

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.06.2026 14:19:12
Уникальный программный ключ:
24f866be2aca16484036a8cbb3c509a9551e0054

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Одобрена
на заседании кафедры

27.11.2025 г.
протокол № 10
Зав. кафедрой Радыгина Е.Г.

Утверждена
Советом по учебно-методическим
вопросам и качеству образования

16 декабря 2025 г.
протокол № 4
Председатель  Карх Д.А.
(подпись)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Сервисная деятельность
Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Профиль	Туризм
Форма обучения	заочная
Год набора	2026

Разработана:
Доцент, к.п.н.
Карева А.В.

Екатеринбург
2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	4
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	4
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	11
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	11
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	12
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	13

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 516)
---------	---

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Сервисная деятельность» является ознакомление студентов с основами сервисной деятельности, формирование компетенций, образующих необходимый уровень владения теоретическими и методическими основами организации сервисной деятельности в процессе оказания услуги питания.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточная аттестация	Часов					З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 3						
Экзамен, Контрольная работа	216	20	8	12	187	6

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ИД-1.ОПК-3 Знать: критерии качества оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон.
	ИД-2.ОПК-3 Уметь: оценивает качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон.

ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ИД-3.ОПК-3 Иметь навыки: обеспечения требуемого качества процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами
---	--

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
			Часов				
Семестр 3		207					
Тема 1.	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	23,2	0,9		1,3	21	
Тема 2.	Предпосылки развития сервисной деятельности	23,2	0,9		1,3	21	
Тема 3.	Услуга как продукт сервисной деятельности	23,2	0,9		1,3	21	
Тема 4.	Сервис и его особенности	23,2	0,9		1,3	21	
Тема 5.	Место и роль общения в сервисной деятельности	23,2	0,9		1,3	21	
Тема 6.	Организация обслуживания потребителей	23,2	0,9		1,3	21	
Тема 7.	Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности	23,2	0,9		1,3	21	
Тема 8.	Категории потребителей, особенности обслуживания	22,2	0,9		1,3	20	
Тема 9.	Сервисные услуги в туризме	22,4	0,8		1,6	20	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Темы 1-4	Тест 1 (приложение 4)	Задания и вопросы на воспроизведение основополагающих понятий изучаемой дисциплины, анализ ситуаций обслуживания, определение характера взаимосвязей между компонентами сервисной деятельности	по 5-балльной шкале
Темы 5-7	Тест 2 (приложение 4)	Задания и вопросы на воспроизведение лекционного материала систематизированного схемах и таблицах, задания с выбором единственно правильного или нескольких правильных ответов	по 5-балльной шкале
Тема 8,9	Тест 3 (приложение 4)	Задания и вопросы на воспроизведение основополагающих понятий изучаемой дисциплины, анализ ситуаций обслуживания, анализ афоризмов и высказываний практиков сферы гостеприимства	по 5-балльной шкале

Тема 1-8	Контрольная работа (приложение 6)	Задания и вопросы на изучение основополагающих понятий изучаемой дисциплины, анализ ситуаций обслуживания, определение характера взаимосвязей между компонентами сервисной деятельности	по 5-балльной шкале
Промежуточная аттестация(Приложение 5)			
3 семестр (Эк)	экзаменационный билет	Билет содержит 2 теоретических вопроса и 1 практическое задание	по 5-балльной шкале

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущий контроль.Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущего контроля, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебный достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения профессиональных задач
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

