

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



УТВЕРЖДАЮ
Проректор
по образовательной деятельности

А.А.Панфилов

«26» июня 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Направление подготовки – 38.03.06 «Торговое дело»

Профиль/программа подготовки – «Коммерция»

Уровень высшего образования – бакалавриат

Форма обучения – заочная (ускоренное обучение на базе СПО 2019)

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экз./зачет/зачет с оценкой)
2	5/180	4	4		145	Экзамен (27)
Итого	5/180	4	4		145	Экзамен (27)

Владимир 2019

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины – сформировать у студентов теоретические знания и практические навыки, позволяющие анализировать сервисную деятельность, историю развития сервиса, виды сервисной деятельности, принципы классификации услуг и характеристики, теории организации обслуживания, технологии реализации сервисной деятельности.

Задачи:

- изучение теоретические основы сервисной деятельности: основные понятия, история развития сферы сервиса: зарубежный и российский опыт.
- раскрыть методологические основы и междисциплинарный характер научного анализа сервисной деятельности
- охарактеризовать сервисную деятельность как составную часть экономики, государства, общества, культуры.
- проанализировать организационные основы сервисной деятельности, предприятия, персонал.
- систематизировать технологии реализации сервисной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Сервисная деятельность» является вариативной дисциплиной учебного плана по направлению 38.03.06 «Торговое дело».

Пререквизиты дисциплины:

Дисциплина «Сервисная деятельность» опирается на знания предметов основной образовательной программы среднего (полного) общего образования.

Также изучение дисциплины «Сервисная деятельность» базируется на освоении студентами учебных курсов:

«Коммерческая деятельность», в частности знания методологических основ коммерческой деятельности, ее составляющих элементов; умения: анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж товаров и навыки: владение базовыми методами обслуживания потребителей в торговых организациях.

«Психология делового общения» в частности психологических факторов эффективной коммуникации, особенностей деловых переговоров, психологических закономерностей межличностного и межгруппового взаимодействия, основных видов, форм барьеров общения; приобретение навыков поведения в конфликтных ситуациях.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
<i>(ПК-8) готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;</i>	Частичное освоение компетенции	Знать: <ul style="list-style-type: none">– социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности;– теоретические и эмпирические законы удовлетворения потребностей другого человека,– потребности человека и принципы их удовлетворения в деятельности организаций сервиса;

		<ul style="list-style-type: none"> – сущность услуги как специфического продукта; – способы и средства оказания услуг, место сервиса в жизнедеятельности человека, – способы практического применения знаний в области сервисной деятельности – содержание и этапы процесса торгового обслуживания на предприятии. – правила обслуживания населения; – организацию обслуживания потребителей услуг; – нормы и правила профессионального поведения и этикета; – критерии и составляющие качества услуг. <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – соблюдать в профессиональной деятельности правила обслуживания клиентов; – определять критерии качества оказываемых услуг; – использовать различные средства делового общения; – анализировать профессиональные ситуации с позиций участвующих в них индивидов; – выполнять требования этики в профессиональной деятельности; – оценить уровень качества торгового обслуживания на предприятии. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методами оценки уровня качества торгового обслуживания на предприятии. – навыками анализа различных феноменов, прогнозирования и управления процессом удовлетворения потребностей человека; – понимать социальное значение общения, взаимосвязь общения в сервисной деятельности, механизмы действия и способы проявления законов и закономерностей в различных типах межличностных отношений.
--	--	--

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 часа.

