

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов компетенций в области будущей профессиональной деятельности в сфере эффективной организации контактной зоны на предприятиях социокультурного сервиса.

Задачи:

- изучение теоретических основ и принципов организации контактной зоны: основные понятия, видов контактных зон и форм обслуживания, обзор зарубежного и российского опыта;
- повышения эффективности организации контактной зоны в сфере социокультурного сервиса;
- изучение основ профессионального поведения и этикета персонала;
- изучение психологической, этической и эстетической культуры обслуживания клиентов в контактной зоне;
- изучение основ организации контактной зоны как объекта правовых отношений;
- освоение правил организации процесса обслуживания потребителей услуг в сфере социокультурного сервиса в соответствии с требуемым качеством процессов оказания услуг.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Организация контактной зоны в социокультурном сервисе» относится к дисциплинам по выбору.

Пререквизиты дисциплины: «Деловые коммуникации и культура речи», «Менеджмент в туризме и сервисе», «Правовые основы профессиональной деятельности».

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
<p>ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности</p>	<p><i>Частичное освоение компетенции</i></p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать процесс предоставления услуг потребителю; - определять показатели качества оказания услуг в контактной зоне на предприятиях социокультурного сервиса; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
<p>ОПК-6 Способен применять в профессиональной деятельности нормативные правовые акты в сфере сервиса</p>	<p><i>Частичное освоение компетенции</i></p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные нормативные и правовые документы, регулирующие сервисную деятельность в Российской Федерации; - общие положения правил, регулирующие отношения потребителя и исполнителя в сфере обслуживания; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с нормативными и правовыми актами, регулирующими отношения потребителя и исполнителя на предприятиях социокультурного сервиса.

<p>ПКО-1 Способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя</p>	<p><i>Частичное освоение компетенции</i></p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - психологические аспекты организации контактной зоны в сервисе; - сущность основные 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. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать разные приемы изучения потребительских запросов, обращаться с клиентами в случае их неудовольствия 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 <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; - методами организации, координации и регулирования процесса обслуживания в контактной зоне предприятия сервиса.
<p>ПКР-16 Способен к предоставлению услуг в условиях взаимодействия с потребителями, организациями в сфере конгрессно-выставочных услуг, их объединениями и органами власти.</p>	<p><i>Частичное освоение компетенции</i></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.

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов

№ п/п	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, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1.	Тема 1. Основы организации контактной зоны в социокультурном сервисе	3	1-2	4	4		8	4/50%	
2.	Тема 2. Нормативно-правовые основы оказания услуг в сфере социокультурного сервиса	3	3-4	4	4		8	4/50%	
3.	Тема 3. Зонирование «контактной зоны»	3	5-6	4	4		8	4/50%	Рейтинг-контроль 1
4.	Тема 4. Оформление «контактной зоны»	3	7-8	4	4		8	4/50%	
5.	Тема 5. Эргономические основы организации контактной зоны в сервисе	3	9-10	4	4		8	4/50%	
6.	Тема 6. Психологические аспекты организации контактной зоны	3	11-12	4	4		8	4/50%	Рейтинг-контроль 2
7.	Тема 7. Особенности организации и обслуживания клиентов в контактной зоне на предприятиях социокультурного сервиса	3	13-14	4	4		8	4/50%	
8.	Тема 8. Нейромаркетинг как инструмент повышения эффективности при организации контактной зоны	3	15-16	4	4		8	4/50%	
9.	Тема 9. Особенности взаимодействия с органами государственной власти	3	17-18	4	4		8	4/50%	Рейтинг-контроль 3
Всего за 5 семестр:			180	36	36		72	36 (50%)	Экзамен (36)
Наличие в дисциплине КП/КР				-					
Итого по дисциплине			180	36	36		72	36 (50%)	Экзамен (36)

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Основы организации контактной зоны в социокультурном сервисе

«Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности. основные понятия организации контактной зоны. Природа контактной зоны. Сущность понятия «контактная зона». Понятия «состав контактной зоны», «пространство контактной зоны». Компоненты контактной зоны. Современные виды контактных зон и их особенности. Характеристика межличностного расстояния в обслуживании.