<p>Тема 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека Основные понятия сервисной деятельности. Услуга как форма удовлетворения потребностей человека, качества жизни. Сервис как феномен. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности. Сервисная деятельность и самообслуживание. Отличительные характеристики сервисной деятельности. Сервис в структуре социального взаимодействия. Системный подход в процессе определения соответствия потребностей клиентов предлагаемому обслуживанию.</p>
<p>Тема 2. Предпосылки развития сервисной деятельности Возникновение и развитие услуг. Содержание понятия услуга. Услуга как категория философская и экономическая. Природа услуг. Классификации услуг. Виды услуг и форм обслуживания. Категории услуг, особенности их предоставления. Основные характеристики услуг. Характеристики материальных услуг; особенности услуг непроемственной сферы деятельности. Основные характеристики товара (продукта). Отличие услуги от товара. Безопасность услуг, способы ее формирования и поддержания.</p>
<p>Тема 3. Услуга как продукт сервисной деятельности Предоставление услуг как продукт сервисной деятельности. Духовные услуги. Личные услуги. Социальные услуги. Факторы, влияющие на формирование услуг. Обеспечение безопасности обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности.</p>
<p>Тема 4. Сервис и его особенности Потребности и услуги. Роль сервиса в удовлетворении потребностей человека. Философия сервиса – иное мировоззрение человека. Роль сервисной деятельности в обеспечении качества жизни, уровня социально-экономического развития страны. Осуществление деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах). Осуществление социального взаимодействия и реализация работником своей роль в команде.</p>
<p>Тема 5. Место и роль общения в сервисной деятельности Понятие «контактная зона». Сервис как форма межличностного взаимодействия. Общение как особый вид человеческой деятельности, приводящий к возникновению необходимого организации контакта с гостем. Специфика взаимодействия с гостем в конфликтных ситуациях. Особенности вербального и невербального поведения работников предприятия гостеприимства в процессе оказания услуги. Универсальные коммуникационные навыки работника сервисной организации. Управление временем, выстраивание и реализация траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. Осуществление деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>
<p>Тема 6. Организация обслуживания потребителей Теоретические аспекты организации обслуживания. Понятие расширенной контактной зоны на предприятиях гостеприимства. Специфика высококонтактного взаимодействия при оказании услуги (питания, гостеприимства). Понятие гостиничный продукт и особенности его предоставления в процессе обслуживания гостей. Поддержание должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. Создание и поддержание безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций. Специфика восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p>

Тема 7. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности
Нормативные и правовые документы, регламентирующие деятельность организаций, предоставляющих услуги, в том числе и услуги питания, размещения и туризма. Применение законодательства Российской Федерации, а также норм международного права при осуществлении профессиональной деятельности.

Тема 8. Категории потребителей, особенности обслуживания
Соотношение потребностей, способностей, возможностей и средств удовлетворения потребностей человека. Классификация типов потребителей. Особенности обслуживания с учетом категории потребителей.
Поиск, критический анализ и синтез информации о потребителе услуг, применение системного подхода для решения стандартных и нестандартных задач в контактной зоне.

Тема 9. Сервисные услуги в туризме
Организация питания как комплекс сервисных услуг при организации деловых мероприятий в гостиничных предприятиях. Специфика осуществления сервисной деятельности на предприятиях туризма: сущность, роль, вклад и клиенториентированность контактного персонала формирование турпродукта. Обеспечение требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности.

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 2. Предпосылки развития сервисной деятельности

1. Услуги и жизнедеятельность людей в традиционных обществах
2. Услуги и сервисная деятельность в обществе современного типа
3. Сервисная деятельность в развивающихся странах
4. Безопасность услуг: формирования, поддержание, роль работника контактной зоны

Тема 3. Услуга как продукт сервисной деятельности

1. Услуга как форма удовлетворения потребностей человека
2. Классификация человеческих потребностей
3. Специфика влияния субъективных потребностей гостя на состав и качество оказываемой услуги
4. Организация безопасной для клиента контактной зоны

Тема 4. Сервис и его особенности

1. Особенности современного сервиса в гостеприимстве
2. Психология и мотивация потребителя услуг
3. Составляющие качества услуги
4. Командная работа : предпосылки, роли, совместная работа

Тема 5. Место и роль общения в сервисной деятельности

1. Общение как фактор отношений в сервисной деятельности
2. Проблема нормативного общения в сервисной деятельности
3. Культура общения и внутренняя культура человека, как фактор качества сервисной деятельности.
4. Тайм менеджмент в сервисной деятельности.