№ темы	Наименование тем и / или разделов / тем 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	СРС		
1	Сущность и принципы сервисной деятельности	2	19	1			9	1/100,0	
2	Возникновение сервисной деятельности. Развитие сервиса в дореволюционной России	2	19				9		
3	Основные этапы развития сервисной деятельности в России в XX веке	2	19				9		
4	Виды сервисной деятельности. Понятие и отраслевая структура сферы сервиса	2	19	1			9	1/100,0	
5	Формирование рынка услуг и его особенности	2	19				9		Рейтинг-контроль №1
6	Предприятия, оказывающие услуги населению	2	20		1		9		
7	Организация обслуживания потребителей услуг	2	20	1			9	1/100,0	
8	Понятие контактной зоны сервисных предприятий.	2	20		1		9		
9	Психологическая, этическая и эстетическая культура сервиса	2	20				9		
10	Нормативные документы по обслуживанию населения и регулирование отношений в сервисной деятельности	2	20	1			9	1/100,0	Рейтинг-контроль №2
11	Изучение потребностей человека как основа формирования сервисной деятельности	2	21				9		
12	Комплекс маркетинга в сфере сервиса и особенности его реализации	2	21		1		9		
13	Показатели качества услуг и уровня обслуживания населения	2	21		1		9		
14	Пути повышения качества услуг и обслуживания населения	2	21				10		
15	Новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания населения	2	21				9		
16	Внедрение новых видов услуг и прогрессивных форм обслуживания	2	21				9		Рейтинг-контроль №3
Итого за семестр				4	4		145	4/50,0	Экзамен (27)
Наличие в дисциплине КП/КР				-	-	-	-	-	-
Итого по дисциплине				4	4		145	4/50,0	Экзамен (27)

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Сущность и принципы сервисной деятельности

Основные понятия и определения: услуга, сервис. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Услуги материальные и нематериальные (производительные и непроизводительные). Роль сервиса в экономической системе России.

Тема 4. Виды сервисной деятельности. Понятие и отраслевая структура сферы сервиса

Современное понятие сферы сервиса. Виды сервиса. Виды услуг (личные, духовные, индивидуальные, социальные и др.) и их характеристика. Основные подходы к осуществлению сервиса (негативный; исследовательский; сервис - обязанность производителя; сервис - обязанность поставщика; сервис как хозяйственная деятельность и др.). Отраслевая структура сферы сервиса. Рынок услуг.

Тема 7. Организация обслуживания потребителей услуг

Формы организации обслуживания населения. Значение и способы оптимизации размещения и размеров сервисного предприятия. Сферы реализации сервисной деятельности.

Тема 10. Нормативные документы по обслуживанию населения и регулирование отношений в сервисной деятельности

Нормативные документы по обслуживанию населения. Закон РФ «О защите прав потребителей». Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации. Правила оформления, приема и выдачи заказа. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности. Права и обязанности участников сервисной деятельности. Стрессы в процессе профессиональной деятельности, конфликтные ситуации между исполнителями и потребителями услуг и их урегулирование.

Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

Тема 6. Предприятия, оказывающие услуги населению

Предприятия сферы услуг – определение, главное отличие. Формы организации труда. Классификация предприятий сервиса их особенности. Структура предприятия сервиса и направления ее развития.

Тема 8. Понятие контактной зоны сервисных предприятий.

Формы обслуживания. Основные формы и методы обслуживания потребителей. Понятие самообслуживания и обслуживания специалистом. Прогрессивные формы обслуживания. Понятие контактной зоны, ее виды и особенности. Понятия: «реципиент» (заказчик), «коммуникатор» (приемщик), «субъект деловых отношений» (продавец), «объект деловых отношений» (покупатель). Факторы, обуславливающие «контактную зону». Процесс контакта между клиентом и исполнителем. Содержание контакта. «Контактная зона» как искусство управления людьми.

Тема 12. Комплекс маркетинга в сфере сервиса и особенности его реализации

Функции маркетинга, его компоненты, главное предназначение. Внутренний маркетинг предприятия сервиса. Компоненты внутреннего маркетинга. Понятия «организационная культура», «корпоративная культура». Культура обслуживания.

