к прогнозированию спроса.
36. Факторы, определяющие спрос в сфере услуг. Неценовые факторы.
37. Особенности рынка услуг.
38. Стратегии предпринимательской деятельности в сфере услуг.
39. Сервисная политика стран Европы и США.
40. Сервисная политика России.
41. Законодательная и нормативная базы сервиса.
42. Принципы осуществления современного сервиса. Основные задачи сферы сервиса.
43. Основные подходы к осуществлению сервиса.
44. Виды предпродажного и послепродажного сервиса.
45. Основные варианты организации системы сервиса.
46. Основные задачи организации в области сервисных технологий. Меры по улучшению сферы сервиса.
47. Региональные аспекты сервиса.
48. Проблемы сервисной отрасли и перспективы развития.



49. Понятие деловой репутации.
50. Культура сервиса.
51. Понятие контактной зоны и особенности поведения в ней.
52. Этические основы и деловой этикет сервисной деятельности.
53. Эстетические компоненты сферы сервиса.
54. Понятие инноваций в сфере сервиса. Особенности внедрения инноваций в сферу услуг. Примеры удачных и неудачных инновационных решений в сфере услуг.
55. Жизненный цикл услуги (ЖЦУ).
56. Стратегии конкуренции на различных этапах ЖЦУ.
57. Модель ценности услуги.
58. Классификация потребителей. Потребительское поведение.
59. Качество обслуживания и производительность.
60. Стратегические направления и конкурентоспособность в сфере услуг.
61. Формы коммуникации с потребителями услуг.
62. Роль и значение невербальных способов общения.
63. Международный обмен услугами.
64. Интернет -сервис в современном обществе.
65. Информационные технологии сервисной деятельности.
66. Психологическая культура сервиса.
67. Требования, предъявляемые к профессиональному поведению работника контактной зоны.
68. Культура общения с потребителями. Культура речи работника контактной зоны.
69. Работа с жалобами. Конфликты с клиентами.
70. Способы и правила разрешения конфликтных ситуаций.

7.4. Содержание занятий семинарского типа.

Практическая работа заключается в выполнении студентами под руководством преподавателя комплекса учебных заданий направленных на усвоение научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретение практических навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий. Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов. Основой практикума выступают типовые ситуации, с которыми должен справляться специалист в области сервиса на предприятиях туристской отрасли.

Виды практических занятий:

- Круглый стол,
- Студенческая конференция,
- Решение ситуационных задач,
- Выездные практические занятия,
- Психологический тренинг

Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: «Круглый стол»

Тема и содержание занятия: Происхождение сервис дизайна и его преимущества



Практическое занятие, предусматривающее обсуждение студентами исторических вопросов возникновения и эволюции сервисной деятельности.

Цель занятия: В процессе изучения темы следует сосредоточиться на терминах и понятиях, используемых в современной сервисной деятельности – «сервис», «услуга», «сфера обслуживания», «культура сервиса», «сервис-дизайн», «сервис-мышление», «эмоциональный интеллект», «путь клиента» и др.

Практические навыки: Студентам необходимо уяснить отличительные особенности услуг в сравнении, например, с товаром – их неосвязаемость, изменчивость по качеству, невозможность их хранения. Также важно усвоить принципы и отличительные признаки сервисной деятельности.

Вопросы, выносимые на обсуждение:

1. Понятие сервис-дизайна и сервисной деятельности.
2. Сфера услуг в общественном разделении труда.
3. Функции сферы услуг.
4. Понятие "услуга".
5. Особенности рынка услуг.
6. Состав отраслей сферы услуг.
7. Сфера услуг и формирование постиндустриального общества.
8. Факторы развития сферы услуг.

Продолжительность занятия – 2 часа (очная форма)

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: «Студенческая конференция»

Тема и содержание занятия: Составляющие и принципы сервис-дизайна

Вопросы, выносимые на обсуждение

1. Принципы современного сервиса в индустрии и сервиса.
2. Задачи современного сервиса и сервис-дизайна.
3. Усиление роли туристической индустрии в современной экономике. Воздействие факторов роста потребительской активности. Эволюция понятия сервис-дизайн.
4. Принципы сервис-дизайна
5. Фирменный сервис и его преимущества.
6. Основные подходы к осуществлению сервиса в разных странах.

