

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(ВлГУ)



Проректор  
по учебно-методической работе

А.А. Панфилов

« 14 » 1d 2015 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

**Направление подготовки** 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

**Профиль программа подготовки** КОММЕРЦИЯ

**Уровень высшего образования** БАКАЛАВРИАТ

**Форма обучения** ОЧНАЯ

| Семестр | Трудоемкость<br>зач. ед, час | Лекции,<br>час. | Практич.<br>занятия,<br>час. | Лаборат.<br>работы,<br>час. | СРС,<br>час. | Форма промежуточ-<br>ного контроля<br>(экз./зачет) |
|---------|------------------------------|-----------------|------------------------------|-----------------------------|--------------|--|
| 6       | 6; 216                       | 36              | 36                           |                             | 99           | Экзамен (45)                                       |
| Итого   | 6; 216                       | 36              | 36                           |                             | 99           | Экзамен (45)                                       |

Владимир 2015

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Сервисная деятельность» являются создание системы знаний о сервисной деятельности, услугах, формах обслуживания и способах формирования новых услуг и прогрессивных методов обслуживания.

Задачами дисциплины являются:

- формирование представления о сервисной деятельности;
- освоение методологических основ организации сервисной деятельности;
- определение места сервиса в жизнедеятельности человека;
- изучение иерархии человеческих потребностей;
- изучение коммуникативных аспектов сервисной деятельности;
- формирование представления о процессах в различных отраслях сферы сервиса и особенностях осуществления сервисных процессов.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Сервисная деятельность» является дисциплиной программы подготовки направления 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина представляет собой прикладную научную дисциплину, в которой приращение знаний происходит благодаря использованию результатов исследований и разработок в других отраслях науки, таких как маркетинг, социология, психология, менеджмент и многих других.

Курс «Сервисная деятельность» имеет существенное значение в экономике, сфере управления, в торговой деятельности.

Эта дисциплина связана с другими дисциплинами, изучаемыми по времени до и после данного курса. К числу таких дисциплин относятся «Психология делового общения», «Коммерческая деятельность», «Маркетинг торговой деятельности» и пр.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование профессиональной компетенции – ПК-8:

- готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

знать:

- виды услуг и сервисной деятельности, их характеристики;
- социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности, историю развития сервиса;
- теорию организации сервисного обслуживания в сфере предпринимательства; (ПК-8)
- теорию и практику сервиса с учетом национальных, региональных, этических, демографических и природно-климатических особенностей обслуживания;

- основные понятия и термины, важнейшие концепции, методы современной сервисной деятельности, направленной на потребителей; (ПК-8)
- новые технологии в сфере услуг и способы внедрения инновационных технологий в сервисную деятельность торговых предприятий. (ПК-8)

уметь:

- выделять социальное значение контакта в сервисной деятельности, взаимосвязь общения с потребителем, механизмы действия и способы проявления законов и закономерностей в различных типах межличностных отношений;
- применять современные и инновационные технологии, и новые формы обслуживания потребителей в сервисную деятельность торговых предприятий. (ПК-8)

владеть:

- методами бесконфликтных взаимоотношений с потребителем в процессе сервисной деятельности, этнокультурной диверсификации сервисной деятельности;
- приемами практического применения методов сервисной деятельности; (ПК-8)
- навыками общения с клиентами в процессе осуществления сервисной деятельности, а также эффективного разрешения конфликтов.

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

| № п/п | Раздел (тема) дисциплины  | Семестр | Неделя семестра | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) |                      |                     |                    |     |         | Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %) | Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам) |
|-------|---|---------|-----------------|--|----------------------|---------------------|--------------------|-----|---------|---|---|
|       |   |         |                 | Лекции   | Практические занятия | Лабораторные работы | Контрольные работы | СРС | КП / КР |   |   |
| 1     | Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека | 6       | 1               | 1  |                      |                     |                    |     |         | 0,5/50%   |   |
| 2     | Предпосылки возникновения сервисной деятельности                      | 6       | 1               | 1  |                      |                     |                    |     |         | 0,5/50%   |   |
| 3     | Специфика услуг как товара  | 6       | 1-2             | 2  | 2                    |                     |                    |     |         | 2/50%   |   |
| 4     | Ценность услуги   | 6       | 2-3             | 2  | 2                    |                     |                    |     |         | 2/50%   |   |
| 5     | Поведение потребителей и процесс принятия ими решения                 | 6       | 3-4             | 2  | 4                    |                     |                    | 10  |         | 3/50%   |   |
| 6     | Теория организации обслуживания                                       | 6       | 5-6             | 4  | 4                    |                     |                    | 10  |         | 4/50%   | Рейтинг-контроль 1  |
| 7     | Контактная зона   | 6       | 7               | 2  | 2                    |                     |                    | 10  |         | 2/50%   |   |
| 8     | Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания.            | 6       | 8-9             | 2  | 4                    |                     |                    | 10  |         | 3/50%   |   |
| 9     | Качество обслуживания и произ-  | 6       | 9-10            | 4  | 2                    |                     |                    | 10  |         | 3/50%   |   |

|       |  |   |       |    |    |  |  |    |        |  |
|-------|--|---|-------|----|----|--|--|----|--------|--|
|       | ВОДИТЕЛЬНОСТЬ.                                     |   |       |    |    |  |  |    |        |  |
| 10    | Общероссийские стандарты качества                  | 6 | 11    | 2  | 2  |  |  |    | 2/50%  |  |
| 11    | Стратегические направления и конкурентоспособность | 6 | 12    | 2  | 2  |  |  | 6  | 2/50%  | Рейтинг-контроль 2                       |
| 12    | Жизненный цикл услуг                               | 6 | 13-14 | 4  | 4  |  |  | 6  | 4/50%  |  |
| 13    | Сервис – компонент продажи товаров                 | 6 | 15    | 2  | 2  |  |  | 6  | 2/50%  |  |
| 14    | Внутренне обслуживание организации                 | 6 | 16    | 2  | 2  |  |  | 6  | 2/50%  |  |
| 15    | Новые технологии в сфере услуг                     | 6 | 17    | 2  | 2  |  |  | 6  | 2/50%  |  |
| 16    | Разработка и создание новых услуг                  | 6 | 18    | 2  | 2  |  |  | 19 | 2/50%  | Рейтинг-контроль 3<br>Контрольная работа |
| Итого |  |   |       | 36 | 36 |  |  | 99 | 36/50% | Экзамен (45)                             |

## СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Лекционный курс

#### *Тема 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека*

Понятие об услуге и сервисной деятельности. Функции сферы услуг. Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг. Общероссийские классификаторы услуг населению. Сервисология

#### *Тема 2. Предпосылки возникновения сервисной деятельности*

Услуги в эпоху первобытнообщинного строя. Услуги: на Древнем Востоке, в Древней Греции, Древнего Рима, на Средневековом Востоке, Средневековой Европы. Этапы развития услуг в России. Теория постиндустриального общества. Главные факторы развития сферы услуг.