Тема 6. Организация обслуживания потребителей

1. Понятие «момент истины»
2. Факторы, влияющие на процесс принятия решения: индивидуальные, психологические, социальные
3. Особенности обслуживания потребителей с учетом категории предприятия, предоставляющего услуги
4. Безопасность услуг : формирование, поддержание
5. Учет кросскультурных отличий при обслуживании клиентов

Тема 7. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности

Ознакомление с нормативно-правовой базой, регламентирующей деятельность предприятий туризма и гостеприимства, акцентируя внимание на актуализации изменений в нормативной правовой базе. Обеспечение безопасности обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности

Тема 8. Категории потребителей, особенности обслуживания

1. Классификация потребителей
2. Особенности современного потребителя услуг
3. Информационное обеспечение потребителя услуг
4. Сбор, анализ, использование информации о клиенте
5. Решение стандартных и нестандартных задач в контактной зоне

Тема 9. Сервисные услуги в туризме

1. Особенности организации сервисной деятельности на предприятиях туризма
2. Мотивация выбора клиента
3. Факторы, влияющие на выбор клиента
4. Сущность вовлеченности работников в процесс обслуживания гостя
5. Профессиональная мотивация работника: формирование, сущность, степень проявления

7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 2. Предпосылки развития сервисной деятельности

Самостоятельная подготовка студента к практическим занятиям. Изучение литературы, раскрывающей социальные, общественно-политические и экономические предпосылки становления сервисной деятельности. Изучение профессиональных периодических изданий, раскрывающих характерные особенности осуществления сервисной деятельности на предприятиях гостеприимства и туризма.

Тема 3. Услуга как продукт сервисной деятельности

Самостоятельная подготовка студента заключается в изучении литературных и периодических источников, раскрывающих процесс формирования, организации, проектирования услуги в современном ее значении, рассматриваемой как продукт сервисной деятельности организаций, оказывающих услуги гостеприимства и туризма.

Тема 4. Сервис и его особенности

Самостоятельная работа студента заключается в изучении литературных и периодических источников, раскрывающих специфику организации и осуществления сервиса в современных сервисных организациях. Осознания значимости и роли сервиса в процессе социально-экономического развития российской экономики.

Тема 5. Место и роль общения в сервисной деятельности

Самостоятельная работа студента заключается в изучении, анализе и сопоставлении актуальных способов выстраивания конструктивных взаимодействий с гостями сервисных предприятий, поиска собственного стиля коммуникации с потенциальным гостем, рефлексивного анализа собственных коммуникативных навыков, осознания коммуникативных проблем и поиск продуктивных действий, направленных на их эффективное решение.

Тема 6. Организация обслуживания потребителей

Изучение литературных и периодических источников, раскрывающих сущность следующих понятий: "клиентоориентированность", зона высококонтактного взаимодействия в процессе оказания услуги гостеприимства, проектирование услуги, и т.д.

Тема 7. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности

Самостоятельное изучение нормативно-правовых документов, регламентирующих деятельность организаций сферы гостеприимства и туризма.

Тема 8. Категории потребителей, особенности обслуживания

Изучение форм потребительского поведения современного гостя на основании рефлексивного анализа встречающихся в практике обслуживания коммуникативных взаимодействий (практика, работа, проектируемые ситуации).

Тема 9. Сервисные услуги в туризме

Изучение специфики взаимодействия разнонаправленных сервисных организаций при формировании туристского продукта, соответствующего требованиям современного гостя.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
Не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося
В электронном портфолио обучающегося по дисциплине размещается
<http://portfolio.usue.ru>
- контрольная работа

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
Приложение 6.

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
Не предусмотрено.

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ
<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

2. Бурняшева Л.А. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: КноРус, 2025. - 428 – Режим доступа: <https://book.ru/book/955845>

Дополнительная литература:

2. Федер. служба гос. статистики, Упр. Федер. службы гос. статистики по Свердл. обл. и Курган. обл. Результаты деятельности организаций с основными видами экономической деятельности "Торговля", "Гостиницы и предприятия общественного питания" в Свердловской области за 2017 год [Электронный ресурс]: статистический бюллетень : (шифр 08093). - Екатеринбург: [б. и.], 2018. - 1 – Режим доступа: <http://lib.usue.ru/resource/limit/stat/18/e460.pdf>

