

АННОТАЦИЯ

К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТАКТНОЙ ЗОНЫ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ»

Направление подготовки бакалавров - 43.03.01 «Сервис»

Профиль подготовки - «Социокультурный сервис»

Кафедра туризма и сервиса

Цель изучения дисциплины	формирование у студентов компетенций в области будущей профессиональной деятельности в сфере эффективной организации контактной зоны на предприятиях социокультурного сервиса.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Тема 1. Основы организации контактной зоны в социокультурном сервисе Тема 2. Нормативно-правовые основы оказания услуг в сфере социокультурного сервиса Тема 3. Зонирование «контактной зоны» Тема 4. Оформление «контактной зоны» Тема 5. Эргономические основы организации контактной зоны в сервисе Тема 6. Психологические аспекты организации контактной зоны Тема 7. Особенности организации и обслуживания клиентов в контактной зоне на предприятиях социокультурного сервиса Тема 8. Нейромаркетинг как инструмент повышения эффективности при организации контактной зоны Тема 9. Особенности взаимодействия с органами государственной власти
Пререквизиты дисциплины	«Деловые коммуникации и культура речи», «Менеджмент в туризме и сервисе», «Правовые основы профессиональной деятельности»
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности ОПК-6 Способен применять в профессиональной деятельности нормативные правовые акты в сфере сервиса ПКО-1 Способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя ПКР-16 Способен к предоставлению услуг в условиях взаимодействия с потребителями, организациями в сфере конгрессно-выставочных услуг, их объединениями и органами власти.
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	ОПК-3 Знать: - понятие и сущность контактной зоны; - современные виды контактных зон, их особенности;

- сущность и структуру процесса оказания услуги;
- эстетические аспекты организации контактной зоны в сервисе;
- концептуальные основы и способы организации процесса предоставления услуг потребителю в контактной зоне;
- современные формы и методы обслуживания, основные потребности потребителя, структуру обслуживания с учетом социальных и иных факторов.

Уметь:

- анализировать процесс предоставления услуг потребителю;
- определять показатели качества оказания услуг в контактной зоне на предприятиях социокультурного сервиса;

Владеть:

- методами определения показателей качества обслуживания потребителя в контактной зоне;
 - навыками применения технологий организации сервисной деятельности, применяемых в деятельности организаций в сфере социокультурного сервиса;
- методами организации, координации и регулирования процесса обслуживания в контактной зоне предприятий социокультурного сервиса.

ОПК-6

Знать:

- основные нормативные и правовые документы, регулирующие сервисную деятельность в Российской Федерации;
- общие положения правил, регулирующие отношения потребителя и исполнителя в сфере обслуживания;

Уметь:

- применять в профессиональной деятельности нормативные правовые акты в сфере оказания услуг, в частности: СанПиН 2.2.4.3359-16, СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03

Владеть:

навыками работы с нормативными и правовыми актами, регулирующими отношения потребителя и исполнителя на предприятиях социокультурного сервиса

ПКО-1

Знать:

- психологические аспекты организации контактной зоны в сервисе;
- сущность основных понятия организации контактной зоны предприятия социокультурного сервиса;
- основные принципы эффективной организации контактной зоны и ее совершенствование на предприятиях социокультурного сервиса;
- особенности формирования и развития клиентских отношений с учетом требований потребителя в контактной зоне сервисных организаций.

Уметь:

- использовать разные приемы изучения потребительских запросов, обращаться с клиентами в случае их недовольствия и

	жалоб; - применять методы диагностики потребностей потребителей, мотивов потребителей услуг, выделять главные психологические особенности потребителя; - применять новые технологии в сфере услуг, новые формы обслуживания, в том числе внедрение технологий информационного сервиса Владеть: - навыками эффективного взаимодействия с клиентом в условиях контактной зоны, в том числе консультирование с учетом требований потребителя; методами организации, координации и регулирования процесса обслуживания в контактной зоне предприятия сервиса. ПКР-16 Знать: - базовые принципы и модели взаимодействия сервисных организаций, в том числе сферы конгрессно-выставочных услуг и органов государственной власти, с потребителями. - основы организации работы в условиях взаимодействия с потребителями, организациями в сфере конгрессно-выставочных услуг, органами государственной власти; - порядок и правила осуществления взаимодействия в электронной форме с потребителями, организациями в сфере конгрессно-выставочных услуг, с органами государственной власти и органами местного самоуправления. Уметь: - анализировать проблемы взаимодействия профильных учреждений и организаций социокультурного сервиса с потребителями, организациями в сфере конгрессно-выставочных услуг и органами государственной власти. Владеть: навыками осуществления взаимодействия с потребителями, организациями в сфере конгрессно-выставочных услуг, органами государственной власти в части оказания услуг
Используемые инструментальные и программные средства	Microsoft Office, 7-Zip, AcrobatReader.
Форма текущего контроля	Рейтинг-контроль № 1-3
Форма промежуточного контроля знаний	Экзамен

Составитель аннотации:

К. А. Суханова

Заведующий кафедрой ТиС

Л. Г. Гужова

Председатель учебно-методической комиссии
Направления 43.03.01

О. Б. Ярьесъ

