

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 27.04.2024 16:15:24  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ:**

Заместитель директора по УМР  
\_\_\_\_\_ Т.А. Харитонова

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: **Сервисология**

направление подготовки: **43.03.01 Сервис**

направленность (профиль): **Экономика сервисного предприятия и организация  
постпродажного обслуживания, Кадровый и правовой сервис в  
отрасли**

форма обучения: **очная, заочная**

Рабочая программа разработана по направлению 43.03.01 «Сервис», направленность (профиль) «Экономика сервисного предприятия и организация постпродажного обслуживания», «Кадровый и правовой сервис в отрасли».

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры ЭОП

Заведующий кафедрой

Е. А. Корякина

Рабочую программу разработал:

Редькина Е.М., доцент, канд. культурологии, доцент

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Целью дисциплины** является формирование у студентов целостного представления о сфере сервиса и особенностях организации обслуживания клиентов сервисных организаций с учетом социокультурных и межкультурных различий, а также общемировых тенденций цифровизации экономики.

### **Задачи:**

1. Изучить проблемы и перспективы формирования сервисного общества.
2. Проанализировать место и роль сервиса в удовлетворении человеческих потребностей.
3. Рассмотреть особенности организации процесса обслуживания клиентов с учетом социокультурных и межкультурных различий.
4. Проанализировать влияние сквозных технологий на процесс обслуживания клиентов.
5. Научиться использовать возможности некоторых сквозных технологий при организации обслуживания клиентов сервисных организаций (Big Data (Yandex Wordstat), облачные сервисы).

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина Сервисология относится к дисциплинам обязательной части учебного плана.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины/модуля являются:

**знание:** истории России и зарубежных стран; обществознания; основ деловой коммуникации; основ психологии; основ информационных технологий.

**умения:** использовать полученные знания для выстраивания конструктивного взаимодействия с окружающими; анализировать и учитывать социокультурные особенности партнеров по общению; пользоваться возможностями Интернет.

**владение:** навыками уважительного отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира, включая мировые религии, философские и этические учения, навыками работы в Интернет.

Содержание дисциплины «Сервисология» служит основой для освоения дисциплин «Основы сервисной деятельности», «Основы предпринимательской деятельности в сервисе», «Экономика сервисного предприятия», «Проектирование процесса оказания сервисных услуг и постпродажного обслуживания», «Организация постпродажного обслуживания и сервиса», «Основы организации производства на предприятиях сервиса», «Организация предпринимательской деятельности и бизнес-планирование в сфере сервиса», «Технологии клиентурных отношений».

## 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом,	УК-5.2. Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знать: З1. Особенности и механизмы взаимодействия с коллегами и клиентами, принадлежащими разным национальным культурам, способы нивелирования негативного влияния последствий общемировых политических процессов.
		Уметь:

<p>этическом философском контекстах</p>	<p>и</p>	<p>У1. учитывать социокультурные особенности, как клиентов, так и коллег при организации и осуществлении обслуживания клиентов, нивелировать негативное влияние общемировых политических процессов на взаимоотношения людей.</p>
<p>ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи продвижение сервисных продуктов</p>	<p>ОПК-4.1. Проводит маркетинговые исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов</p>	<p>Знать: 32. Современные тенденции развития сферы услуг и их влияние на изменение потребительских предпочтений и способы ведения конкурентной борьбы. 33. Способы использования Yandex Wordstat для анализа индивидуальных предпочтений клиентов сервисных организаций, а также для исследования рынка в целом и анализа конкурентов.</p> <p>Уметь: У2 Определять перспективные ниши для ведения предпринимательской деятельности в сфере сервиса У3. Выявлять прямых и косвенных конкурентов для сервисного предприятия, определять потребительские предпочтения при организации обслуживания клиентов</p> <p>Владеть: В2. Навыками проведения исследования рынка, конкурентов и потребителей с помощью Yandex Wordstat</p>
<p>и</p>	<p>ОПК-4.2. Проводит анализ покупательских предпочтений по сервисным продуктам при организации продаж и продвижении сервисных продуктов с использованием основ психологии продаж и продвижения сервисных продуктов</p>	<p>Знать: 34. Влияние потребностей человека на его покупательские предпочтения по сервисным продуктам; основы психологии обслуживания и эмоционального сервиса; особенности использования дизайн-мышления при организации обслуживания клиентов</p> <p>Уметь: У4 определять потребности клиентов с помощью Yandex Wordstat;</p> <p>Владеть: В3. навыками исследования потребностей клиентов сервисного предприятия с помощью Yandex Wordstat</p>
	<p>ОПК-4.3. Формулирует предложения по улучшению организации продаж и продвижению сервисных продуктов</p>	<p>Знать: 35 Способы повышения продаж в сервисных предприятиях, современные способы продвижения сервисных продуктов</p> <p>Уметь: У5 формировать предложения по повышению показателей деятельности сервисного предприятия в плане продаж и продвижения сервисных продуктов</p> <p>Владеть: В4 навыками презентации предложений по совершенствованию деятельности сервисного предприятия в плане повышения продаж и улучшения продвижения сервисных продуктов</p>

#### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины/модуля составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
очная	1/1	18	34	-	56	36	экзамен
заочная	3/5	10	10		106	9	экзамен

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Структура дисциплины.

#### очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины/модуля		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	Сервисология как область научного знания и учебная дисциплина	2	4	-	10	16	УК-5.2 ОПК-4.1	Ментальная карта Тест
2	2	Формирование сервисного общества: особенности, проблемы и перспективы	4	12	-	15	31	УК-5.2 31 ОПК-4.1	Участие в дискуссии, оценка за работу на занятии. Тест, конспект, работа в малых группах, презентация (по использованию сквозных технологий в сервисе)
3	3	Сервис как форма удовлетворения человеческих потребностей	6	10	-	10	26	УК-5.2 ОПК-4.1	Тест, деловая игра, ментальная карта, Работа в малых группах (презентация), таблица по развитию потребностей и сервиса
4	4	Организация обслуживания клиентов на предприятиях сервиса	6	8	-	21	35	ОПК-4.1 УК-5.2	Тест, глоссарий, операцион

									ная модель по обслуживанию клиентов (работа в малых группах), чек-лист по качеству обслуживания в сервисном предприятии, анализ обслуживания в сервисном предприятии по чек-листу. Деловая игра, видео по обслуживанию трудных клиентов
7	Экзамен		-	-	-	36	36	УК-5.2. ОПК-4.1. ОПК-4.2. ОПК-4.3.	Экзаменационные вопросы
Итого:			18	34		92	144		

### Заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины/модуля		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	Сервисология как область научного знания и учебная дисциплина	2	2	-	20	24	УК-5.2 ОПК-4.1	Ментальная карта Тест
2	2	Формирование сервисного общества: особенности, проблемы и перспективы	2	2	-	30	34	УК-5.2 ОПК-4.1	Участие в дискуссии, оценка за работу на занятии. Тест, конспект, работа в малых группах, презентация (по использованию сквозных технологи

									й в сервисе)
3	3	Сервис как форма удовлетворения человеческих потребностей	4	4	-	20	28	УК-5.2 ОПК-4.1	Тест, деловая игра, ментальная карта  Работа в малых группах (презентация), таблица по развитию потребностей и сервиса
4	4	Организация обслуживания клиентов на предприятиях сервиса	2	2	-	45	49	ОПК-4.1 УК-5.2	Тест, глоссарий, операционная модель по обслуживанию клиентов (работа в малых группах), чек-лист по качеству обслуживания в сервисном предприятии, анализ обслуживания в сервисном предприятии по чек-листу. Деловая игра, видео по обслуживанию трудных клиентов
7	Экзамен		-	-	-	9	36	УК-5.2. ОПК-4.1. ОПК-4.2. ОПК-4.3.	Экзаменационные вопросы
Итого:			10	10		124	144		

### Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

## 5.2. Содержание дисциплины.

### 5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «Сервисология как область научного знания и учебная дисциплина». Сервисология: основные понятия. Сервисология как область науки. Сервисология как учебная дисциплина. Особенности работы в сфере сервиса: необходимость учета потребностей клиентов и их социокультурных особенностей. Развитие сферы сервиса, влияние цифровизации экономики на эту сферу. Изменения требований к работникам сферы сервиса в условиях цифровизации экономики.

Раздел 2. «Формирование сервисного общества: особенности, проблемы и перспективы». Генезис сервисного общества. Постиндустриальное общество, его признаки и характеристики. Развитие третичного сектора на современном этапе. Страны-лидеры по доходам от сферы услуг. Опасности излишней «сервисизации» экономики. Современные тенденции развития сферы услуг и их влияние на изменение потребительских предпочтений и способы ведения конкурентной борьбы. Перспективные ниши для ведения предпринимательской деятельности в сфере сервиса. Глобализация и ее влияние на сферу сервиса. Вызовы глобализации. Механизмы толерантных взаимоотношений с коллегами и клиентами, способы нивелирования негативного влияния последствий общемировых политических процессов. Использование сквозных технологий в сфере сервиса.

Раздел 3. «Сервис как форма удовлетворения человеческих потребностей». Понятие «потребность». Носители потребностей. Классификации потребностей. Объективное и субъективное в потребностях. Виды человеческой деятельности и роль сервиса в реализации этих видов деятельности. Влияние факторов культурного уровня, социальных и личностных факторов на отношение к труду и мотивацию сотрудников сферы сервиса. Влияние факторов культурного уровня, социальных и личностных факторов на потребительское поведение. Особенности взаимодействия с коллегами и клиентами, принадлежащими разным национальным культурам. Конфликты на базе социокультурных различий: причины, способы нивелирования. Использование Yandex Wordstat для анализа индивидуальных предпочтений при организации обслуживания клиентов.