3. Зюзина В. И., Парамонова Н. А. Результаты деятельности организаций с основными видами экономической деятельности "Торговля", "Гостиницы и предприятия общественного питания" в Свердловской области за 2018 год [Электронный ресурс]: статистический бюллетень : (шифр 08093). - Екатеринбург: [б. и.], 2019. - 1 – Режим доступа: <http://lib.usue.ru/resource/limit/stat/19/e489.pdf>

4. Федер. служба гос. статистики, Упр. Федер. службы гос. статистики по Свердл. обл. и Курган. обл. Результаты деятельности организаций с основными видами экономической деятельности "Торговля", "Гостиницы и предприятия общественного питания" в Свердловской области за 2019 год [Электронный ресурс]: статистический бюллетень : (шифр 08093). - Екатеринбург: [б. и.], 2020. - 1 – Режим доступа: <http://lib.usue.ru/resource/limit/stat/20/e510.pdf>

5. Тимохина Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии сферы обслуживания" (туризм и гостиничное хозяйство). - Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2008. - 351

6. Гукова О. Н. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учебное пособие. - Москва: Форум, 2012. - 159

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Astra Linux Common Edition. Договор №0417-ПО/2019 от 08.05.2019, Акт №Sk000343 от 24.05.2019 и Контракт № 35-У/2018 от 13.06.2018, Акт № УТ213 от 17.12.2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Консультант+. Договор № 143/223-У/2025 от 02.12.2025 Срок действия лицензии до 31.12.2026

сервисная деятельность

<http://lib.wbstatic.usue.ru/202110/4.mp4>

сервисная деятельность

<http://lib.wbstatic.usue.ru/202110/5.mp4>

сервисная деятельность

<http://lib.wbstatic.usue.ru/202110/6.mp4>

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к экзамену

1. Охарактеризуйте современные формы человеческой деятельности
2. Каковы эволюционные и современные предпосылки формирования сервисной деятельности?
3. В чем суть формулировки: сервисная деятельность – особая форма человеческой деятельности?
4. Какова специфика потребностной сферы современного гостя (клиента)?
5. Раскройте сущность объективных и субъективных потребностей современного человека. Как специфика потребностной сферы человека влияют на процесс осуществления сервисной деятельности?
6. В чем сущность специфики организации сервисной деятельности в странах Запада?
7. Что такое услуга? Какова роль услуги в процессе удовлетворения субъективных потребностей современного потребителя?
8. Раскройте особенности влияния гостя на состав, качество и продолжительность оказываемой услуги.
9. Что такое сервисная система? Какова специфика сервисной системы на предприятиях сферы сервиса?
10. Каков портрет современного потребителя услуг? Какова ценностно-ориентационная направленность потенциального потребителя услуг?
11. Что такое клиентоориентированность? Какова роль клиентоориентированности в процессе оказания услуги потребителю?
12. Раскройте специфику и роль коммуникации при осуществлении сервисной деятельности
13. Культура поведения контактного работника, как фактор качества сервисной деятельности.
14. Что такое «момент истины»? Какова роль этого явления в ситуации осуществления сервисной деятельности?
15. Особенности принятия потребителем решения об покупке услуги: индивидуальные, психологические, социальные
16. Специфика обслуживания потребителей с учетом категории предприятия, предоставляющего услуги
17. Какие нормативно-правовые документы регламентируют деятельность предприятий сервиса?
18. Укажите отличительные характеристики материально-вещественного товара и услуги

19. Раскройте особенности работы сервисных предприятий в сервисных системах типа 1 и 2
20. Каковы основные различия характеристик услуг в сервисных системах типа 1 и 2?
21. Что такое маркетинг услуг и какова его роль в процессе планирования, организации и осуществления сервисной деятельности?
22. Что такое конкурентное преимущество? Каково значение конкурентного(ых) преимущества(в) в успешной работе сервисного предприятия?
23. Раскройте сущность и значимость составляющих качества оказываемой сервисной организацией услуги
24. Каков процесс оказания, оценки и корректировки услуги?
25. Какова сущность и роль сервиса в национальных экономических моделях?