#### *Тема 3. Специфика услуг как товара*

Эволюция понятия «товар». Характеристики услуг. Отличие услуги от материально-вещественного товара. Определение ценности услуги. Модель ценности услуги. Основные определения и понятия жизненного цикла услуг. Управления этапами жизненного цикла сопутствующих услуг.

#### *Тема 4. Ценность услуги*

Определение ценности услуги. Модель ценности услуги.

#### *Тема 5. Поведение потребителей и процесс принятия ими решения*

Определение потребительской среды в сфере услуг. Клиенты и их потребности. Факторы, влияющие на покупательское поведение. Процесс принятия решения потребителем. Специфические аспекты покупки услуг. Поведения потребителей деловых услуг.

#### *Тема 6. Теория организации обслуживания*

Обслуживание как сервисная система. Система сервисных операций. Система предоставления услуг. Система маркетинга услуг

#### *Тема 7. Контактная зона*

Общие положения. Пространство контакта. Процесс контакта между клиентом и исполнителем. Содержание контакта. Работа с жалобами потребителей. Принципы эффектив-

ного решения конфликтных ситуаций

***Тема 8. Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания.***

Основные методы предоставления услуг. Формы обслуживания.

***Тема 9. Качество обслуживания и производительность.***

Общие положения. Показатели качества услуги. Модель качества услуг. Сервисные гарантии. Производительность труда в сфере услуг. Объекты стандартизации и номенклатура показателей качества услуг. Методы определения величины показателей качества. Ответственность продавца (исполнителя) перед потребителем.

***Тема 10. Общероссийские стандарты качества***

Объекты стандартизации и номенклатура показателей качества услуг. Методы определения величины показателей качества. Ответственность продавца (исполнителя) перед потребителем

***Тема 11. Стратегические направления и конкурентоспособность***

Понятие о конкурентных преимуществах. Конкурентная окружающая среда. Выбор целевых потребителей. Стратегии создания конкурентных преимуществ. Роль стандартизации и дифференциации в выборе товарной политики

***Тема 12. Жизненный цикл услуг***

Основные определения и понятия. Управления этапами жизненного цикла сопутствующих услуг

***Тема 13. Сервис – компонент продажи товаров***

Основные подходы к осуществлению сервиса. Основные задачи системы сервиса. Виды сервиса по времени его выполнения. Виды сервиса по содержанию работ. Принципы гарантийного обслуживания. Эксплуатационные инструкции

***Тема 14. Внутренне обслуживание организации***

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

***Тема 15. Новые технологии в сфере услуг***

Основные понятия и определения. Информационные технологии в сфере услуг. Причины, по которым фирмы услуг инвестируют в новые технологии. Области применения новых технологий в сфере услуг. Технология как конкурентное преимущество.

***Тема 16. Разработка и создание новых услуг***

Категории новой продукции. Факторы, являющиеся причиной создания новых услуг. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия. Инструменты для разработки услуги. Принципы разработки услуг. Процесс разработки услуги.

**Практические занятия**

***Тема 3. Специфика услуг как товара***

Практические занятия 1 (2 часа). Ответы на вопросы, деловые игры и доклады

***Тема 4. Ценность услуги***

Практическое занятие 2 (2 часа) Ответы на вопросы

***Тема 5. Поведение потребителей и процесс принятия ими решения***

Практические занятия 3-4 (4 часов). Ответы на вопросы и деловая игра

***Тема 6. Теория организации обслуживания***

Практические занятия 5-6 (4 часов). Ответы на вопросы, деловая игра и доклады

***Тема 7. Контактная зона***

Практические занятия 7 (2 часов) Ответы на вопросы и доклады

**Тема 8. Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания.**

Практические занятия 8-9 (4 часов) Ответы на вопросы и доклады

**Тема 9. Качество обслуживания и производительность.**

Практические занятия 10 (2 часа) Ответы на вопросы и доклады

**Тема 10. Общероссийские стандарты качества**

Практические занятия 11 (2 часа). Ответы на вопросы и решение задач

**Тема 11. Стратегические направления и конкурентоспособность**

Практические занятия 12 (2 часов). Ответы на вопросы и решение задач

**Тема 12. Жизненный цикл услуг**

Практические занятия 13-14 (4 часа). Ответы на вопросы и решение задач

**Тема 13. Сервис – компонент продажи товаров**

Практические занятия 15 (2 часа). Ситуационные задачи (кейсы)

**Тема 14. Внутренне обслуживание организации**

Практические занятия 16 (2 часа). Ситуационные задачи (кейсы)

**Тема 15. Новые технологии в сфере услуг**

Практические занятия 17 (2 часа). Ситуационные задачи (кейсы)

**Тема 16. Разработка и создание новых услуг**

Практические занятия 18 (2 часа). Эссе

## **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

*Лекционный материал* должен иметь проблемный характер и отражать профиль подготовки слушателей. На лекциях излагаются основные теоретические положения по изучаемой тематике. В процессе изложения всего лекционного материала по всем темам изучаемой дисциплины применяются информационно-коммуникационные технологии. По каждой теме лекционного материала разработаны презентации, которые предоставлены в электронном виде.