Раздел 4. Организация обслуживания клиентов на предприятиях сервиса. Характеристика и структура процесса оказания услуг. Эмоциональный и технический сервис. Организация процесса оказания услуг. Использование дизайн-мышления при разработке операционной модели обслуживания клиентов. Формы и методы организации выполнения услуг. Принципы организации обслуживания потребителей. Стандарты качества обслуживания клиентов. Организация обслуживания с учетом социокультурных особенностей клиентов. Типология «трудных клиентов». Особенности работы с «трудными клиентами». Правила работы с клиентами в конфликтных ситуациях. Совершенствование качества обслуживания с учетом потребностей клиентов. Способы и методы организации продаж сервисных продуктов. Способы продвижения сервисных продуктов.

### 5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

#### Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.		Тема лекции
		ОФО	ЗФО	
1	1	2	2	Сервисология как область научного знания и учебная дисциплина
2	2	4	2	Формирование сервисного общества: особенности, проблемы и перспективы
3	3	6	4	Сервис как форма удовлетворения человеческих потребностей
4	4	6	2	Организация обслуживания клиентов на предприятиях сервиса
Итого:		18	10	

## Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.		Тема занятия
		ОФО	ЗФО	
1	1	4	2	Сервисология как область научного знания и учебная дисциплина
2	2	12	2	Формирование сервисного общества: особенности, проблемы и перспективы
3	3	10	4	Сервис как форма удовлетворения человеческих потребностей
4	4	8	2	Организация обслуживания клиентов на предприятиях сервиса
Итого:		34	10	

## Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

## Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.		Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО		
1	1	10	20	Сервисология как область научного знания и учебная дисциплина	Подготовка к тесту. Составление ментальной карты по предложенным статьям в программе X-mind
2	2	15	30	Формирование сервисного общества: особенности, проблемы и перспективы	Подготовка к тесту. Составление конспекта по видеоматериалам, предложенным для подготовки к дискуссии. Заполнение таблицы по систематизации материала в лекции. Работа в малых группах с базой статей по сервисологии на сайте «Киберленинка», составление карточек статей. Подготовка презентаций по результатам работы со статьями на сайте «Киберленинка» Подготовка презентации по использованию сквозных технологий в сервисе (в малых группах)
3	3	10	20	Сервис как форма удовлетворения человеческих потребностей	Подготовка к тесту Составление ментальной карты по теме в программе X-mind. Подготовка презентации по итогам анализа потребительских предпочтений с помощью Yandex Wordstat. Составление таблицы по развитию потребностей и сервиса
4	4	21	45	Организация обслуживания клиентов на предприятиях сервиса	Подготовка к тесту. Работа в малых группах: составление операционной модели по обслуживанию клиентов. Работа в малых группах: подготовка чек-листа по качеству обслуживания в сервисном предприятии. Проведение анализа обслуживания в сервисном предприятии по чек-листу. Подготовка видео по обслуживанию

					трудных клиентов в выбранном сервисном предприятии. Составление чек-листа для анализа способов продвижения услуг и методов продаж в сервисных предприятиях. Анализ способов продвижения сервисных услуг и методов продаж в тюменских предприятиях по чек-листу. Подготовка презентации со сформулированными выводами по исследованию и рекомендациями по совершенствованию деятельности предприятия по выбранным параметрам. Составление глоссария по предмету.
	1-4	-	20		Подготовка контрольной работы
	1-4	36	9		Подготовка к экзамену
	Итого:	144	144		

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- информационно-коммуникационные технологии (визуализация учебного материала в MS Power Point в диалоговом режиме (лекционные занятия));
- технологии коллективного взаимодействия (работа в малых группах (практические занятия));
- репродуктивные технологии (разбор практических ситуаций (практические занятия)).

## 6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

## 7. Контрольные работы

7.1. Методические указания для выполнения контрольных работ.

Выбор задания на контрольную работу осуществляется из перечня, приведенного в таблице по последней цифре зачетной книжки.

Основные требования к написанию текста контрольной работы: логичность и цельность изложения текста работы (от общего к частному); соблюдение правил оформления работы, в том числе и научно-справочного материала; научное, литературное и техническое редактирование.

Структура изложения материала контрольной работы студента должна включать: введение; основную часть; заключение. Во введении автор работы раскрывает значение и необходимость рассмотрения проблемы, обосновывает ее актуальность, определяет цель выполнения данного задания. При раскрытии темы необходимо показать умение работать с литературой, сравнивать, анализировать и обобщать исходные данные. Одновременно требуется осветить теоретические положения, проанализировать нормативно-правовую базу, привлечь материалы практики. В заключении приводится краткое обобщение содержания основной части, подводятся итоги проделанной работы, делаются краткие общие выводы.