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к экзамену

Примерные тестовые задания

Потребность – это:

- а) Нужда или недостаток в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности организма, человеческой личности, социальной группы, общества в целом (внутренний побудитель активности);
- б) Динамический процесс физиологического и психологического плана, управляющий поведением человека, определяющий его направленность, организованность, активность и устойчивость;
- в) Форма существования материи, непрерывный процесс развития материального мира;
- г) Состояние, обеспечивающее удовлетворение всех потребностей граждан.

Иерархическую модель потребностей человека создал:

- а) З. Фрейд;
- б) А. Маслоу;
- в) К. Роджерс;
- г) В. Франкл.

К физиологическим потребностям человека относятся потребность:

- а) В принадлежности;
- б) В любви;
- в) В развитии;
- г) В пище, воде, сне, отдыхе.

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

- а) Услуга;
- б) Работа;
- в) Сервисная деятельность;
- г) Потребность.

Результат взаимодействия поставщика и заказчика и внутренней деятельности поставщика по удовлетворению потребности заказчика. – это:

- а) Услуга;
- б) Работа;
- в) Сервисная деятельность;
- г) Продукт.

Основа формирования сервисной деятельности – это:

- а) Изучение потребностей магазинов;
- б) Изучение потребностей человека
- в) Изучение потребностей производства;
- г) Изучение потребностей сервисных организаций.

Абстрактная, теоретическая модель того или иного вида сервисной деятельности – это:

- а) Виртуальная услуга;
- б) Реальная услуга;
- в) Идеальная услуга;
- г) Теоретическая услуга.

К социально-культурным относятся

- а) Услуги по ремонту и техническому обслуживанию изделий;

- б) Услуги отдыха, туризма, образования;
- в) Фотоуслуги, парикмахерские услуги;
- г) Услуги общественного питания, услуги транспорта;

Плановая деятельность, направленная на разработку и установление требований, норм, правил, характеристик как обязательных для выполнения, так и рекомендуемых, обеспечивающая право потребителя на потребление товаров, надлежащего качества за приемлемую цену, а так же право на безопасность и комфортность труда.- это:

- а) сертификация
- б) стандартизация
- в) метрология
- г) лицензирование

Нормативный документ, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливаются характеристики объектов стандартизации, принимаемый по соглашению сторон - это

- а) стандарт
- б) сертификат
- в) лицензия
- г) технический регламент

Приведите примеры сервисных организаций, где доминирует мягкий сервис

Ответ: сервис гостиницы, предприятия питания, медицинские организации и т.д.

Приведите пример сервисных организаций, где доминирует жесткий

Ответ: сервис почта, автосервис, автозаправка, услуги по ремонту, например, бытовой техники и т.д.

Можно ли создавать запасы услуг?

Ответ: нет

Перечислите виды товаров, на которые обычно устанавливается срок годности

Ответ: срок годности устанавливается на продукты питания, напитки, парфюмерно-косметические товары, медикаменты, БАДы, товары бытовой химии, удобрения, агрохимикаты, ветеринарные и биологические препараты корма для животных и иные подобные товары

Из каких компонентов складывается безопасность услуги

Ответ: электробезопасность, пожарная безопасность; взрывобезопасность; радиационная безопасность; безопасность от воздействия химических и загрязняющих веществ, в том числе в пределах предельно допустимой концентрации (ПДК).

Тема 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.

Рассматриваемые вопросы:

Формы человеческой деятельности

Предпосылки формирования сервисной деятельности

Сервисная деятельность как особая форма человеческой деятельности

Практическое задание: Определите спектр потребностей потенциального потребителя услуги указанной сервисной организации (бытовые, транспортные, медицинские, образовательные услуги, услуга гостеприимства, питания, туристские услуги).

Тема 2. Предпосылки развития сервисной деятельности.

Рассматриваемые вопросы:

Услуги и жизнедеятельность людей в традиционных обществах
Услуги и сервисная деятельность в обществе современного типа
Сервисная деятельность в развивающихся странах

Практическое задание: доклад на тему «Особенности сервиса в разных странах мира» (на выбор студента).

Тема 3. Услуга как продукт сервисной деятельности.

Рассматриваемые вопросы:

Услуга как форма удовлетворения потребностей человека
Классификация человеческих потребностей
Объективное и субъективное в потребностях современного человека

Практическое задание: дать характеристику составляющих сервисного продукта выбранной студентом сервисной организации.