Тема 13. Показатели качества услуг и уровня обслуживания населения

Показатели качества услуг: назначение, безопасность, надежность, информативность, профессиональный уровень персонала, эстетические показатели. Качество услуги с позиции потребителя: базовое, требуемое, желаемое. Относительное качество. Качество как комплекс, содержащий качество потенциала, процесса и культуры. Показатели эффективности сервисной деятельности организации. Зарубежный опыт организации эффективной сервисной деятельности.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Сервисная деятельность» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- *Интерактивная лекция (темы № 1,4,7,10);*
- *Анализ ситуаций (темы № 6,8);*
- *Разбор конкретных ситуаций (тема № 12,13)*

Для оценивания результатов обучения студентов (знания) используются следующие процедуры и технологии:

- *тестирование;*
- *индивидуальное собеседование,*
- *письменные ответы на вопросы.*

Для оценивания результатов обучения студентов (уметь, владеть) используются следующие процедуры и технологии:

- *практические контрольные задания, включающих одну или несколько задач (вопросов) в виде краткой формулировки действий (комплекса действий), которые следует выполнить, или описание результата, который нужно получить.*
- *задания на установление правильной последовательности, взаимосвязанности действий, выяснения влияния различных факторов на результаты выполнения задания;*
- *установление последовательности (описать алгоритм выполнения действия),*
- *нахождение ошибок в последовательности (определить правильный вариант последовательности действий).*

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

Текущий контроль успеваемости проводится в форме рейтинг-контроля три раза в семестр. Типовые тестовые задания для проведения текущего контроля приведены ниже.

Рейтинг-контроль №1

Из предложенных ниже вопросов преподавателем для рейтинг-контроля формируются три варианта для письменного ответа студентами.

1. Охарактеризуйте черты рынка услуг, особенность деятельности и виды предприятий сферы услуг.
2. Дайте характеристику понятиям: сервис и сервисное обслуживание.
3. Проследите соотношение основных классов и сфер услуг.
4. Определите категории новой продукции в сфере услуг.
5. Какие существуют причины для разработки и создания новых услуг.
6. В чем сходство и различие при разработке товаров и услуг.
7. Какие инструменты используются при разработке услуги.
8. Назовите основные принципы разработки услуг.
9. Какие процессы содержатся в стадиях направление, разработка, испытание и освоение в модели процесса разработки услуг.
10. Поясните идеи Д. Белла о формировании постиндустриального общества.
11. Каковы особенности развития сферы услуг в России?

12. Функции сферы услуг.
13. Классификации типов и видов услуг.
14. Какие этапы можно выделить в сфере развития бытовых услуг в России?
15. Определите свойства услуги как товара.
16. Назовите три уровня товара (согласно Ф. Котлеру) и место сервисной деятельности в создании «подкрепления» товару.
17. Назовите основные характеристики услуг.
18. Какими средствами архитектор может повысить осязаемость своей услуги?
19. В чем причина непостоянства качества услуг или гетерогенность услуг?
20. В чем отличие услуг от материального продукта? Что в них общего?
21. Объясните, какие типы услуг помогут потребителю удовлетворить каждый уровень потребностей в иерархии потребностей по Маслоу.

Рейтинг-контроль №2

Из предложенных ниже вопросов преподавателем для рейтинг-контроля формируются три варианта для письменного ответа студентами.

1. Дайте определение жизненного цикла услуг.
2. Дайте характеристику фазам жизненного цикла продукта.
3. Чем обусловлено возрастающее значение сервисного обслуживания покупателей?
4. Назовите основные задачи системы сервиса?
5. Дайте характеристику видам сервиса по времени его выполнения.
6. Какова роль технического обслуживания в поддержании оборудования в работоспособном состоянии?
7. Дайте характеристику фирменному сервису.
8. Каковы основные принципы гарантийного обслуживания?
9. Какие процессы оценивают клиенты, получающие услуги?
10. В чем состоит особенность предоставления услуг через электронные каналы?
11. Какие средства и инструменты используются компаниями для достижения желаемых изменений целевого рынка?
12. Какую цель ставит перед собой сервисная организация, предоставляя потребителям комплексную услугу?
13. Назовите основные виды общения в «контактной зоне».
14. Каким условиям должен отвечать процесс контакта между клиентом и исполнителем?
15. В чем сущность содержания контакта?
16. Какова роль общения в построении процесса продажи?
17. Назовите основные требования, предъявляемые к пространству контакта.
18. Определите особенности организации пространства контакта в различных сервисных предприятиях.
19. Какие специфические характеристики услуг приводят к несоответствующему уровню обслуживания потребителя?
20. Какие цели преследуют потребители подающие жалобы на плохое обслуживание? Опишите действия персонала.
21. Каковы принципы эффективного решения конфликтных ситуаций?