Ответы на вопросы должны быть обоснованы ссылками на литературные источники.

Контрольная работа оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ на одной стороне листа формата А4 с соответствующим образом оформленным титульным листом, где указывается также номер варианта и номер шифра зачетной книжки. Используется шрифт «Times New Roman» размером № 14. Интервал полуторный.

Поля страницы должны иметь следующие размеры: левое – 30 мм, правое – 15 мм, верхнее и нижнее – 20 мм.

Страницы нумеруются арабскими цифрами с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер страницы проставляется в центре нижней части листа без точки. Титульный лист включается в общую нумерацию без проставления на нем номера страницы.

Трудоемкость работ по сбору материала и написанию контрольной работы составляет 15 час.

#### 7.2. Тематика контрольных работ.

1. Основные факторы, определяющие потребительское поведение.
2. Стратегия формирования лояльности и удержания клиента в процессе продаж.
3. Модель принятия потребительского решения.
4. Личность и поведение потребителей. Влияние индивидуальных различий на потребительское поведение.
5. Влияние стиля жизни на потребительское поведение.
6. Характеристика потребительских ценностей и установок.
7. Влияние внешней среды на потребительское поведение: культура, этническая принадлежность, социальный класс.
8. Влияние референтных групп на потребительское поведение.
9. Формирование потребительского мнения и изменение его.
10. Типология клиентов: Особенности продаж с учетом типа покупателя и продавца.

### 8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
<b>1 текущая аттестация</b>		
1	Тестирование	10
2	Работа на занятии и выполнение практических заданий	20
	<b>ИТОГО за первую текущую аттестацию</b>	<b>30</b>
<b>2 текущая аттестация</b>		
1	Тестирование	5
2	Работа на занятии и выполнение практических заданий	25
	<b>ИТОГО за вторую текущую аттестацию</b>	<b>30</b>
<b>3 текущая аттестация</b>		
1	Тестирование	5
2	Работа на занятии и выполнение практических заданий	35
	<b>ИТОГО за третью текущую аттестацию</b>	<b>40</b>
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	Тестирование	20
2	Работа на занятии и выполнение практических заданий	80
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Перспект»;
- ЭБС «Консультант студент».

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Windows 8

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

### Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин, практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом
1	Сервисология	Лекционные занятия:	

	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.	625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д. 70
	Практические занятия: Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.	625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д. 70

## 11. Методические указания по организации СРС

### 11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

Важной формой самостоятельной работы студента является систематическая и планомерная подготовка к практическому занятию. После лекции студент должен познакомиться с планом практических занятий и списком обязательной и дополнительной литературы, которую необходимо прочитать, изучить и законспектировать. Разъяснение по вопросам новой темы студенты получают у преподавателя в конце предыдущего практического занятия.

Подготовка к практическому занятию требует, прежде всего, чтения рекомендуемых источников и монографических работ. Важным этапом в самостоятельной работе студента является повторение материала по конспекту лекции. Одна из главных составляющих внеаудиторной подготовки – работа с книгой. Она предполагает: внимательное прочтение, критическое осмысление содержания, обоснование собственной позиции по дискуссионным моментам, постановки интересующих вопросов, которые могут стать предметом обсуждения на практическом занятии.

В начале практического занятия должен присутствовать организационный момент и вступительная часть. Преподаватель произносит краткую вступительную речь, где формулируются основные вопросы и проблемы, способы их решения в процессе работы.

Практические занятия являются одной из важнейших форм обучения студентов: они позволяют студентам закрепить, углубить и конкретизировать знания по предмету, подготовиться к научно-исследовательской деятельности. В процессе работы на практических занятиях обучающийся должен совершенствовать умения и навыки самостоятельного анализа источников и научной литературы, что необходимо для научно-исследовательской работы.

Усвоенный материал необходимо научиться применять при решении практических задач.

Успешному осуществлению внеаудиторной самостоятельной работы способствуют тестирования. Они обеспечивают непосредственную связь между студентом и преподавателем (по ним преподаватель судит о трудностях, возникающих у студентов в ходе учебного процесса, о степени усвоения предмета, о помощи, какую надо указать, чтобы устранить пробелы в знаниях); они используются для осуществления контрольных функций.

В ходе подготовки к практическим занятиям предполагается работа в малых группах с использованием функционала платформы для совместного использования Miro. Для этого после первого занятия по данной дисциплине предполагается знакомство с функционалом данной платформы.