Тема 4. Сервис и его особенности.

Рассматриваемые вопросы:

Особенности современного сервиса в гостеприимстве
Психология и мотивация потребителя услуг
Составляющие качества услуги

Практическое задание: проанализировать особенности сферы сервиса в соответствии с особенностями проявления в условиях развития национальных экономик (сравнить две страны).

Тема 5. Место и роль общения в сервисной деятельности.

Рассматриваемые вопросы:

Общение как фактор отношений в сервисной деятельности
Проблема нормативного общения в сервисной деятельности
Культура общения и внутренняя культура человека, как фактор качества сервисной деятельности.

Практическое задание: разбор кейсов конфликтных ситуаций, возникающих в сфере обслуживания.

Тема 6. Организация обслуживания потребителей.

Рассматриваемые вопросы:

Процесс принятия решения потребителем о покупке услуги
Факторы, влияющие на процесс принятия решения: индивидуальные, психологические, социальные
Особенности обслуживания потребителей с учетом категории предприятия, предоставляющего услуги

Практическое задание: решений кейсов, раскрывающих специфику обслуживания разных типов потребителей услуг.

Тема 7. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности.

Практическое задание: самостоятельное ознакомление с нормативно-правовой базой, регламентирующей деятельность предприятий сервиса.

Тема 8. Категории потребителей, особенности обслуживания.

Рассматриваемые вопросы:

Составляющие портрета современного потребителя услуг

Типологии потребителей услуг

Организация обслуживания разных типов потребителей услуг

Особенности поведения контактного работника в соответствии с типом потребителя услуги

Практическое задание: решений кейсов, раскрывающих специфику поведения контактного персонала в ситуации обслуживания разных типов потребителей услуг.

Тема 9. Сервисные услуги в гостеприимстве.

Рассматриваемые вопросы:

Особенности организации сервисной деятельности в гостеприимстве

Факторы, влияющие на выбор потребителя услуг гостеприимства

Значение сервиса в сфере гостеприимства

Сервис как конкурентное преимущество сферы гостеприимства

Практическое задание: подбор видео роликов, характеризующих сервисные системы типа 1 и 2.

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

**Приложение 6
к рабочей программе**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДЕНЫ
на заседании кафедры туристического
бизнеса и гостеприимства

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ
по дисциплине
Сервисная деятельность**

Контрольная работа включает следующие элементы:

1. Введение
2. Задания
3. Заключение
4. Список использованных источников

Введение.

Во введении раскрывается степень актуальности сервисной деятельности в организациях сферы гостеприимства. Определяется цель и задачи контрольной работы (объем текста 1 страница).

Задания:

1. Приведите несколько (3-4) примеров «чистых» услуг, примеров сопровождения приобретаемых товаров услугами и примеров сопровождения приобретаемых услуг товарами.
2. Используя модель ценности услуги, приведите примеры, иллюстрирующие влияние каждого из 6 элементов модели на принятие конкретным покупателем решения о покупке услуги.
3. На примере одной – двух услуг составьте список ваших контактов как покупателя с сервисной организацией и опишите полученные вами впечатления (так называемый «момент истины»). Используя литературные источники, приведите 2-3 примера компаний (отечественных и зарубежных), в которых сервис заслуживает подражания. Рекомендуемое содержание ответа: название компании, оказываемые услуги, преимущества сервиса, причины достижения успеха в сервисной деятельности. Примечание: ссылка на литературные источники обязательна.

Заключение. В заключении раскрывается итог контрольной работы в соответствии с поставленными во введении целью и задачами (объем информации 1 страница).

Методические указания к выполнению заданий.

К заданию 1. Материальный рост общества достигается посредством добавленной стоимости на природные ресурсы. Существует много организаций, которые извлекают сырье, добавляют стоимость в процесс его переработки и преобразовывают промежуточные материалы в компоненты и готовые изделия. Другие организации занимаются производством и продажей товаров. Есть организации, повышающие стоимость нашей личной жизни посредством разнообразных нематериальных активов, которые они предоставляют. Продукция последней группы и называется услугами. Услуги можно характеризовать по контрасту с товарами. Товар – это осязаемый объект, который может быть создан и продан или использован позже. Услуга

является неосязаемым и скоропортящимся продуктом. Она создается и потребляется одновременно (или почти одновременно).