Рейтинг-контроль №3

Из предложенных ниже вопросов преподавателем для рейтинг-контроля формируются три варианта для письменного ответа студентами.

1. Объясните, как внешние и внутренние факторы влияют на появление наших потребностей в услугах.
2. Что представляет собой система маркетинга услуг?
3. Поясните сущность треугольной модели маркетинга услуг Ф. Котлера.
4. В чем особенность модели, построенной на разделении услуги на различные по своей природе компоненты?
5. Охарактеризуйте группы потребностей с учетом критериев, положенных в основу классификации.
6. Дайте определение понятиям «метод обслуживания» и «форма обслуживания». Основное содержание предоставления услуг методом поточной линии.
7. Основное содержание предоставления услуг методом индивидуального подхода. Сущность кастомизации и персонализация при предоставлении услуг.
8. Назовите основные формы обслуживания потребителей.
9. В чем сущность и особенности обслуживания потребителей в стационарных условиях и с выездом на дом к потребителю?
10. В чем преимущество бесконтактного обслуживания потребителей?
11. Вопросы для коллективного обсуждения
12. Назовите объекты стандартизации.
13. Назовите и охарактеризуйте номенклатуру основных групп показателей качества по характеризующим свойствам услуг.
14. Назовите особенности требований к показателям качества услуг общественного питания определяемых.
15. Какие требования к качеству торговых услуг относятся общим и специфическим.
16. Какие требования к качеству торговых услуг относятся к обязательным и рекомендательным.
17. Какие методы измерения показателей качества определяют общероссийские стандарты на услуги.
18. Каким образом государственные стандарты, премии, сертификаты, награды влияют на мнение потребителя о качестве товара?
19. Какие еще способы подтверждения качества товара Вы можете назвать?
20. Охарактеризуйте принятие решения относительно приобретения услуги (товара).
21. В чем причина возрастания значимости информационно-коммуникационной составляющей в деловой и общественной жизни?

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в форме экзамена.

Вопросы к экзамену

1. Основные понятия сервисной деятельности
2. Виды сервисной деятельности
3. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека
4. Сущность и характеристика услуг
5. Дифференциация занятий и социальных ролей в первобытной культуре и архаических сообществах
6. Зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира
7. Услуги в средневековом обществе Западной Европы
8. Услуги и сервисная деятельность в обществе современного типа
9. Влияние индустриального производства на сервисную деятельность
10. Сервисная деятельность в обществе постиндустриального типа
11. Влияние информационных систем на развитие сервиса
12. Влияние сервиса на социальную среду

- 13.Сервисная деятельность в развивающихся странах
- 14.Значение сервисной деятельности в условиях современной России
- 15.Влияние сервиса на развитие социальной мобильности
- 16.Влияние сервисной деятельности на содержание и характер социальных процессов
- 17.Услуга как основной элемент сервисной деятельности
 - 18.Классификация услуг
 - 19.Типы услуг и сферы применения
 - 20.Жизненный цикл услуги
 - 21.Организация обслуживания потребителей
 - 22.Теория организации обслуживания
 - 23.Место и роль сервисной деятельности в системе межличностных отношений
 - 24.Обслуживание как сервисная система
 - 25.Социально-духовные компоненты сервисной деятельности
 - 26.Система сервисных операций
 - 27.Система предоставления услуг
 - 28.Система маркетинга услуг
 - 29.Услуга как специфический продукт сервисной деятельности
 - 30.Категории предприятий, оказывающих услуги населению
 - 31.Методы совершенствования сервисной деятельности
 - 32.Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности
 - 33.Требования к персоналу «контактной зоны»
 - 34.Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.
- 35.Основные методы обслуживания потребителей услуг
 - 36.Формы обслуживания потребителей услуг
 - 37.Качество и безопасность услуг в сервисной деятельности
 - 38.Культура сервисной деятельности
 - 39.Развитие сервисной деятельности в сфере торговли
 - 40.Влияние сервисной деятельности на стабильность межличностных отношений
 41. Виды сервиса по времени его выполнения. Виды сервиса по содержанию работ.
 42. Принципы гарантийного обслуживания. Эксплуатационные инструкции.
 - 43.Техническое обслуживание и ремонт. Структура службы сервиса и фирменный сервис.
- Области применения новых технологий в сфере услуг.
 44. Категории новой продукции. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия.
 45. Инструменты для разработки услуги. Принципы разработки услуг. Процесс разработки услуги.
 46. Показатели качества услуги. Модель качества услуг. Сервисные гарантии.