Цель занятия: изучить проблематику формирования сервисного общества РФ, определить основные проблемы

Практические навыки: знать особенности проектирования сервисного продукта в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями

Продолжительность занятия – 2 часа (очная форма).

Практическое занятие 3.

Вид практического занятия: «Круглый стол»

Тема и содержание занятия: Специфика услуг как товара.

Практическое занятие, предусматривающее обсуждение в виде круглого стола современных подходов к функциям и принципам современного сервиса и оказания услуг.

Представить презентацию доклада:

1. Покупательский риск в сфере отечественных услуг.
2. Рынок гостиничных услуг и его особенности.

Цель занятия: изучить особенности развития сервиса в России и за рубежом, представить отчет о проделанной работе.



Практические навыки: понимать и анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые философские проблемы, проявлять патриотизм, трудолюбие и гражданскую ответственность

Продолжительность занятия – 2 часа (очная форма), 0,5 часа (заочная форма).

Практическое занятие 4.

Вид практического занятия: круглый стол

Тема и содержание занятия: Концепция потребительской ценности

Цель занятия: изучить различные подходы к оценке потребительской ценности.

Написать эссе, посвященное системе предоставления сервисов в РФ.

Практические навыки: знать о поведении потребителей, критериях качества информации в развитии постиндустриального общества

Продолжительность занятия – 2 часа (очная форма), 0,5 часа (заочная форма).

Практическое занятие 5.

Вид практического занятия: круглый стол

Тема и содержание занятия: Инструменты сервис-дизайна

Вопросы, выносимые на обсуждение:

1. Сопоставьте жизненный цикл услуги и товара. Поясните различия.
2. Подберите товары и услуги, цикл которых одинаков.
3. Подберите примеры товаров и сопутствующих услуг в области государственного управления, коммерческой деятельности, искусства.
4. Сопоставьте инструменты сервис-дизайна в различных областях предоставления услуг.

Цель занятия: изучить инструменты сервис-дизайна.

Практические навыки: понимать и анализировать эффективность применения инструментов сервис-дизайна

Продолжительность занятия – 2 часа (очная форма).

Практическое занятие 6.

Вид практического занятия: представление презентаций

Тема и содержание занятия: Сервис как компонент продажи товаров.

Задание для семинарского занятия:

Составить презентацию на тему «Современный сервис в коммерции». Задание предполагает анализ одной из современных компаний с раскрытием всех особенностей обслуживания потребителей в процессе продажи товара». Презентация состоит из 10-15 слайдов.

Цель занятия: изучить сервисные технологии в процессе продажи товаров.

Практические навыки: владеть способностью понимать и анализировать взаимосвязь обслуживания и торговли.

Продолжительность занятия – 2 часа (очная форма), 1 час (заочная форма).

Практическое занятие 7.

Вид практического занятия: case-study/ Решение ситуационных задач

Тема и содержание занятия: Поведение потребителей и принятие ими решений

Персонализированное предложение сервисного продукта позволяет выделить наиболее важные, с точки зрения сервисологии, аспекты раскрывающие особенности потребления:



- персонификация осуществляется за счет изменения отдельных материальных и нематериальных компонентов продукта, но не предполагает изменения базового продукта или его идеи;
- адаптированные характеристики формируются только с участием потребителя;
- персонификация может осуществляться только за счет сервиса.

Цель занятия: закрепить полученные в ходе лекционного занятия знания, приобрести фундаментальные знания о поведении потребителя, потребностях в разных исторических эпохах

Практические навыки: изучить концептуальные основы сервисологии и рассмотреть аспекты современного потребления

Продолжительность занятия – 4 часа (очная форма), 0,5 часа (заочная форма).

Практическое занятие 8.

Вид практического занятия: интерактивное выездное занятие

Тема и содержание занятия: Теория организации обслуживания. Выездное практическое занятие, предусматривающее посещение выставки

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. Какие классификации клиентов Вы знаете?

6. Почему потребители оценивают услуги иначе, чем товары?

Цель занятия: изучить психотипы клиентов и особенности обслуживания клиентов в сфере обслуживания.