В действительности почти всегда приобретение товаров сопровождается сопутствующими услугами и почти каждое приобретение услуг сопровождается сопутствующими товарами.

Отличие товара от услуги не всегда очевидно. Например, в ресторане мы покупаем услугу приготовления пищи или товары, которые представляют собой продукты питания?

К заданию 2. Ценность – это способность товара или услуги удовлетворить потребность или обеспечить выгодой покупателя. Товар или услуга имеют ценность только тогда, когда удовлетворяют потребность или обеспечивают выгодой покупателя (человека или организацию). Ценность является субъективной величиной, ее существование зависит от восприятия и специфических потребностей покупателя.

Модель включает: воспринимаемое качество, внутренние присущие признаки, внешние признаки, цену в денежном выражении, неденежную цену, как компонент воспринимаемого качества, время.

Воспринимаемое качество. Качество часто определяется как «пригодность к использованию». Окончательным судьей качества услуг является покупатель. Потребительское ожидание при оценке качества услуг строится на основе следующих ключевых факторов: речевые коммуникации, личные потребности, прошлый опыт, внешние коммуникации сервисной организации. Различают три уровня качества.

- 1) **Обязательный уровень качества.** Это самый низкий, (законно) приемлемый уровень, ниже и представить себе нельзя, иначе под угрозу будет поставлено даже недолгое существование услуги. Такой уровень обеспечивается системами и процедурами.
- 2) **Ожидаемый уровень качества.** Это качество, ожидаемое клиентом, тот стандарт, который должен быть выдержан, чтобы обеспечить длительное существование услуги. Этот уровень обеспечивается культурой организации.
- 3) **Сознательный уровень качества.** Это такой уровень качества, который клиент не ждет, но, без сомнения, оценил бы его по достоинству. Это то «чуть выше нормы», дающее клиенту ощущение, что его не просто обслуживают, но и видят и признают в нем личность.

Понятно, что если покупательское восприятие того, что они получили, соответствует или превосходит их ожидания от услуги, они будут удовлетворены, а, следовательно, для покупателя будет создана ценность.

Чем выше воспринимаемое качество, тем выше полученная ценность услуг.

Внутренние присущие признаки могут быть рассмотрены в виде двух групп: основная услуга и дополнительные услуги. Основная услуга является базисом или минимальной выгодой, которую клиент ожидает от услуги. Для оказания основной услуги требуются дополнительные услуги, без них основная услуга была бы невозможна. Сервисная организация может создавать большую ценность для своих покупателей посредством одновременного предложения дополнительных услуг.

Внешние признаки услуги связаны с самой услугой, хотя они существуют вне основной услуги, например, репутация, расположение в престижном районе города и др. Все психологические выгоды связаны с внешними признаками услуги.

Цена в стоимостном выражении - это сумма расходов, которые несет покупатель при получении услуги. Она включает цену, начисленную сервисной организацией, а также другие расходы, которые должен понести покупатель для получения доступа к услуге.

Неденежная цена – это любая, отличная от финансовой, жертва, которую покупатель должен приносить для доступа и получения услуги. Неденежное пожертвование включает в себя время, потраченное на поиск нужной услуги или организации, неудобный для клиента доступ к продавцу, время, потраченное на переезд к месту оказания услуги и обратно и время, потраченное на ожидание и выполнение услуги. Неденежная цена включает также психологические затраты, например, воспринимаемый риск и беспокойство, ощущаемое до, во время и после оказания услуги.

Время в создании ценности услуги рассматривается в трех аспектах.