Тема 2. Нормативно-правовые основы оказания услуг в сфере социокультурного сервиса

Права потребителя при нарушении сроков выполнения работ (оказания услуг). Права потребителя при обнаружении недостатков работы (услуги). Возмещение вреда, причиненного вследствие недостатков товаров, работ или услуг. Компенсация морального вреда.

Основные нормативные и правовые документы, регулирующие сервисную деятельность в России. Федеральный закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.04.2018) "О защите прав потребителей", ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями)

Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации. Постановление Правительства РФ от 15.08.1997 N 1025 (ред. от 04.10.2012) "Об утверждении Правил бытового обслуживания населения в Российской Федерации"

СанПиН 2.2.4.3359-16 "Санитарно-эпидемиологические требования к физическим факторам на рабочих местах", СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03 "Гигиенические требования к персональным электронно-вычислительным машинам и организации работы" (с изменениями на 21 июня 2016 года), СанПиН 2.2.4.548-96 Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений.

Тема 3. Зонирование «контактной зоны»

Функциональное зонирование «контактной зоны»: задачи и принципы.

Фронт-офис и бэк-офис. Принципы зонирования в рабочей зоне: кабинетный и открытый.

Функции фронт-офиса. Основные зоны фронт-офиса: холл, приёмная (ресепшн / комната ожидания), переговорная, кабинет руководителя. Предназначения зон фронт-офиса. Зонирование «контактной зоны». Зонирование приемной для переговоров и совещаний: информационная зона и место для отдыха.

Бэк-офис и его составляющие: рабочее пространство, зона отдыха, обеденная зона, гардероб, серверные, архивы и библиотеки, техническая зона, подсобные помещения. Особенности организации бэк-офиса на предприятиях социокультурного сервиса.

Тема 4. Оформление «контактной зоны»

Направления в оформлении «контактной зоны». Критерии зоны ожидания клиентов: функциональность, просторность, информативность.

Классическая зона ожидания клиентов. Креативные зоны обслуживания клиентов и современные дизайнерские решения. Концептуальные решения дизайн-проектов интерьеров. Особенности дизайн-проектирования предприятий индустрии туризма и сферы услуг.

Заполнение зоны ожидания клиентов. Мебель и оргтехника. Плакаты, листовки и оформление стен. Мотивационные плакаты и стимулирование персонала: действующая система оплаты труда и система штрафов, карьерные возможности в организации, примеры успешной работы сотрудников, принципы работы в компании. Награды компании, благодарственные письма клиентов, сертификаты и лицензии.

Архитектура помещения.

Виды оборудования и интерьер контактной зоны. Освещение и светодизайн контактной зоны. Оформление витрин. Характеристика POS-материалов.

Санитарные нормы и правила размещения, устройства и оборудования. Требования к содержанию помещений и организации санитарно-гигиенического и противоэпидемического режима работы.

Тема 5. Эргономические основы организации контактной зоны на предприятиях социокультурного сервиса

Эстетика труда. Эргономические основы организации контактной зоны в сервисе. Термины и определения. Основные принципы и концепции эргономики. ГОСТ Р 56274-2014 Общие показатели и требования в эргономике.

Правила учета антропометрических данных при расчете эргономических параметров рабочих мест. Психофизиологический аспект эргономики.

Классификация рабочих мест. Факторы, влияющие на условия труда. Правильное расположение эргономика и рабочих мест предприятий социокультурного сервиса.

Тема 6. Психологические аспекты организации контактной зоны

Психологические аспекты организации контактной зоны в сфере сервиса.

Психологическая культура обслуживания работника контактной зоны. Психология процесса обслуживания. Законы межличностных взаимоотношений в деятельности работника контактной зоны. Три этапа совершения заказа и психологическая тактика обслуживания.

Психологические компоненты деятельности работника контактной зоны. Психологические основы и практика делового общения. Восприятие и самовосприятие.