*Практические занятия* проводятся методом группового упражнения, оперативной тренировки, индивидуальных упражнений и последующим обсуждением их решений. Практические занятия по дисциплине ведутся в форме активного обучения и нацелены на закрепление и углубление теоретических знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельного изучения специальной литературы.

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

### **Рейтинг-контроль №1 (1 вариант)**

1. Услуга – это:

- a. Любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо;
- b. Осязаемые действия, направленные на товар или человека;
- c. Особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями.

2. Сервис – это:

- a. Особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг;
  - b. Любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой;
  - c. Предпродажное и гарантийное обслуживание.
3. Сервисная деятельность – это:
- a. Активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
  - b. Управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
  - c. Продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.
4. Услуга обладает следующими качествами:
- a. Способность к хранению и транспортировке;
  - b. Неотделимость от своего источника;
  - c. Неизменностью качества.
5. Производственные услуги – это:
- a. Услуги банков, страховых компаний;
  - b. Инжиниринг, обслуживание оборудования, лизинг;
  - c. Пассажирский транспорт, торговля, образование.
6. Распределительные услуги включают:
- a. Массовые коммуникации;
  - b. Услуги транспорта, торговли, связи;
  - c. Консалтинг, инжиниринг.
7. Профессиональные услуги оказывают:
- a. Развлекательные учреждения;
  - b. Организации общественного питания;
  - c. Рекламные компании.
8. Общественными услугами являются:
- a. Телевидение, радио, образование;
  - b. Услуги, связанные с досугом;
  - c. Услуги, связанные с транспортом.
9. Материальные услуги направлены на:
- a. Формирование отдельных требований потребителей;
  - b. Удовлетворение материальных потребностей;
  - c. Удовлетворение духовных потребностей.
10. Непроизводственные услуги – это:
- a. Транспортировка грузов;
  - b. Техническое обслуживание оборудования;
  - c. Услуги здравоохранения, культуры.
11. К некоммерческим услугам относят:
- a. Услуги предприятий туризма и отдыха;
  - b. Услуги организаций общественного питания;
  - c. Услуги благотворительных фондов.
12. Услуги по регистрации транспортных средств являются:
- a. Государственными;
  - b. Идеальными;
  - c. Смешанными.
13. Идеальная услуга – это:

- a. Абстрактная теоретическая модель вида сервисной деятельности;
  - b. Сопровождение товарно-материальных ценности, облегчая их обращение;
  - c. Все виды производственных услуг.
14. К легитимным услугам относят:
- a. Нелегальные услуги;
  - b. Услуги, имеющие криминальный оттенок;
  - c. Услуги, одобряемые государством и обществом.
15. Услуги хирурга являются:
- a. Личностными;
  - b. Идеальными;
  - c. Нелегитимными.
16. Целью сервисной деятельности является:
- a. Удовлетворение человеческих потребностей;
  - b. Исследование рынка услуг;
  - c. Производство услуг.
17. Контактная зона – это:
- a. Любое место, где производится услуга;
  - b. Место, где услуга может храниться;
  - c. Определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы.
18. Контактной зоной может считаться:
- a. Стойка администратора в гостинице;
  - b. Цех по ремонту оборудования;
  - c. Строительная площадка.
19. Контактной зоной не является:
- a. Зона ремонта бытовой техники;
  - b. Рабочее место парикмахера;
  - c. Рабочее место стоматолога.
20. Предпродажный сервис – это:
- a. Гарантийный сервис;
  - b. Послегарантийный сервис;
  - c. Консервация, проверка, демонстрация.
21. Гарантийный сервис:
- a. Всегда бесплатный;
  - b. Всегда платный;
  - c. Выбирается потребителем.
22. Жесткий сервис – это:
- a. Комплектация необходимой документацией перед продажей;
  - b. Услуги, связанные с поддержанием работоспособности товара;
  - c. Инновационные разработки, применяемые предприятием сервиса.
23. Мягкий сервис – это:
- a. Ремонт и наладка оборудования;
  - b. Предварительная консультация потребителей;
  - c. Интеллектуальные услуги, связанные с совершенствованием определенного товара.
24. Прямой сервис направлен на:
- a. Материальный продукт и пользователя;
  - b. Создание благоприятных условий при совершении торговых сделок;



с. Ремонт и обслуживание конкретного оборудования.

25. Культура сервиса - это:

- а. Высокий квалификационный уровень сотрудника сферы сервиса;
- б. Организационно-технологические условия труда сотрудника сферы сервиса;
- с. Система эталонных трудовых норм, духовных ценностей и этики поведения.

26. Профессионально-служебная этика – это:

- а. Честность и порядочность по отношению к окружающим;
- б. Совокупность требований и норм нравственности по отношению к работникам сервисных фирм;
- с. Соблюдение определенной дистанции в отношениях работник-клиент.

### **Рейтинг-контроль №1 (2 вариант)**

1. Как называется работа, выполняемая для удовлетворения нужд потребителей, которая в основном неосвязаема:

- а. Услугой
- б. Производством
- с. Бытовым обслуживанием

2. Какая из функций не относится к непроизводственной сфере:

- а. Распределение и обмен товаров, продуктов, веществ
- б. Преобразование веществ природы с целью их приспособления к человеческим потребностям
- с. Охрана общественного порядка
- д. Формирование общественного сознания

3. Какой из перечисленных принципов не должен быть положен в основу развития сферы услуг:

- а. Максимизация прибыли за счет создания новых потребностей
- б. Услуги должны быть доступны каждому члену общества
- с. отождествлять сферу услуг с бытовым обслуживанием

4. Под сроком оказания услуг понимается:

- а. Время на подготовительные работы
- б. Время на производство услуг
- с. Время от приема заказа до момента выдачи

5. Из каких процессов состоит процесс оказания услуг:

- а. Прием и выдача услуг заказчику
- б. Принятие заказа, исполнение и выдача заказчику
- с. Производство услуг и контроль качества исполнения

6. При каком из трех возможных исходов конфликтов спор выигрывает один из участников:

- а. Возврат к исходному состоянию
- б. Частичное разрешение конфликта
- с. Полное разрешение конфликта.