Практические навыки: навыками проектирования различных вариантов обслуживания

Продолжительность занятия – 4 часа (очная форма), 0,5 часа (заочная форма).

Практическое занятие 9.

Вид практического занятия: психологический тренинг

Тема и содержание занятия: Методы исследования клиентского опыта.

1. Современные формы обслуживания потребителей услуг. Основные типы сервисных посредников, посреднические и досуговые услуги.

2. Правовое обеспечение сферы обслуживания. Жалобы и претензии потребителей, защита их прав.

Цель занятия: изучить методы исследования клиентского опыта, основные точки контакта с продуктом.

Практические навыки: владеть навыками формирования сервисного продукта и отношений с потребителями

Продолжительность занятия – 2 часа (очная форма), 1 час (заочная форма).

Практическое занятие 10.



Вид практического занятия: круглый стол

Цель занятия: рассмотреть основные методы предоставления услуг

Тема и содержание занятия: Дизайн-мышление. Инструментарий.

Подготовка и представление презентации к докладу:

1. Построение взаимоотношений клиент-контактный персонал (П. К. Миллс, Дж. Г. Моррис, М. Р. Соломон, К. Супренант, Дж. А. Зепиел, И. Дж. Гутман и др.).
2. Использование моделей массового обслуживания при определении мощности организации сферы услуг (Г. Вагнер, Е. Вентцель, Ю.И. Рыжиков, Х. Таха, Г.П. Фомин и др.).
3. Дизайн-мышление как базовый навык специалиста

Цель занятия: изучить подходы к дизайн-мышлению

Практические навыки: владеть навыками работы с компьютером как средством управления информацией

Продолжительность занятия – 2 часа (очная форма), 1 час (заочная форма).

Практическое занятие 11.

Вид практического занятия: круглый стол

Тема и содержание занятия: Управление клиентским опытом

Продолжительность занятия – 2 часа (очная форма)

Практическое занятие 12.

Вид практического занятия: Выездное практическое занятие, предусматривающее посещение выставки, работа в группе

Тема и содержание занятия: Пользовательские и экономические метрики

Цель занятия: разработать и описать процесс персонализации продукта (на примере). Представить графическую модель. Представить систему пользовательских и экономических метрик

Практические навыки: знать особенности проектирования сервисного продукта на основе пользовательских и экономических метрик.

Продолжительность занятия – 4 часа (очная форма).

Практическое занятие 13.

Вид практического занятия: представление презентаций по результатам работы в микрогруппах

Тема и содержание занятия: Воронка основных этапов взаимодействия клиента с продуктом

контрольная точка 4

Практическое занятие, предусматривающее представление результатов разработки группового проекта в группах.

Цель занятия: продемонстрировать знания, полученные на лекционных занятиях

Практические навыки: владеть навыками формирования сервисного продукта и отношений с потребителями

Продолжительность занятия – 6 часов (очная форма), 1 час (заочная форма).

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного



процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

8.1. Основная литература

7. Аймалетдинов Т. А. Рынок туристических услуг: потребительское поведение и планы россиян // Социология. Статистика. Публикации. Отраслевые обзоры. Вып. 2 (15) / Т. А. Аймалетдинов, В.И. Гриценко, О.А. Долгова ; Аналитический центр НАФИ. — Москва : НАФИ, 2019. — 50 с. - ISBN 2587-9073. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1031310> (дата обращения: 25.09.2022)
8. Герасимов Б. И. Маркетинговые исследования рынка : учебное пособие / Б. И. Герасимов, Н. Н. Мозгов. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 336 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-811-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1068858> (дата обращения: 25.09.2022). – Режим доступа: по подписке.
9. Резник Г. А. Сервисная деятельность : учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 202 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016211-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241803> (дата обращения: 25.09.2022). – Режим доступа: по подписке.
10. Свириденко Ю. П. Сервисная деятельность : учебное пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 174 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/23520. - ISBN 978-5-16-014846-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1836717> (дата обращения: 25.09.2022). – Режим доступа: по подписке.
11. Сервис: термины и понятия : словарь / под ред. О.Я. Гойхмана. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 239 с. — (Библиотека словарей «ИНФРА-М»). - ISBN 978-5-16-014474-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1167070> (дата обращения: 25.09.2022). – Режим доступа: по подписке.
12. Сервис: организация, управление, маркетинг : учебник для бакалавров / Е. Н. Волк, А. И. Зырянов, А. А. Лимпинская, Н. В. Харитонова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. — 249 с. - ISBN 978-5-394-03140-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=431948> – Режим доступа: по подписке.