## 11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа является одной из важнейших форм изучения любой дисциплины. Она позволяет систематизировать и углубить теоретические знания, закрепить умения и навыки, способствует развитию умений пользоваться научной и учебно-методической литературой. Познавательная деятельность в процессе самостоятельной работы требует от студента высокого уровня активности и самоорганизованности.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов представляет собой логическое продолжение аудиторных занятий. Затраты времени на выполнение этой работы регламентируются рабочим учебным планом. Режим работы выбирает сам обучающийся в зависимости от своих способностей и конкретных условий.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов. Часть самостоятельной работы предполагает использование функционала программы X-mind.

Самостоятельная работа включает в себя работу с конспектом лекций, изучение и конспектирование рекомендуемой литературы, статей, подготовка мультимедиа-сообщений/докладов, тестирование, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, научно-исследовательскую работу и др.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Работа на лекции – это сложный процесс, который включает в себя такие элементы как слушание, осмысление и, собственно, конспектирование. Для того, чтобы лекция выполнила свое назначение, важно подготовиться к ней и ее записи еще до прихода преподавателя в аудиторию, поскольку в первые минуты лекции объявляется тема лекции, формулируется ее основная цель. Без этого дальнейшее восприятие лекции становится сложным. Важно научиться слушать преподавателя во время лекции. Здесь не следует путать такие понятия как слышать и слушать. Слушание лекции состоит из нескольких этапов, начиная от слышания (первый шаг в процессе осмысленного слушания) и заканчивая оценкой сказанного.

Чтобы процесс слушания стал более эффективным, нужно разделять качество общения с лектором, научиться поддерживать непрерывное внимание к выступающему. Для оптимизации процесса слушания следует:

1. научиться выделять основные положения. Нельзя понять и запомнить все, что говорит выступающий, однако можно выделить основные моменты. Для этого необходимо обращать внимание на вводные слова, словосочетания, фразы, которые используются, как правило, для перехода к новым положениям, выводам и обобщениям;

2. во время лекции осуществлять поэтапный анализ и обобщение услышанного. Необходимо постоянно анализировать и обобщать положения, раскрываемые в речи говорящего. Стараясь представить материал обобщенно, мы готовим надежную базу для экономной, свернутой его записи. Делать это лучше всего по этапам, ориентируясь на момент логического завершения одного вопроса (подвопроса, тезиса и т.д.) и перехода к другому;

3. готовность слушать выступление лектора до конца.

Слушание является лишь одним из элементов хорошего усвоения лекционного материала.

Поток информации, который сообщается во время лекции необходимо фиксировать, записывать – научиться вести конспект лекции, где формулировались бы наиболее важные моменты, основные положения, излагаемые лектором. Для ведения конспекта лекции следует использовать тетрадь. Ведение конспекта на листочках не рекомендуется, поскольку они не так удобны в использовании и часто теряются. При оформлении конспекта лекции необходимо оставлять поля, где студент может записать свои собственные мысли, возникающие параллельно с мыслями, высказанными лектором, а также вопросы, которые могут возникнуть в процессе слушания, чтобы получить на них ответы при самостоятельной проработке материала лекции, при изучении рекомендованной литературы или непосредственно у преподавателя в конце лекции.

Составляя конспект лекции, следует оставлять значительный интервал между строчками. Это связано с тем, что иногда возникает необходимость вписать в первоначальный текст лекции одну или несколько строчек, имеющих принципиальное значение и почерпнутых из других источников. Расстояние между строками необходимо также для подчеркивания слов или целых групп слов (такое подчеркивание вызывается необходимостью привлечь внимание к данному месту в тексте при повторном чтении). Обычно подчеркивают определения, выводы.

Главным отличием конспекта лекции от текста является свертывание текста. При ведении конспекта удаляются отдельные слова или части текста, которые не выражают значимую информацию, а развернутые обороты речи заменяют более лаконичными или же синонимичными словосочетаниями. При конспектировании основную информацию следует записывать подробно, а дополнительные и вспомогательные сведения, примеры – очень кратко. Особенно важные моменты лекции, на которые следует обратить особое внимание лектор, как правило, читает в замедленном темпе, что позволяет сделать их запись дословной. Также важно полностью без всяких изменений вносить в тетрадь схемы, таблицы, чертежи и т.п., если они предполагаются в лекции. Для того, чтобы совместить механическую запись с почти дословным фиксированием наиболее важных положений, можно использовать системы условных сокращений. В первую очередь сокращаются длинные слова и те, что повторяются в речи лектора чаще всего. При этом само сокращение должно быть по возможности кратким.

## Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: Сервисология

Код, направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль): Экономика сервисного предприятия и организация постпродажного обслуживания, Кадровый и правовой сервис в отрасли

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
УК-5	УК-5.2. Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знать: 32.1. Особенности взаимодействия с коллегами и клиентами, принадлежащими и разным национальным культурам. 32.2 Механизмы толерантных взаимоотношений с коллегами и клиентами, способы нивелирования негативного влияния последствий общемировых политических процессов.	Не знает особенности взаимодействия с коллегами и клиентами, принадлежащими разным национальным культурам; не владеет знаниями о механизмах толерантных взаимоотношений с коллегами и клиентами, способах нивелирования негативного влияния последствий общемировых политических процессов.	Демонстрирует знание отдельных особенностей взаимодействия с коллегами и клиентами, принадлежащими разным национальным культурам; отдельных механизмов толерантных взаимоотношений с коллегами и клиентами, отдельных способах нивелирования негативного влияния последствий общемировых политических процессов.	Демонстрирует достаточные знания особенностей взаимодействия с коллегами и клиентами, принадлежащими разным национальным культурам; механизмов толерантных взаимоотношений с коллегами и клиентами, способов нивелирования негативного влияния последствий общемировых политических процессов.	Демонстрирует исчерпывающие знания особенностей взаимодействия с коллегами и клиентами, принадлежащими разным национальным культурам; механизмов толерантных взаимоотношений с коллегами и клиентами, способов нивелирования негативного влияния последствий общемировых политических процессов.

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
		<p>Уметь:</p> <p>У2.1. учитывать социокультурные особенности, как клиентов, так и коллег при организации и осуществлении обслуживания клиентов.</p> <p>У2.2. Толерантно взаимодействовать с коллегами и клиентами, нивелировать негативное влияние общемировых политических процессов на взаимоотношения людей.</p>	<p>Не умеет учитывать социокультурные особенности, как клиентов, так и коллег при организации и осуществлении обслуживания клиентов; не может толерантно взаимодействовать с коллегами и клиентами, нивелировать негативное влияние общемировых политических процессов на взаимоотношения людей</p>	<p>Умеет учитывать социокультурные особенности, как клиентов, так и коллег при организации и осуществлении обслуживания клиентов; может толерантно взаимодействовать с коллегами и клиентами, нивелировать негативное влияние общемировых политических процессов на взаимоотношения людей</p>	<p>Хорошо умеет учитывать социокультурные особенности, как клиентов, так и коллег при организации и осуществлении обслуживания клиентов; может толерантно взаимодействовать с коллегами и клиентами, нивелировать негативное влияние общемировых политических процессов на взаимоотношения людей</p>	<p>В совершенстве умеет учитывать социокультурные особенности, как клиентов, так и коллег при организации и осуществлении обслуживания клиентов; может толерантно взаимодействовать с коллегами и клиентами, нивелировать негативное влияние общемировых политических процессов на взаимоотношения людей</p>
		<p>Владеть:</p> <p>В2.1. навыками толерантного общения с представителями и различных культур при осуществлении обслуживания клиентов компании</p> <p>В2.2. навыками урегулирования конфликтов с учетом межкультурных различий, возникающих при обслуживании клиентов</p>	<p>Не владеет навыками толерантного общения с представителями различных культур при осуществлении обслуживания клиентов компании; а также навыками урегулирования конфликтов с учетом межкультурных различий, возникающих при обслуживании клиентов</p>	<p>Владеет навыками толерантного общения с представителями различных культур при осуществлении обслуживания клиентов компании; а также навыками урегулирования конфликтов с учетом межкультурных различий, возникающих при обслуживании клиентов</p>	<p>Хорошо владеет навыками толерантного общения с представителями различных культур при осуществлении обслуживания клиентов компании; а также навыками урегулирования конфликтов с учетом межкультурных различий, возникающих при обслуживании клиентов</p>	<p>В совершенстве владеет навыками толерантного общения с представителями различных культур при осуществлении обслуживания клиентов компании; а также навыками урегулирования конфликтов с учетом межкультурных различий, возникающих при обслуживании клиентов</p>