7. Каковы специфические особенности общения в сфере обслуживания:

- а. Продавец и покупатель предстают друг перед другом как обезличенные фигуры
- б. Необходимо достигать взаимопонимания с посетителями
- с. Необходимо проявлять высокую культуру общения

8. Что подразумевается под эстетикой заказов:

- а. Это красивый внешний вид изделий

- b. Это организация пространства окружающего заказчика
  - c. Это этический облик работников обслуживания
9. Что подразумевается под понятием «высокое качество» услуг:
- a. Превышение ожиданий потребителя за более низкую цену, чем он предполагал
  - b. Удовлетворение потребности потребителя за установленную цену
  - c. Удовлетворение ожиданий потребителя за высокую цену
10. Какой этап не включается в методику выявления относительного качества услуг:
- a. Оценка важнейших с точки зрения потребителя критериев
  - b. Выявление критериев, которые приводят к приобретению услуг
  - c. Выявление ценового предпочтения
11. С чего начинается процесс разработки новой услуги:
- a. С проведения рыночных испытаний
  - b. С поиска идеи новой услуги
  - c. С внедрения новой услуги
12. С помощью чего предприятие услуг может укрепить свои позиции в конкурентной среде, кроме как с помощью цены и качества услуги:
- a. С помощью экономических решений
  - b. С помощью имиджа предприятия и услуг
  - c. С помощью увеличения объема производства
13. Как изменился состав производителей услуг в ходе рыночных преобразований в России:
- a. Увеличилась доля государственных предприятий
  - b. Увеличилась доля предприятий частной и негосударственной форм собственности
  - c. Доля государственных предприятий и предприятий частной и негосударственной форм собственности равна.
14. Прогрессивные формы обслуживания призваны:
- a. Приближать услуги к потребителю
  - b. Создавать новые виды услуги
  - c. Внедрять услуги на рынке
15. От чего не зависит оценка услуги потребителем:
- a. От опыта обращения к производителям подобных услуг
  - b. От личных желаний клиента
  - c. От воспитания потребительского сознания клиента
16. Какое из перечисленных качеств не должно присутствовать в профессиональном поведении работника сферы сервиса:
- a. Вежливость
  - b. Умение навязывать услуги
  - c. Компетентность
17. Каким требованиям должно отвечать рабочее место работника сферы сервиса:
- a. Должно быть обеспечено дорогим оборудованием
  - b. Должно обеспечивать обзор офиса
  - c. Должно быть выдержана в яркой цветовой гамме
18. Какой из перечисленных типов риска подразумевает переживания покупателя о том, как услуга повлияет на его имидж:
- a. Психологический риск

- b. Физический риск
  - c. Социальный риск
19. Какие потребности общества призвана удовлетворять сфера услуг:

- a. Все виды потребностей
- b. Социальные потребности
- c. Первичные потребности

20. К одному из путей сглаживания сезонного характера производства услуг относится:

- a. Хорошее выполнение заказов
- b. Регулирование сезонных цен на услуги
- c. Снизить объем реализации

### **Рейтинг-контроль №2 (1 вариант)**

1. Что включает в себя экономический комплекс:

- a. Сферу материального производства
- b. Материальное производство и непроизводственную сферу
- c. Сферу, в рамках которой организуется общество.

2. Что является важнейшей задачей предприятия сферы услуг:

- a. Обеспечение постоянного процесса обслуживания населения
- b. Производство услуг, отвечающих спросу населения
- c. Удовлетворение растущих потребностей населения в услугах с учетом культурных особенностей

3. Какой из перечисленных принципов должен быть положен в основу развития

сферы услуг:

- a. Сфера сервиса должна развиваться в единстве с материальным производством
- b. Максимизация прибыли предприятий
- c. Услуги не должны быть доступны всем членам общества

4. Как изменился состав производителей услуг в ходе рыночных преобразований в

России:

- a. Увеличилась доля государственных предприятий
- b. Большую часть составляют организации частной и негосударственной форм собственности

- c. Доля государственных и частных организаций на рынке услуг равна

5. Какие модели организационных структур выделяют в современном менеджменте:

- a. Механическую и термодинамическую
- b. Механистическую и динамическую
- c. Органическую и механистическую

6. Какие потребности общества призвана удовлетворять сфера услуг

- a. Идеологические потребности
- b. Политические потребности
- c. Социальные потребности

7. Под сроком оказания услуги понимается

- a. Время на подготовительно-заключительные работы
- b. Время на производство услуги
- c. Время от момента приема заказа до момента выдачи

8. На каком этапе процесса совершения заказа, продавцу необходимо использовать наглядный материал, рекламные проспекты, демонстрацию моделей:

- a. На первом этапе - первое посещение предприятия сервиса

- b. На втором этапе - принятия решения сделать заказ или отказаться
- c. На третьем этапе - совершение заказа или отказ от него
- 9. При каком из трех возможных исходов конфликтов, спор остается неразрешенным:
  - a. Возврат к исходному состоянию
  - b. Компромисс в конфликте
  - c. Полное разрешение конфликта
- 10. Культура речи работника сферы сервиса – это:
  - a. Нормативность, содержательность речи
  - b. Экспрессивность речи
  - c. Категоричность речи
- 11. Степень совершенства какого аспекта обслуживания характеризует культуру сервиса:
  - a. Психологического аспекта обслуживания
  - b. Организационно-технологического аспекта
  - c. Совокупность этих аспектов сервисной деятельности
- 12. Какое из трех составляющих частей качества показывает, насколько услуга соответствует тому, что было запланировано производителем товара:
  - a. Требуемое качество
  - b. Базовое качество
  - c. Желаемое качество
- 13. От чего зависит оценка услуги потребителем:
  - a. От опыта производителя
  - b. От личных желаний клиента
  - c. От воспитания потребительского сознания клиента
- 14. На какой стадии жизненного цикла услуги растут объемы реализации услуги, что позволяет преодолеть точку убыточности:
  - a. На стадии 2 - внедрения
  - b. На стадии 3 - роста
  - c. На стадии 4 – насыщения рынка
- 15. Какая из трех конкурентных стратегий подразумевает сосредоточение усилий на одном или нескольких сегментах рынка и достижение там лидерства:
  - a. Лидерство в области затрат
  - b. Стратегия диверсификации
  - c. Стратегия концентрации
- 16. Каким требованиям должно отвечать рабочее место работника сферы сервиса:
  - a. Должно быть обеспечено дорогим оборудованием
  - b. Должно обеспечивать обзор офиса
  - c. Должно быть выдержана в яркой цветовой гамме
- 17. Современные здания предприятий сервиса предполагают использование следующих художественно-выразительных средств:
  - a. Перечень товаров
  - b. Средства коммуникации между производителем и потребителем
  - c. Наименование предприятия, эмблему, информацию о видах услугах
- 18. Кто разработал модель качества услуг:
  - a. М. Вебер
  - b. А. Файоль
  - c. Л. Берри