Самостоятельная работа предполагает:

- 1) Выполнение контрольной работы расчетного тип, которая выполняется по вариантам на основе методических указаний по выполнению контрольной работы.
- 2) Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное изучение научно-практического материала по заданным вопросам.
- 3) Подготовка реферата

Примерные темы для написания рефератов

1. Сервис как общественное и экономическое явление.
2. Социальные предпосылки сервисной деятельности.
3. Структура и виды сервисной деятельности.
4. Основные правила обслуживания населения.
5. Качество услуг и обслуживание
6. Этика и психология сервисной деятельности.
7. Понятие «услуга» и ее место в сервисной деятельности.
8. Функции сферы услуг.
9. Структура сферы услуг.
10. Классификации типов и видов услуг.
11. Эволюция понятия «товар».
12. Отличие услуги от материально-вещественного товара.
13. Модель ценности услуги.
14. Классификации клиентов и их потребности.
15. Факторы, влияющие на покупательское поведение.
16. Понятие «сервисное общество».
17. Определение ценности услуги.
18. Определение потребительской среды в сфере услуг.
19. Методы определения показателей качества оказания услуг.
20. Стратегии создания конкурентных преимуществ, основанных на высоком уровне обслуживания.
21. Разработка и создание новых услуг.
22. Жизненный цикл услуги.
23. Подходы к определению содержания и восприятия деловой этики и социальной ответственности в сфере услуг.
24. Проблемы морально-этических качеств руководителя.
25. Своды и кодексы как средства позитивного регулирования предпринимательской деятельности в сфере услуг.

Темы, вынесенные на самостоятельное изучение

Тема 2. Возникновение сервисной деятельности. Развитие сервиса в России

Возникновение потребностей в услугах на протяжении истории развития человечества. Потребности человека, возможности и принципы их удовлетворения. Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности и развития сферы услуг. Понятие о способах и формах оказания услуг. Возникновение и развитие сервиса в России. Развитие промышленного производства как условие развития сферы услуг. Состояние сферы услуг в дореволюционной России.

Тема 3. Основные этапы развития сервисной деятельности в России в XX веке

Структура и развитие услуг в СССР в 1918 – 1940 гг. Бытовое обслуживание населения в период Великой Отечественной войны. Состояние бытового обслуживания в России в послевоенных условиях социализма. Период перестройки и его влияние на сферу сервиса. Возникновение рынка услуг. Современное состояние и тенденции развития сервисной деятельности.

Тема 5. Формирование рынка услуг и его особенности

Формирование и структура рынка услуг, его особенности. Факторы, влияющие на формирование услуги. Иерархия потребностей и услуг. Конкуренция на рынке услуг и её роль.

Тема 9. Психологическая, этическая и эстетическая культура сервиса

Культура сервиса и ее составляющие. Психологическая культура сервиса: психология службы сервиса, психология процесса обслуживания при оформлении и выдаче заказа. Понятие об этической культуре сервиса: профессиональная этика в профессиональной

деятельности, профессиональное поведение, культура общения работника предприятия сервиса с потребителями услуг, этика взаимоотношений в трудовом коллективе, в общении с потребителями. Нормы и правила профессионального поведения и этикета. Психологические особенности делового общения и его специфика в сфере обслуживания. Различные средства делового общения. Эстетическая культура сервиса: техническая эстетика и дизайн, роль дизайна зданий и помещений (экстерьер и интерьер), оформления услуги (упаковки). Роль, виды и особенности рекламы в сервисе; психологический, этический и эстетический аспекты рекламы. Этика взаимоотношений в трудовом коллективе, в общении с потребителями

Тема 11. Изучение потребностей человека как основа формирования сервисной деятельности

Услуга как специфический продукт рынка. Основные различия товара и услуги. Основы маркетинговой деятельности в сервисе. Спрос на услуги и типология маркетинга.