8.2. Дополнительная литература

1. Развитие сферы услуг на основе клиентоориентированного подхода : монография / В.В. Груздева, Г.В. Груздев, Ю.С. Ключева, В.В. Конова. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 172 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1977989. - ISBN 978-5-16-018322-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1977989> (дата обращения: 26.03.2024). – Режим доступа: по подписке.
2. Маркетинг товаров и услуг : учеб. пособие / А.В. Лукина. — 2-е изд., доп. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021, <https://znanium.ru/catalog/document?id=375747>



3. Управление продажами : учебно-практическое пособие для бакалавров / авт.-сост. И. Н. Кузнецов. — 3-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 492 с. - ISBN 978-5-394-02640-9. - Текст : электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1092999> (дата обращения: 25.09.2022). – Режим доступа: по подписке.

4. Стикдорн, М. Сервис-дизайн на практике: Проектирование лучшего клиентского опыта : практическое руководство / М. Стикдорн, А. Лоуренс, М. Хормес, Я. Шнайдер. - Москва : Альпина Паблишер, 2023. - 560 с. - ISBN 978-5-9614-8146-4. - Текст : электронный. - URL:

<https://znanium.ru/catalog/product/2141007> (дата обращения: 26.03.2024). – Режим доступа: по подписке.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Электронно-библиотечная система «Znanium.com»:<http://znanium.com/>

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»:<http://window.edu.ru/>

Служба тематических толковых словарей «Глоссарий.ру»:<http://www.glossary.ru/>

Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»:<https://cyberleninka.ru/>

8.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных системам

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Windows
3. Microsoft Office
4. База данных сервисных центров «Сервисбокс» [профессиональная база данных]: <https://www.servicebox.ru/>
5. База данных «Российский бизнес-портал «BazaRF.ru» [профессиональная база данных]: <http://www.baza-r.ru/enterprises>
6. Справочная правовая система КонсультантПлюс
7. Интернет-версия системы Гарант (информационно-правовой портал "Гарант.ру)

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины «Сервис-дизайн» предусматривает аудиторную (работа на лекциях и практических занятиях) и внеаудиторную (самоподготовка к лекциям и практическим занятиям) работу обучающегося.

В качестве основной методики обучения была выбрана методика, включающая - совокупность приёмов, с помощью которых происходит целенаправленно организованный, планомерно и систематически осуществляемый процесс овладения знаниями, умениями и навыками.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине «Сервис-дизайн» в предлагаемой методике обучения выступают лекционные и практические занятия (с использованием интерактивных технологий обучения), а также самостоятельная работа обучающихся.

- лекции



Вводная лекция намечает основные проблемы курса в целом или его раздела. В нее включаются «ключевые» вопросы, понимание которых позволяет лучше усвоить материал последующих тем или самостоятельно разобраться в нем;

Лекции – дискуссия, где содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции;

Академическая лекция - это традиционно вузовская учебная лекция. Для нее характерны высокий научный уровень, теоретические абстракции, имеющие большое практическое значение. Стиль такой лекции - четкий план, строгая логика, убедительные доказательства, краткие выводы. Теоретические занятия (лекции) организуются по потокам. На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзаменам, а также самостоятельной научной деятельности.

Изложение лекционного материала рекомендуется проводить в мультимедийной форме (презентаций). Смысловая нагрузка лекции смещается в сторону от изложения теоретического материала к формированию мотивации самостоятельного обучения через постановку проблем обучения и показ путей решения профессиональных проблем в рамках той или иной темы. При этом основным методом ведения лекции является метод проблемного изложения материала.

- практические занятия

Практические занятия по дисциплине «Сервис-дизайн» проводятся с целью приобретения практических навыков в области маркетинга, основных стратегий и тактик, комплекса маркетинга и маркетинговых исследований.