19. С чего начинается процесс разработки новой услуги:

- a. С проведения рыночных испытаний
- b. С поиска идеи новой услуги
- c. С наблюдения за ходом внедрения новой услуги

20. Какие услуги входят в ассортиментную группу «А»:

- a. Услуги находящиеся на стадии роста
- b. Услуги находящиеся в стадии зрелости и насыщения
- c. Услуги, находящиеся в инновационной стадии.

### **Рейтинг-контроль №2 (2 вариант)**

1. Какой из перечисленных видов деятельности не относится к непроизводственной сфере:

- a. Транспорт и связь по обслуживанию организаций непроизводственной сферы
- b. Финансово-кредитная и страховая деятельность
- c. Хранение и производство продуктов

2. Что включает в себя понятие «сервисная экономика»:

- a. Глобализацию экономических процессов
- b. Возникновение психологической напряженности населения
- c. Формирование потребностей людей
- d. Падение общей культуры и духовности общества

3. В какой форме не должно осуществляться государственное регулирование сферы услуг:

- a. Субсидирование потребителей и производителей услуг
- b. В форме государственной собственности на факторы производства
- c. В форме ценовой дискриминации

4. На кого распространяются «Правила бытового обслуживания населения в РФ»:

- a. На все юридические лица, независимо от организационно-правовой формы
- b. На все юридические лица и граждан, занимающихся оказанием услуг
- c. На лиц, занимающихся грузовыми перевозками

5. Какое из перечисленных профессиональных качеств должно присутствовать в поведении работника сферы сервиса:

- a. Милосердие
- b. Умение навязывать клиенту услугу
- c. Компетентность

6. Действия работников предприятия сервиса при возникновении жалобы от клиента на некачественное обслуживание:

- a. Согласиться с жалобой: «клиент всегда прав»
- b. Быстро решить возникшую проблему
- c. Привлечь нового клиента

7. Каким требованиям должно отвечать рабочее место работника сферы сервиса:

- a. Должно быть обеспечено самым дорогим оборудованием
- b. Должно обеспечивать обзор салона и свободу движений
- c. Должно быть оформлено рекламными буклетами и плакатами,

8. К чему всегда стремиться покупатель при оценке услуги:

- a. К определенному им соответствию цены и качества
- b. К выявлению главных характеристик услуги
- c. «Подогнать» услугу под свои ожидания и потребности

9. Какой этап не включается в методику выявления относительного качества услуг:
- Оценка важнейших с точки зрения потребителя критериев
  - Выявление критериев, которые приводят к приобретению услуг
  - Выявление ценового предпочтения
10. Каким образом выявляется соответствие услуг характеру общественных потребностей:
- По решению директора сервисного предприятия
  - В ходе сравнения услуг-конкурентов
  - Методом случайного отбора
11. В какую ассортиментную группу входят услуги, находящиеся на заключительной фазе стадии внедрения:
- Основную
  - Поддерживающую
  - Стратегическую
  - Разрабатываемую
12. Какие модели организационных структур выделяют в современном менеджменте:
- Механическую и термодинамическую
  - Механистическую и динамическую
  - Органическую и механистическую
13. На какой стадии жизненного цикла услуги от коллектива требуется усовершенствовать прежнюю, либо внедрить новую услугу:
- На стадии 2 – внедрения
  - На стадии 3 – роста
  - На стадии 4 – насыщения рынка
  - На стадии 5 – сокращения реализации услуг
14. Какими свойствами услуги определяется ее конкурентоспособность:
- Свойствами, которые представляют интерес для потребителя
  - Свойствами, которые представляют интерес для сервисной организации
  - Свойствами, которые представляют интерес для государства
15. Кто разработал механистическую модель организационных структур:
- М. Вебер
  - А. Файоль
  - Л. Берри
16. Какой из перечисленных типов рисков подразумевает переживания покупателя о том, как услуга повлияет на его имидж
- Психологический риск
  - Физический риск
  - Социальный риск
17. Какие потребности общества призвана удовлетворять сфера услуг:
- Все виды потребностей
  - Социальные потребности
  - Первичные потребности
18. С чего начинается процесс разработки новой услуги:
- С проведения рыночных испытаний
  - С поиска идеи новой услуги

- с. С наблюдения за ходом внедрения новой услуги
- 19. Прогрессивные формы обслуживания призваны:
  - а. Приближать услугу к потребителю
  - б. Создавать новые виды услуг
  - с. Внедрять новые услуги на рынок
- 20. Какая из перечисленных услуг не является услугой рыночной новизны
  - а. Услуга, вышедшая на новый рынок
  - б. Услуга, ранее имеющая аналог на рынке
  - с. Услуга для новой сферы применения.