Тема 14. Пути повышения качества услуг и обслуживания населения

Понятие, значение и способы контроля качества услуг и обслуживания. Пути повышения качества услуг и обслуживания. Стандарты обслуживания как внутренняя форма контроля качества услуг и обслуживания на предприятиях сервиса. Критерии качества работы и способы мотивации работников сервисных предприятий. Контроль удовлетворенности потребителей услуг.

Тема 15. Новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания населения

Понятие и содержание сервисных технологий. Понятие новых видов услуг для рынка и для данного региона; необходимость продвижения на рынок новых видов услуг. Понятие формы обслуживания; прогрессивные формы обслуживания (абонементное обслуживание, бесконтактное обслуживание по месту жительства, прием заказов по месту работы и т.д.).

Тема 16. Внедрение новых видов услуг и прогрессивных форм обслуживания

Влияние разработки и продвижения на рынок новых видов услуг и форм обслуживания на себестоимость и цену услуги, удовлетворенность потребителей ассортиментом и качеством услуг, уровнем и качеством обслуживания. Оценка эффективности внедрения новых видов услуг и форм обслуживания.

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, издательство	Год	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		печатные издания (кол-во)	электронные (наименование ресурсов)
1	2	3	4
Основная литература*			
1. Сервисная деятельность : учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 202 с. — www.dx.doi.org/10.12737/2680 .	2018	-	http://znanium.com/catalog/product/967867
2. Сервисная деятельность : учеб. пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 174 с. — www.dx.doi.org/10.12737/23520 .	2019		http://znanium.com/catalog/product/1007976
Неретина, Т.Г. Организация сервисной деятельности : учеб.-метод. комплекс для студентов высших профессиональных учреждений дневной и заочной форм обучения специальности «Социально-	2019		https://new.znanium.com/catalog/product/1040128

культурный сервис и туризм» / Т.Г. Неретина. - 4-е изд., стер. - Москва ФЛИНТА, 2019. - 102 с. - ISBN 978-5-9765-1205-4.			
Дополнительная литература*			
1. Казакевич, Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие для вузов / Т. А. Казакевич. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 188 с. — ISBN 978-5-534-07278-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].	2019		https://bibli-online.ru/bcode/437462
2. Кулибанова, В. В. Маркетинг в сервисе : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Кулибанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 259 с. — ISBN 978-5-9916-8765-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].	2019		https://bibli-online.ru/bcode/434101
История сервиса : учеб. пособие / В.Э. Багдасарян, И.Б. Орлов, М.В. Катагощина [и др.]. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 337 с.	2018		http://znanium.com/catalog/product/961444

7.2. Периодические издания

Маркетинг в России и за рубежом
 Менеджмент в России и за рубежом
 Российское предпринимательство
 Реклама. Теория и практика
 Современные проблемы сервиса и туризма

7.3. Интернет ресурсы

<http://www.businesspress.ru>
<http://www.ntarus.ru>
<http://www.rbc.ru>
<http://www.rtpress.ru>
<http://www.marketing.spb.ru>
<http://panor.ru/magazines/sovremennaya-torgovlya.html>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий *лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы*: аудитории, оснащенные мульти-медиа оборудованием, компьютерные классы с доступом в интернет, аудитории без спец. оборудования.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: пакет MS-Office; Microsoft Windows; 7-Zip; AcrobatReader; СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс ВлГУ).

Примечание

В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

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

Рабочую программу составил ст. преподаватель Урюмова ИЮ

Рецензент

(представитель работодателя) ООО «ГИПЕРГЛОБУС» г. Владимир

Руководитель отдела персонала Истратова О.В.



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и гостеприимства протокол № 14 от 6 июля 2019 г.

Заведующий кафедрой к.э.н., доцент Ярьс О.Б.

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

протокол № 3 от 7 июля 2019 г.

Председатель комиссии Полоцкая О.П.