Перцептивная сторона общения. Коммуникационная сторона общения. Интерактивная сторона общения. Психологические основы коммуникационного воздействия. Когнитивный аспект коммуникационного воздействия. Эмоциональный аспект коммуникационного воздействия. Поведенческий аспект коммуникационного воздействия. Суггестивный аспект коммуникационного воздействия.

Эффективные техники коммуникаций. Эффективность обратной связи в общении. Микро-техники общения. Приемы аргументирования. Работа с возражениями. Способы управления диалогом. Навыки конструктивного воздействия на клиента. Искусство убеждения. Эффективное слушание. Мотивирование и удержание клиента.

Тема 7. Особенности организации и обслуживания клиентов в контактной зоне на предприятиях социокультурного сервиса

Философия обслуживания клиентов в контактной зоне. Основные формы обслуживания. Стандарты обслуживания. Технология взаимодействия с клиентом в контактной зоне.

Применение основных методов организации, координации и регулирования процесса обслуживания в контактной зоне предприятий социокультурного сервиса. Регулирование процесса обслуживания в контактной зоне предприятия сервиса. Эффективное взаимодействие с клиентом в условиях контактной зоны.

Особенности организации контактной зоны социокультурного сервиса. Специфика контактной зоны социокультурного сервиса. Основные функции работников контактной зоны. Особенности этики общения с клиентом. Понятие профессионального и делового этикета. Нравственные качества работника как один из ведущих элементов его профессиональной пригодности. Профессиональная этика.

Методы создания клиентской базы, поддержания контакта и выявление потребностей во время консультаций.

Стратегии управления потребителями. Бизнес-стратегия и оптимизации обслуживания клиентов. Персонализация и удовлетворение индивидуальных потребностей клиента. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM - Customer Relationship Management): возможности автоматизированных систем и программные продукты.

Функции CRM. Управление обслуживанием клиентов: автоматизация процессов планирования, контроля оказания услуги, обеспечение обратной связи, работа с претензиями, отслеживание запросов на сервис.

Тема 8. Нейромаркетинг как инструмент повышения эффективности при организации контактной зоны

Способы повышения эффективности организации контактной зоны в сервисе. Уровни воздействия на потребителя. Методы воздействия на потребителя.

Нейромаркетинг и его методы. Визуализация эмоций. Каналы нейромаркетинговых коммуникаций. Приемы нейромаркетинга.

Психология ароматов. Характеристика воздействия ароматов на человека. Мифы и легенды ароматизации. Аромамаркетинг и использование запахов в контактной зоне. Сущность, цели и виды аромамаркетинга. Практика применения аромамаркетинга. Технология ароматизации воздуха.

Использование звукового сопровождения при организации контактной зоны в сервисе. Научные основы музыкального воздействия. Музыка как средство воздействия на человека. Понятие и сущность аудиомаркетинга. Музыкальное оформление контактной зоны. Особенности использования аудиомаркетинга в социокультурном сервисе.

Фитодизайн контактной зоны в социокультурном сервисе. Сущность и тенденции развития современного фитодизайна. Аранжировка и декоративность. Эстетико-психологическое воздействие растений. Микроклимат помещений и подбор растений для интерьера контактной зоны. Размещение растений в интерьере и основные приемы составления композиций. Особенности озеленения интерьеров. Озеленение интерьеров различного назначения. Флористическое оформление интерьеров.

Тема 9. Особенности взаимодействия с органами государственной власти

Органы власти и виды осуществляемого взаимодействия. Взаимодействия с представителями органами власти (получение разрешений, лицензий, получение льгот, оформление гражданско-правовых договоров и т. д.).

Процедуры взаимодействия между властью и экономическим сообществом. Основы организации работы с органами власти в сфере оказания услуг для государственных нужд.

Система государственных закупок в РФ. Взаимодействие государства и бизнеса в системе государственных закупок. Федеральный закон "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 N 44-ФЗ.