### **Рейтинг-контроль №3 (1 вариант)**

1. Что включает в себя экономический комплекс:
  - а. Сферу материального производства
  - б. Материальное производство и непроизводственную сферу
  - с. Сферу, в рамках которой организуется общество.
2. Что является важнейшей задачей предприятия сферы услуг:
  - а. Обеспечение постоянного процесса обслуживания населения
  - б. Производство услуг, отвечающих спросу населения
  - с. Удовлетворение растущих потребностей населения в услугах с учетом культурных особенностей
3. Какой из перечисленных принципов должен быть положен в основу развития сферы услуг:
  - а. Сфера сервиса должна развиваться в единстве с материальным производством
  - б. Максимизация прибыли предприятий
  - с. Услуги не должны быть доступны всем членам общества
4. Как изменился состав производителей услуг в ходе рыночных преобразований в России:
  - а. Увеличилась доля государственных предприятий
  - б. Большую часть составляют организации частной и негосударственной форм собственности
  - с. Доля государственных и частных организаций на рынке услуг равна
5. Какие модели организационных структур выделяют в современном менеджменте:
  - а. Механическую и термодинамическую
  - б. Механистическую и динамическую
  - с. Органическую и механистическую
6. Какие потребности общества призвана удовлетворять сфера услуг:
  - а. Идеологические потребности
  - б. Политические потребности
  - с. Социальные потребности
7. Под сроком оказания услуги понимается:
  - а. Время на подготовительно-заключительные работы
  - б. Время на производство услуги
  - с. Время от момента приема заказа до момента выдачи
8. На каком этапе процесса совершения заказа, продавцу необходимо использовать наглядный материал, рекламные проспекты, демонстрацию моделей:
  - а. На первом этапе - первое посещение предприятия сервиса
  - б. На втором этапе - принятия решения сделать заказ или отказаться

- с. На третьем этапе - совершение заказа или отказ от него
- 9. При каком, из трех возможных исходов конфликтов, спор остается неразрешенным:
  - а. Возврат к исходному состоянию
  - б. Компромисс в конфликте
  - с. Полное разрешение конфликта
- 10. Культура речи работника сферы сервиса – это:
  - а. Нормативность, содержательность речи
  - б. Экспрессивность речи
  - с. Категоричность речи
- 11. С чего начинается процесс разработки новой услуги:
  - а. С проведения рыночных испытаний
  - б. С поиска идеи новой услуги
  - с. С внедрения новой услуги
- 12. С помощью чего предприятие услуг может укрепить свои позиции в конкурентной среде, кроме как с помощью цены и качества услуги:
  - а. С помощью экономических решений
  - б. С помощью имиджа предприятия и услуг
  - с. С помощью увеличения объема производства
- 13. Как изменился состав производителей услуг в ходе рыночных преобразований в России:
  - а. Увеличилась доля государственных предприятий
  - б. Увеличилась доля предприятий частной и негосударственной форм собственности
  - с. Доля государственных предприятий и предприятий частной и негосударственной форм собственности равна.
- 14. Прогрессивные формы обслуживания призваны:
  - а. Приближать услуги к потребителю
  - б. Создавать новые виды услуги
  - с. Внедрять услуги на рынке
- 15. От чего не зависит оценка услуги потребителем:
  - а. От опыта обращения к производителям подобных услуг
  - б. От личных желаний клиента
  - с. От воспитания потребительского сознания клиента
- 16. Какое из перечисленных качеств не должно присутствовать в профессиональном поведении работника сферы сервиса:
  - а. Вежливость
  - б. Умение навязывать услуги
  - с. Компетентность
- 17. Каким требованиям должно отвечать рабочее место работника сферы сервиса:
  - а. Должно быть обеспечено дорогим оборудованием
  - б. Должно обеспечивать обзор офиса
  - с. Должно быть выдержана в яркой цветовой гамме
- 18. Какой из перечисленных типов риска подразумевает переживания покупателя о том, как услуга повлияет на его имидж:
  - а. Психологический риск
  - б. Физический риск
  - с. Социальный риск



19. Какие потребности общества призвана удовлетворять сфера услуг:
- Все виды потребностей
  - Социальные потребности
  - Первичные потребности
20. К одному из путей сглаживания сезонного характера производства услуг относятся:
- Хорошее выполнение заказов
  - Регулирование сезонных цен на услуги
  - Снизить объем реализации.

### **Рейтинг-контроль №3 (2 вариант)**

1. Какой из перечисленных видов деятельности не относится к непроеизводственной сфере.
- Транспорт и связь по обслуживанию организаций непроеизводственной сферы
  - Финансово-кредитная и страховая деятельность
  - Хранение и производство продуктов
2. Что включает в себя понятие «сервисная экономика»:
- Глобализацию экономических процессов
  - Возникновение психологической напряженности населения
  - Формирование потребностей людей
  - Падение общей культуры и духовности общества
3. В какой форме не должно осуществляться государственное регулирование сферы услуг:
- Субсидирование потребителей и производителей услуг
  - В форме государственной собственности на факторы производства
  - В форме ценовой дискриминации
4. На кого распространяются «Правила бытового обслуживания населения в РФ»:
- На все юридические лица, независимо от организационно-правовой формы
  - На все юридические лица и граждан, занимающихся оказанием услуг
  - На лиц, занимающихся грузовыми перевозками
5. Какое из перечисленных профессиональных качеств должно присутствовать в поведении работника сферы сервиса:
- Милосердие
  - Умение навязывать клиенту услугу
  - Компетентность
6. Действия работников предприятия сервиса при возникновении жалобы от клиента на некачественное обслуживание:
- Согласиться с жалобой: «клиент всегда прав»
  - Быстро решить возникшую проблему
  - Привлечь нового клиента
7. Каким требованиям должно отвечать рабочее место работника сферы сервиса:
- Должно быть обеспечено самым дорогим оборудованием
  - Должно обеспечивать обзор салона и свободу движений
  - Должно быть оформлено рекламными буклетами и плакатами
8. К чему всегда стремиться покупатель при оценке услуги:
- К определенному им соответствию цены и качества
  - К выявлению главных характеристик услуги