Практическая работа заключается в выполнении студентами, под руководством преподавателя, комплекса учебных заданий направленных на усвоение научно-теоретических основ маркетинга, приобретение практических навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий. Выполнения практической работы студенты производят в письменном виде, в виде презентаций и докладов, а также эссе и рефератов. Отчет предоставляется преподавателю, ведущему данный предмет, в электронном и печатном виде.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов. Основой практикума выступают типовые задачи, которые должен уметь решать специалист в области сервиса на предприятиях технического сервиса автомобилей.

При изучении дисциплины «Сервис-дизайн» используются следующие виды практических занятий:

1.Метод «Круглый стол»

"Круглый стол" проводится с целью:

- комплексного обсуждения современных актуальных проблем курса;
- рассмотрению дискуссионных вопросов из курса;
- осмысление и обобщение отечественного и зарубежного опыта по курсу.

"Круглый стол" характеризуется вынесением на обсуждение широких теоретико-



практических тем, а также активностью студентов, как в постановке вопросов, так и в общем обсуждении с преподавателями.

Для конструктивного обсуждения темы преподаватель определяет узловые проблемы, готовит и проводит методическое совещание, в ходе которого обсуждается проект дискуссии и определяется методика проведения "круглого стола". Целесообразно провести консультацию для студентов, на которой порекомендовать им соответствующую литературу по теме.

2. Групповой проект. Преподаватель предлагает тему для проекта, придает ей определенный характер по контактам, продолжительности проведения, количеству участников. Определяется тип проекта, проблема, цель и задачи проекта. Обязательно указывается учебный материал по предметам, который предполагается задействовать для решения указанной проблемы, а также каким образом результаты проекта будут оформлены, какую практическую/теоретическую значимость этот проект имеет и в какой области. Также необходимо разработать структуру своего проекта, наметить методы исследования, источники информации, сформулировать гипотезы решения проблемы.

Преподаватель распределяет роли в своей группе, чтобы каждый принял в исследовании, оформлении и обсуждении результатов самое активное участие.

3. Case-study/Решение ситуационных задач - анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности, и поиск вариантов лучших решений.

4. Выездное занятие - Выездным является организованное мероприятие, проводимое за территорией университета, с целью проведения научно-исследовательских работ, воспитательных мероприятий, посещения учреждений образования, культуры, здравоохранения, для организации других культурно-досуговых, образовательных и оздоровительных форм деятельности, а также различных видов занятий по учебным программам ВУЗа.

5. Психологический тренинг предназначен для диагностики профессионального потенциала студента, основной деятельностью которого будет работа с клиентами, гостями и потребителями туристских услуг. В процессе тренинга студент получает готовый чек-лист для профессионального роста в туротрасли. Тренинг проводится путем открытого наблюдения.

- самостоятельная работа обучающихся

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы обучающихся является обучение навыкам работы с научно-теоретической, периодической, научно-технической литературой и технической документацией, необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Сервис-дизайн», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному изучению и изложению полученной информации.

Основными задачами самостоятельной работы обучающихся являются:

- овладение фундаментальными знаниями;
- наработка профессиональных навыков;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.



Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Сервис-дизайн» обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе лекционных и практических занятий;
- формирование навыков работы с периодической, научно-технической литературой и технической документацией;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.

Формы самостоятельной работы

Перечень тем самостоятельной работы студентов по подготовке к лекционным и практическим занятиям соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины.

Самостоятельная работа студента предусматривает следующие виды работ: предусматривает следующие виды работ: изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, предусматривает использование ЭБС, подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам, подготовка презентации по итогам выставки, подготовка презентации для финальной защиты группового проекта.

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

Учебные занятия по дисциплине «Сервис-дизайн» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах:

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроjectionное оборудование/переносное видеопроjectionное оборудование доска
Занятия семинарского типа	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроjectionное оборудование/переносное видеопроjectionное оборудование доска
Самостоятельная работа обучающихся	помещение для самостоятельной работы, специализированная учебная мебель, ТСО: видеопроjectionное оборудование, автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет", доска; Помещение для самостоятельной работы в читальном зале Научно-технической библиотеки университета,



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТИС

Лист 55 из 48

специализированная учебная мебель автоматизированные
рабочие места студентов с возможностью выхода
информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»,
интерактивная доска