

АННОТАЦИЯ

К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

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)	<p>Тема 1. Теоретические аспекты сервисной деятельности в управлении контактной зоной</p> <p>Тема 2. Значение культуры в управлении контактной зоной в сервисной деятельности</p> <p>Тема 3. Роль контактной зоны в сервисе</p> <p>Тема 4. Дизайн и зонирование «контактной зоны»</p> <p>Тема 5. Нормативно-правовое регулирование в сфере социокультурного сервиса</p> <p>Тема 6. Психология процесса обслуживания</p> <p>Тема 7. Модели принятия потребительских решений</p> <p>Тема 8. Особенности организации и обслуживания клиентов в контактной зоне на предприятиях социокультурного сервиса</p> <p>Тема 9. Методы воздействия на покупателей и их эмоциональные и поведенческие реакции</p>
Пререквизиты дисциплины	«Деловые коммуникации и культура речи», «Менеджмент в туризме и сервисе», «Правовые основы профессиональной деятельности»
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	<p>ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-6 Способен применять в профессиональной деятельности нормативные правовые акты в сфере сервиса</p> <p>ПКО-1 Способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя</p> <p>ПКР-16 Способен к предоставлению услуг в условиях взаимодействия с потребителями, организациями в сфере конгрессно-выставочных услуг, их объединениями и органами власти.</p>
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>ОПК-3</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание процесса сервиса, - основы управления контактной зоной предприятия социокультурного сервиса; - основы теории организации обслуживания,

- понятие и сущность контактной зоны;
- сущность и структуру процесса оказания услуги;
- 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 стратегию размещения, формирования структуры, обслуживания предприятия по оказанию услуг;

Владеть:

- 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.
 - навыками управления в контактной зоне;
- навыками работы с потребителями в контактной зоне.

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;
- 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

	<p>психологические особенности потребителя;</p> <ul style="list-style-type: none"> - выделять главные психологические особенности потребителя; - применять новые технологии и формы обслуживания с учетом требований потребителя <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками эффективного взаимодействия с клиентом в условиях контактной зоны, в том числе консультирование с учетом требований потребителя; - навыками проектирования процесса оказания услуг с учетом требований потребителя. <p>ПКР-16</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать проблемы взаимодействия профильных учреждений и организаций социокультурного сервиса с потребителями, организациями в сфере конгрессно-выставочных услуг и органами государственной власти. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. Ярься