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
ОПК-4	ОПК-4.1. Проводит маркетинговые исследования сервисного рынка, влияние на потребителей, конкурентов	<p>Знать:</p> <p>33. Современные тенденции развития сферы услуг и их влияние на изменение потребительских предпочтений и способы ведения конкурентной борьбы.</p> <p>34. Способы использования Yandex Wordstat для анализа индивидуальных предпочтений клиентов сервисных организаций, а также для исследования рынка в целом и анализа конкурентов.</p>	<p>Не знает основные тенденции в развитии сферы услуг и их влияние на изменение потребительских предпочтений и способы ведения конкурентной борьбы; способы использования Yandex Wordstat для анализа индивидуальных предпочтений клиентов сервисных организаций, а также для исследования рынка в целом и анализа конкурентов.</p>	<p>Демонстрирует знание основные тенденции в развитии сферы услуг и их влияние на изменение потребительских предпочтений и способы ведения конкурентной борьбы; способы использования Yandex Wordstat для анализа индивидуальных предпочтений клиентов сервисных организаций, а также для исследования рынка в целом и анализа конкурентов.</p>	<p>Демонстрирует достаточные знания основные тенденции в развитии сферы услуг и их влияние на изменение потребительских предпочтений и способы ведения конкурентной борьбы; способы использования Yandex Wordstat для анализа индивидуальных предпочтений клиентов сервисных организаций, а также для исследования рынка в целом и анализа конкурентов.</p>	<p>Демонстрирует исчерпывающие знания основные тенденции в развитии сферы услуг и их влияние на изменение потребительских предпочтений и способы ведения конкурентной борьбы; способы использования Yandex Wordstat для анализа индивидуальных предпочтений клиентов сервисных организаций, а также для исследования рынка в целом и анализа конкурентов.</p>
		<p>Уметь:</p> <p>У3 Определять перспективные ниши для ведения предпринимательской деятельности в сфере сервиса</p> <p>У 4. Выявлять прямых и косвенных конкурентов для сервисного предприятия</p> <p>У 5 Определять потребительские предпочтения при организации обслуживания клиентов</p>	<p>Не умеет определять перспективные ниши для ведения предпринимательской деятельности в сфере сервиса, выявлять прямых и косвенных конкурентов для сервисного предприятия; определять потребительские предпочтения при организации обслуживания клиентов</p>	<p>В достаточной мере умеет определять перспективные ниши для ведения предпринимательской деятельности в сфере сервиса, выявлять прямых и косвенных конкурентов для сервисного предприятия; определять потребительские предпочтения при организации обслуживания клиентов</p>	<p>Хорошо умеет определять перспективные ниши для ведения предпринимательской деятельности в сфере сервиса, выявлять прямых и косвенных конкурентов для сервисного предприятия; определять потребительские предпочтения при организации обслуживания клиентов</p>	<p>В совершенстве умеет определять перспективные ниши для ведения предпринимательской деятельности в сфере сервиса, выявлять прямых и косвенных конкурентов для сервисного предприятия; определять потребительские предпочтения при организации обслуживания клиентов</p>

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
		<p>Владеть:</p> <p>В3. навыками исследования потребностей клиентов сервисного предприятия с помощью Yandex Wordstat</p> <p>В4. навыками презентации предложений по совершенствованию деятельности сервисного предприятия в плане повышения продаж и улучшения продвижения сервисных продуктов</p>	<p>Не владеет навыками исследования потребностей клиентов сервисного предприятия с помощью Yandex Wordstat, а также навыками презентации предложений по совершенствованию деятельности сервисного предприятия в плане повышения продаж и улучшения продвижения сервисных продуктов</p>	<p>Владеет навыками исследования потребностей клиентов сервисного предприятия с помощью Yandex Wordstat, а также навыками презентации предложений по совершенствованию деятельности сервисного предприятия в плане повышения продаж и улучшения продвижения сервисных продуктов</p>	<p>Хорошо владеет навыками исследования потребностей клиентов сервисного предприятия с помощью Yandex Wordstat, а также навыками презентации предложений по совершенствованию деятельности сервисного предприятия в плане повышения продаж и улучшения продвижения сервисных продуктов</p>	<p>В совершенстве владеет навыками исследования потребностей клиентов сервисного предприятия с помощью Yandex Wordstat, а также навыками презентации предложений по совершенствованию деятельности сервисного предприятия в плане повышения продаж и улучшения продвижения сервисных продуктов</p>
		<p>Владеть:</p> <p>В3. Навыками проведения исследования рынка, конкурентов и потребителей с помощью Yandex Wordstat</p>	<p>Не владеет навыками исследования конкурентов и потребителей с помощью Yandex Wordstat</p>	<p>Знает функционал Yandex Wordstat, но затрудняется проводить самостоятельное исследование рынка, конкурентов и потребителей с помощью данного ресурса.</p>	<p>Владеет навыками исследования конкурентов и потребителей с помощью Yandex Wordstat</p>	<p>В совершенстве владеет навыками исследования конкурентов и потребителей с помощью Yandex Wordstat, может быстро и безошибочно находить необходимую информацию и анализировать ее.</p>