Правила осуществления взаимодействия организаций с органами государственной власти, органами местного самоуправления, с организациями, осуществляющими в соответствии с федеральными законами отдельные публичные полномочия.

GR–деятельность. Специалисты по взаимодействию с органами власти (Government Relations). Деятельность GR специалиста (менеджера) по защите экономических интересов путем взаимодействия с органами власти и его компетенции. GR консалтинг.

Содержание практических занятий по дисциплине

Тема 1. Основы организации контактной зоны в социокультурном сервисе

Практическое занятие.

Анализ регионального развития сервиса и сферы услуг: состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг Владимирской области в социокультурном секторе.

Тема 2. Нормативно-правовые основы оказания услуг в сфере социокультурного сервиса

Практическое занятие.

Обзор основных нормативных и правовых документов, необходимых для организации контактной зоны. СанПиН 2.2.4.3359-16 "Санитарно-эпидемиологические требования к физическим факторам на рабочих местах", СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03 "Гигиенические требования к персональным электронно-вычислительным машинам и организации работы" (с изменениями на 21 июня 2016 года), СанПиН 2.2.4.548-96 Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений.

Тема 3. Зонирование «контактной зоны»

Практическое занятие.

Составление дорожной карты и подбор решений по организации контактной зоны: зонирование помещений контактной зоны и его компонентов (в табличной форме).

Тема 4. Оформление «контактной зоны»

Практическое занятие.

Проектирование контактной зоны предприятия социокультурного сервиса (по выбору студента) - подбор оборудования, мебели и оргтехники, составление технического задания к дизайн-проекту интерьера контактной зоны, с учетом требований санитарных норм и правил размещения.

Тема 5. Эргономические основы организации контактной зоны на предприятиях социокультурного сервиса

Практическое занятие.

Характеристика рабочего места специалиста контактной зоны, соответствующее государственным нормативным требованиям охраны труда: размерные характеристики рабочего места, взаимное расположение рабочих мест, размещение специального оборудования, оснащения рабочего места, и т. д.

Тема 6. Психологические аспекты организации контактной зоны

Практическое занятие.

Тренинг. Работа с возражениями клиентов в контактной зоне. Виды и причины возникновения возражений. Дополнительная аргументация в пользу покупки. Алгоритм и методы преодоления возражений. Работа с типовыми возражениями, способы и приемы их преодоления

Тема 7. Особенности организации и обслуживания клиентов в контактной зоне на предприятиях социокультурного сервиса

Практическое занятие.

CRM-система в бизнес-стратегиях предприятий социально-культурного сервиса и их роль в оптимизации обслуживания клиентов.

Тема 8. Нейромаркетинг как инструмент повышения эффективности при организации контактной зоны

Практическое занятие.

Анализ нейромаркетинговых исследований и классификация по категориям: внимание эмоциональная активация потребителей, оценка продукта/бренда, предпочтение продукта/бренда, поведение потребителей, память, расширение бренда.

Тема 9. Особенности взаимодействия с органами государственной власти

Практическое занятие.

Социокультурный сервис как способ удовлетворения потребностей государства в услугах. Осуществление взаимодействия организаций социокультурного сервиса с органами власти в части проведения государственных и муниципальных закупок. Обзор Федерального закона "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 N 44-ФЗ.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «*Организация контактной зоны в социокультурном сервисе*» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- *Интерактивная лекция (темы № 1-9);*
- *Тренинг, работа в малых группах (тема 6);*
- *Разбор конкретных ситуаций (тема №2);*

Другое:

- *Проектный семинар (темы № 3,4);*
- *Семинар в формате круглого стола (темы № 1,5, 8,9).*

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

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3). Типовые тестовые задания для проведения текущего контроля приведены ниже.