- 1) Время, чтобы получить услугу. Время, потраченное на получение услуги, может означать существенную жертву в отношении других видов деятельности или потерю заработка. Сокращение времени приобретения услуги для многих покупателей обычно прибавляет ценность услуге, они даже готовы платить премиальные за экономию времени.
- 2) Услуга, экономящая время, как альтернатива другой услуге. Это та же самая услуга, только более быстрая и экономящая время покупателя, например, воздушный транспорт вместо наземного.
- 3) Временной горизонт, внутри которого услуга создает выгоды. Выгоды, предоставляемые услугами, создают ценность для покупателей на различных отрезках времени. Можно выделить четыре возможности:
 - Ценность сейчас и на короткий период времени, например, стрижка волос;

- Ценность сейчас и на неопределенный период времени, например, доставка почты;
- Ценность в будущем и на ограниченный период времени, например, школа для семей с детьми дошкольного возраста;
- Ценность в будущем и на неопределенный период времени, например, услуга дантиста по выправлению зубов подростка.

К заданию 3. Во всех услугах самым важным является трансформация тела, ума, активов или информации клиента. Эти трансформации достигаются серией целенаправленных действий через так называемый технологический процесс. Покупатель входит в контакт с обслуживающей организацией, где его тело, ум, активы или информация обрабатываются. Удовлетворен покупатель обслуживанием или нет – зависит от процесса оказания услуг. Момент оказания услуг известен как «момент истины», иными словами во время любого контакта с любой частью сервисной организации покупатель получает впечатление о качестве ее услуг. Услуга может оказываться практически в любое время в любом месте. Вот некоторые очевидные «моменты истины»: покупатель входит в сервисную организацию, спрашивает указания у служащего, находится в контакте со служащим в течение всего времени оказания услуги. Покупатель испытывает воздействие со стороны сервисной фирмы, когда видит ее рекламу, читает о ней заметку в газете, слышит разговоры о ней или об услугах. С кем бы покупатель ни входил в контакт при оказании услуг, это дает ему представление о компании в целом.

Основная литература

1. Удальцова, Мария Васильевна. Сервисология. Человек и его потребности [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса / М. В. Удальцова, Е. В. Наумова. - Москва: Омега-Л, 2011. - 105 с
2. Руденко, Людмила Лазаревна. Сервисная деятельность [Текст] : учебное пособие / Л. Л. Руденко. - Москва : Дашков и К°, 2012. - 207 с.
3. Романович, Жорж Александрович. Сервисная деятельность : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Сервис" / Ж. А. Романович, С. Л. Калачев; под общ. ред. Ж. А. Романовича. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К°, 2012. - 283 с.
4. Рубцова, Наталья Владимировна. Эффективность сервисной деятельности [Текст] : научное издание / Н. В. Рубцова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Байкал. гос. ун-т экономики и права. - Иркутск : Издательство БГУЭП, 2011. - 172 с.

Дополнительная литература

1. **Сервисная деятельность на предприятиях гостеприимства:** конкретные учебные ситуации [Текст] : учеб. пособие / И. А. Злобина [и др.] ; под общ. ред. Г. Р. Корновой ; [отв. за вып. В. Ж. Дубровский] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т, Ин-т непрерыв. образования, Фак. сокр. подгот. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2010. - 102 с.
2. Аванесова, Галина Алексеевна. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 230500 Соц.-культур. сервис и туризм, 230600 Домоведение / Г. А. Аванесова. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2007. - 319 с.
3. Садохин, Александр Петрович. Сервисология: человек и его потребности : учеб. пособие / А. П. Садохин. - Москва : Омега-Л, 2009. – 141
4. Сервисная деятельность: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Сервис» / [С. Н. Коробкова [и др.]; под ред. В. Романович. - 3-е изд. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2006. - 155 с
5. Орлов, Сергей Владимирович. Человек и его потребности : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса / С. В. Орлов. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2006. - 158 с.

В тексте контрольной работы обязательно должны быть ссылки на список использованных источников

Контрольная работа должна содержать (помимо текста контрольной работы), схемы, таблицы и иллюстрации систематизирующие и конкретизирующие специфику осуществления сервисной деятельности.

Контрольная работа оформляется согласно «Положению о требованиях к оформлению рефератов, отчетов по практике, контрольных, курсовых и дипломных работ». Брошюруется в папку скоросшиватель без файлов.

Объем работы от 8 до 10 страниц.

В контрольной работе выполняются все три задания.