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
	ОПК-4.2. Проводит анализ покупательских предпочтений по сервисным продуктам при организации продаж и продвижения сервисных продуктов	Знать: 35. Влияние потребностей человека на его покупательские предпочтения по сервисным продуктам; 36. Основы психологии обслуживания и эмоционального сервиса 37. Особенности использования дизайн-мышления при организации обслуживания клиентов	Не знает влияние потребностей человека на его покупательские предпочтения по сервисным продуктам; не владеет основами психологии обслуживания и эмоционального сервиса; не имеет представления об особенностях использования дизайн-мышления при организации обслуживания клиентов	Имеет представление о влиянии потребностей человека на его покупательские предпочтения по сервисным продуктам; основах психологии обслуживания и эмоционального сервиса; особенностях использования дизайн-мышления при организации обслуживания клиентов	Знает влияние потребностей человека на его покупательские предпочтения по сервисным продуктам; не владеет основами психологии обслуживания и эмоционального сервиса; не имеет представления об особенностях использования дизайн-мышления при организации обслуживания клиентов	Хорошо знает влияние потребностей человека на его покупательские предпочтения по сервисным продуктам; в совершенстве владеет основами психологии обслуживания и эмоционального сервиса; знает особенности использования дизайн-мышления при организации обслуживания клиентов
		Уметь: У6 определять потребности клиентов с помощью Yandex Wordstat;	Не умеет определять потребности клиентов с помощью Yandex Wordstat;	Знает функционал ресурса, умеет с незначительными ошибками определять потребности клиентов с помощью Yandex Wordstat;	Хорошо знает функционал ресурса, умеет с минимальными ошибками определять потребности клиентов с помощью Yandex Wordstat;	Отлично знает функционал ресурса, умеет с минимальными ошибками определять потребности клиентов с помощью Yandex Wordstat;
		Владеть: В3. навыками исследования потребностей клиентов сервисного предприятия с помощью Yandex Wordstat	Не владеет навыками исследования потребностей клиентов сервисного предприятия с помощью Yandex Wordstat	Владеет навыками исследования потребностей клиентов сервисного предприятия с помощью Yandex Wordstat, но допускает незначительные ошибки	Владеет навыками исследования потребностей клиентов сервисного предприятия с помощью Yandex Wordstat, допуская минимальные ошибки	В совершенстве владеет навыками исследования потребностей клиентов сервисного предприятия с помощью Yandex Wordstat

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
	ОПК-4.3. Формулирует предложения по улучшению организации продаж и продвижению сервисных продуктов	Знать: 38 Способы повышения продаж в сервисных предприятиях 39 Современные способы продвижения сервисных продуктов	Не знает способы повышения продаж в сервисных предприятиях, не имеет представления о современных способах продвижения сервисных продуктов	Имеет представление о способах повышения продаж в сервисных предприятиях, знает о современных способах продвижения сервисных продуктов	Хорошо знает способы повышения продаж в сервисных предприятиях и современные способы продвижения сервисных продуктов	В совершенстве знает способы повышения продаж в сервисных предприятиях и современные способы продвижения сервисных продуктов
		Уметь: У7 формировать предложения по повышению показателей деятельности сервисного предприятия в плане продаж и продвижения сервисных продуктов	Не умеет формировать предложения по повышению показателей деятельности сервисного предприятия в плане продаж и продвижения сервисных продуктов	Умеет формировать отдельные предложения по повышению показателей деятельности сервисного предприятия в плане продаж и продвижения сервисных продуктов	Хорошо умеет формировать предложения по повышению показателей деятельности сервисного предприятия в плане продаж и продвижения сервисных продуктов	В совершенстве умеет формировать предложения по повышению показателей деятельности сервисного предприятия в плане продаж и продвижения сервисных продуктов
		Владеть: В4 навыками презентации предложений по совершенствованию деятельности сервисного предприятия в плане повышения продаж и улучшения продвижения сервисных продуктов	Не владеет навыками презентации предложений по совершенствованию деятельности сервисного предприятия в плане повышения продаж и улучшения продвижения сервисных продуктов	На среднем уровне владеет навыками презентации предложений по совершенствованию деятельности сервисного предприятия в плане повышения продаж и улучшения продвижения сервисных продуктов	Хорошо владеет навыками презентации предложений по совершенствованию деятельности сервисного предприятия в плане повышения продаж и улучшения продвижения сервисных продуктов	В совершенстве владеет навыками презентации предложений по совершенствованию деятельности сервисного предприятия в плане повышения продаж и улучшения продвижения сервисных продуктов

**КАРТА**  
**обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина: Сервисология

Код, направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль): **Экономика сервисного предприятия и организация постпродажного обслуживания, Кадровый и правовой сервис в отрасли**

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Казакевич, Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие для вузов / Т. А. Казакевич. — 2-е изд., доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 188 с.	ЭР	25	100	+
2	Бабокин, Г. И. Основы функционирования систем сервиса. В 2 ч. Часть 1: учебник для академического бакалавриата / Г. И. Бабокин, А. А. Подколзин, Е. Б. Колесников. — 2-е изд., пер. и доп. — М.: Изда-тельство Юрайт, 2018. — 423 с.	ЭР	25	100	+
3	Бабокин, Г. И. Основы функционирования систем сервиса. В 2 ч. Часть 2: учебник для академического бакалавриата / Г. И. Бабокин, А. А. Подколзин, Е. Б. Колесников. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Изда-тельство Юрайт, 2018. — 407 с.	ЭР	25	100	+
4.	Развитие цифровой экономики в условиях деглобализации и рецессии : монография / СПбПУ ; ред. А. В. Бабкин. - Санкт-Петербург : Политех-Пресс, 2019. - 753 с.	ЭР	25	100	+