- с. «Подогнать» услугу под свои ожидания и потребности
9. Какой этап не включается в методику выявления относительного качества услуг:
- Оценка важнейших с точки зрения потребителя критериев
  - Выявление критериев, которые приводят к приобретению услуг
  - Выявление ценового предпочтения
10. Каким образом выявляется соответствие услуг характеру общественных потребностей:
- По решению директора сервисного предприятия
  - В ходе сравнения услуг-конкурентов
  - Методом случайного отбора
11. Степень совершенства, какого аспекта обслуживания характеризует культуру сервиса:
- Психологического аспекта обслуживания
  - Организационно-технологического аспекта
  - Совокупность этих аспектов сервисной деятельности
12. Какое из трех составляющих частей качества показывает, насколько услуга соответствует тому, что было запланировано производителем товара:
- Требуемое качество
  - Базовое качество
  - Желаемое качество
13. От чего зависит оценка услуги потребителем:
- От опыта производителя
  - От личных желаний клиента
  - От воспитания потребительского сознания клиента
14. На какой стадии жизненного цикла услуги растут объемы реализации услуги, что позволяет преодолеть точку убыточности:
- на стадии 2 – внедрения
  - на стадии 3 – роста
  - на стадии 4 – насыщения рынка
15. Какая из трех конкурентных стратегий подразумевает сосредоточение усилий на одном или нескольких сегментах рынка и достижение там лидерства:
- Лидерство в области затрат
  - Стратегия диверсификации
  - Стратегия концентрации
16. Каким требованиям должно отвечать рабочее место работника сферы сервиса:
- Должно быть обеспечено дорогим оборудованием
  - Должно обеспечивать обзор офиса
  - Должно быть выдержана в яркой цветовой гамме
17. Современные здания предприятий сервиса предполагают использование следующих художественно-выразительных средств:
- Перечень товаров
  - Средства коммуникации между производителем и потребителем
  - Наименование предприятия, эмблему, информацию о видах услугах
18. Кто разработал модель качества услуг:
- М. Вебер

- b. А. Файоль
- c. Л. Берри
- 19. С чего начинается процесс разработки новой услуги:
  - a. С проведения рыночных испытаний
  - b. С поиска идеи новой услуги
  - c. С наблюдения за ходом внедрения новой услуги
- 20. Какие услуги входят в ассортиментную группу «А»:
  - a. Услуги находящиеся на стадии роста
  - b. Услуги находящиеся в стадии зрелости и насыщения
  - c. Услуги, находящиеся в инновационной стадии.

#### **Вопросы к экзамену**

1. Взаимоотношения на этапе послепродажного обслуживания.
2. Взаимоотношения на этапе предпродажного обслуживания.
3. Виды сервиса. Фирменный сервис.
4. Виды сервисной деятельности
5. Виды услуг. Перспективные виды услуг. Услуги социально-культурной сферы и туризма.
6. Внешняя среда и структура организации.
7. Возникновение и развитие рыночных отношений. Социально-экономические предпосылки развития сервиса и сервисной деятельности в торговле.
8. Жалобы и конфликты в процессе осуществления сервисной деятельности.
9. Задачи и элементы сервисной деятельности.
10. Задачи новых технологий в сервисной деятельности.
11. Индивидуальный предприниматель.
12. Индивидуальный характер производства на предприятиях сферы услуг. Индивидуальный подход к клиенту.
13. Инновационный менеджмент на предприятиях сферы сервиса. Тенденции в развитии новых технологий.
14. История развития сервисной деятельности и сервиса в мире.
15. Классификация услуг по различным признакам.
16. Культура сервиса.
17. Логистика сервиса.
18. Методологическая основа сервисной деятельности. Сервисология.
19. Модель качества обслуживания.
20. Новые виды услуг и перспективные формы обслуживания.
21. Определение и назначение сервисной деятельности.
22. Организационные основы сервисной деятельности.
23. Организация как система. Понятие, виды, признаки организации.
24. Организация сервисного обслуживания в условиях рыночных отношений.
25. Основные виды новых технологий.
26. Особенности инноваций в сервисе.
27. Особенности предоставления услуг в России (царский и советский периоды).
28. Особенности разработки сопутствующих услуг.
29. Особенности функционирования предприятия в зависимости от внешних и внутренних факторов.
30. Построение организационной модели обслуживания населения.

31. Предприятия, оказывающие услуги населению: особенности функционирования.
32. Психология службы сервиса.
33. Развитие обслуживания в России (на примере конкретного региона).
34. Ремесло как форма удовлетворения определенных потребностей в услугах конкретного человека.
35. Рынок услуг. Сегментирование рынка услуг.
36. Сервисная политика предприятия и подходы к осуществлению сервиса. Удовлетворение потребностей.
37. Сервисные услуги и рекомендуемая организационная модель обслуживания.
38. Современный сервис: его принципы и тенденции.
39. Стандарты обслуживания и контроль удовлетворённости потребителей.
40. Структура комплексного обслуживания клиентов торговых предприятий.
41. Тактика обслуживания на этапах сервисной деятельности. Профессиональное поведение и психология обслуживания.
42. Тенденции в структуре службы сервиса и основные задачи службы.
43. Услуга. Материальные и нематериальные услуги: управление, маркетинг.
44. Услуги материальные и нематериальные: общая характеристика.
45. Характеристика контакта и контактной зоны.
46. Цели и задачи деятельности предприятий сервиса.
47. Этапы организационного становления службы сервиса.

#### **Задания и вопросы для самостоятельной работы студентов**

Характерной особенностью изучения данной дисциплины является интенсификация самостоятельной работы студентов. Для студентов очной формы предусмотрены следующие индивидуальные домашние задания:

1. Найти информацию на страницах периодической печати, где освещаются успехи, актуальные проблемы в сфере услуг на современном этапе. Дать характеристику услуги на основе найденного материала. Доклады в течении семестра

2. Создать свою классификацию услуг, имеющихся на рынке Владимирской области. Доклады в течении семестра

3. Тема 5. Поведение потребителей и процесс принятия ими решения (10 часа)

Проанализировать на практическом примере поведение потребителей и процесс принятия ими решения по выбору торгового предприятия (специфика товаров выбирается самостоятельно студентами). Оформить и провести в виде деловой игры

4. Тема 9. Качество обслуживания и производительность. (10 часа)

- Проанализировать как качество обслуживания влияет на производительность услуг
- Оценить общероссийские стандарты качества

Доклады и презентации

5. Тема 11. Стратегические направления и конкурентоспособность (6 часа)

Разработать стратегии создания конкурентных преимуществ торгового предприятия (по выбору студента) и оформить в виде презентации

6. Тема 12. Жизненный цикл услуг (6 часа)

Разработать жизненный цикл услуги (по выбору студента) и оформить письменной форме

7. Тема 13. Сервис – компонент продажи товаров (6 часа)

Рассмотреть виды сервиса по времени его выполнения и по содержанию работ. Оформить в виде доклада

## 8. Тема 14. Внутренне обслуживание организации (6 часа)

Задачи и функции фэсилити-менеджмента на конкретном торговом предприятии.  
Оформить в виде доклада и презентации

## 9. Тема 15. Новые технологии в сфере услуг (6 часов)

Сделать обзор периодической печати и интернет-источников на тему «Новые технологии в торговле». Используются ли данные технологии в российских торговых предприятиях. Оформить в виде доклада и презентации.

## 10.Тема 16. Разработка и создание новых услуг (4 часа)

Какие, по вашему мнению, новые услуги следует внедрить в работу Владимирских торговых предприятий? Оформить в виде доклада

Часть СРС отводится на подготовку и написание контрольной работы (15 часов).

### **Темы контрольных работ**

1. Ассортиментная и инновационная политика в сфере сервиса.
2. Зарубежный опыт организации эффективного функционирования сервисной деятельности.
3. Индивидуальное обслуживание, как самостоятельный вид сервисной деятельности.
4. Инновации в сфере услуг.
5. История развития и особенности сервиса в России.
6. Категории потребителей и особенности обслуживания.
7. Классификация и характеристика основных видов сервисных услуг.
8. Коммерческие и некоммерческие организации социально-культурной сферы.
9. Концепция управления жизненным циклом услуг.
10. Корпоративная культура работников сервиса.
11. Место и роль сервисной деятельности в жизнедеятельности человека.
12. Место и роль общения участников сервисной деятельности.
13. Новые службы сервиса. Перспективы развития.
14. Общение как вид сервисной деятельности.
15. Организационно-технологические аспекты сервиса.
16. Организация обслуживания потребителей.
17. Основные этапы процесса обслуживания. Формы обслуживания.
18. Особенности разработки сопутствующих услуг.
19. Перспективные виды услуг и прогрессивные формы обслуживания.
20. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности.
21. Принципы государственной политики в сфере услуг.
22. Проблемы и трудности классификации услуг и сервисной деятельности.
23. Проблемы качества и безопасности услуг в практике современного сервиса.
24. Сервис и сервисные технологии.
25. Сервисная деятельность как составная часть экономики.
26. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.
27. Современное состояние сферы платных услуг.
28. Современные технологии в сфере сервиса.
29. Стандарты обслуживания и совершенствование качества сервиса.
30. Традиционные и инновационные службы сервиса.
31. Услуга как специфический продукт.
32. Услуги в современном обществе.
33. Услуги и обслуживание в информационном обществе.

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### а) основная литература:

1. Романович, Ж.А. Сервисная деятельность: учебник / Ж.А. Романович, С.Л. Калачев. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2015. - 284 с. - ISBN 978-5-394-01274-7. – Режим доступа: [http:// biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221313](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221313)
2. Неретина, Т.Г. Основы сервисной деятельности: учебно-методический комплекс / Т.Г. Неретина. - 2-е изд., стер. - М.: Флинта, 2014. - 162 с: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9765-1415-7. – Режим доступа: <http:// biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363395>
3. Таранова, И.В. Сервисология: учебник / И.В. Таранова, А.В. Трухачев. - Ставрополь: Агрус, 2013. - 296 с. - ISBN 978-5-9596-0863-7. – Режим доступа: <http:// biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232927>

### б) дополнительная литература:

1. Сервисная деятельность: учебное пособие / под ред. Б.И. Штейнгольца. - Новосибирск: НГТУ, 2013. - 130 с. - ISBN 978-5-7782-2225-0. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229143>
2. Продажа товаров и услуг по методу бережливого производства [Электронный ресурс] / Джеймс Вумек, Дэниел Джонс - М.: Альпина Паблишер, 2016. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961446197.html>
3. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество [Электронный ресурс] / Джон Шоул; Пер. с англ. - 5-е изд. - М : Альпина Паблишер, 2013. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961422696.html>

### в) периодические издания

1. «Маркетинг розничной торговли»
2. «Коммерсант»
3. «Современная торговля»
4. «Российская торговля»
5. «Маркетинг в России и за рубежом»
6. «Коммерческий вестник»

### г) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Национальная торговая ассоциация - [http:// www. ntarus. ru](http://www.ntarus.ru)
2. Новости и технологии торгового бизнеса. - [http:// www. torgrus. ru](http://www.torgrus.ru) РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера) - [http:// www. rbc. ru](http://www.rbc.ru)
3. Российская торговля - [http:// www. rtpress. ru](http://www.rtpress.ru)
4. Информационно-справочные отраслевые Интернет-порталы по сервисной деятельности.

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для материально-технического обеспечения дисциплины «Сервисная деятельность» используются аудитория с ПК и компьютерным проектором, наборы слайдов для лекционных и практических занятий, отражающие научную и прикладную проблематику данного курса, библиотека Института малого и среднего бизнеса ВлГУ.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.06 «Торговое дело»

Рабочую программу составил \_\_\_\_\_

Рецензент

(представитель работодателя) ООО «ГИПЕРГЛОБУС» г. Владимир

руководитель отдела персонала Истратова О. В. \_\_\_\_\_

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и гостеприимства  
Протокол № 6а от 10 декабря 2015 г.

Заведующий кафедрой к.э.н., доцент Ярьес О.Б. \_\_\_\_\_

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии  
направления 38.03.06 «Торговое дело»

протокол № 2 от 14 декабря 2015 г.

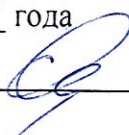
Председатель комиссии Полоцкая О.П. \_\_\_\_\_



**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Рабочая программа одобрена на 2017/2018 учебный год


Протокол заседания кафедры № 1 от 30.08.17 года

Заведующий кафедрой к.э.н., доц. Ярьес О.Б. 

---

Рабочая программа одобрена на 2018/2019 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 30.08.18 года

Заведующий кафедрой 

---

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

---

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

---

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

---