Рейтинг - контроль 1

Вопросы

1. Понятие «контактная зона обслуживания». В чем заключается ее назначение и каковы функциональные особенности?
2. Перечислите современные виды контактной зоны.
3. Назовите основные виды общения в «контактной зоне».
4. Каким условиям должен отвечать процесс контакта между клиентом и исполнителем?
5. В чем сущность содержания контакта?
6. Перечислите компоненты помещения контактной зоны.
7. Перечислите основные требования, предъявляемые к пространству контакта.
8. Определите особенности организации пространства контакта в различных сервисных предприятиях.
9. Каковы составляющие контактной зоны?
10. Как характеризуются составляющие пространства контактной зоны?
11. Что понимают под фронт-офисом?
12. Приведите примеры фронт-офисных подразделений
13. Что понимают под бэк-офисом?
14. Что понимают под мидл-офисом?
15. Что такое зонирование офиса?
16. В чем заключается представительская функция фронт-офиса?
17. В чем заключается функциональное зонирование приемной/ресепшн?
18. В чем заключается функциональное зонирование кабинет руководителя
19. Характеристика зоны переговоров.
20. Функциональные зоны бэк-офиса.
21. Принципы функционального разделения рабочего пространства зоны бэк-офиса?
22. Назовите требования к организации зоны отдыха бэк-офиса

Рейтинг - контроль 2

Подготовка доклада

Примерная тематика докладов

(может быть расширена с учетом интересов студентов)

1. Контактная зона, ее виды и составляющие (на примере какого-либо сервисного предприятия).
2. Материализация процесса обслуживания и ее роль в обеспечении конкурентоспособности сервисной организации.
3. Нейромаркетинг и влияние его внедрении в организацию контактной зоны предприятий социокультурного сервиса.
4. Практическое использование методов проектирования процесса обслуживания клиентов в контактной зоне.
5. Фронтлайн-персонал сервисной компании: квалификационные требования и содержание условий труда.
6. Корпоративные клиенты
7. Стратегии завоевания потенциальных клиентов
8. Планирование переговоров

9. Презентация новой услуги
10. Когнитивный аспект коммуникационного воздействия.
11. Эмоциональный аспект коммуникационного воздействия.
12. Поведенческий аспект коммуникационного воздействия.
13. Суггестивный аспект коммуникационного воздействия.
14. Эффективность обратной связи в общении
15. Искусство убеждения

Требования к оформлению доклада

Текст доклада должен быть набран в текстовом редакторе MS WORD, общее количество страниц печатного текста - не менее 5, Times New Roman 14, интервал, 1,5.

Доклад должна иметь титульный лист с наименованием ВУЗа, кафедры, темы доклада, ФИО студента и преподавателя; места написания и года.

Страницы должны быть пронумерованы; обязательны правильно оформленные ссылки внутри текста. При использовании источников следует в ссылке указываться источник заимствования. Список использованной литературы обязателен.

Рейтинг - контроль 3

Подготовка презентации проекта «Контактная зона»

(Предприятие или организация социокультурного сервиса определяется студентом самостоятельно)

1. Тип организации социокультурного сервиса
2. Характеристика и описание выбранной контактной зоны (ресепшн/приемная/кабинет руководителя/переговорная)
3. Перечень мебели, оборудования и оснащения
4. Система хранения вещей клиента
5. Эргономика контактной зоны
6. Интерьер контактной зоны
7. Описание благоустройства контактной зоны, в том числе использование нейромаркетинга для ее организации

Требования к оформлению презентации

Текст презентации (общее количество слайдов от 8) должен быть набран в текстовом редакторе MS POWER POINT.

Презентация должна иметь титульный лист с наименованием ВУЗа, кафедры, темы презентации работы, ФИО студента и преподавателя; места написания и года.

Слайды должны быть пронумерованы; обязательны правильно оформленные постраничные сноски или внутри текста.

При использовании источников следует в сноске или ссылке указывать источник заимствования.

Вопросы к экзамену:

1. Основные понятия организации контактной зоны. Природа контактной зоны.
 2. «Контактная зона обслуживания», ее назначение и функциональные особенности
 3. Виды контактных зон и их характеристика
 4. Пространство контактной зоны. Понятия «бэк-офис» и «фронт-офис»
 5. Современные виды контактных зон и их особенности.
- Характеристика межличностного расстояния в обслуживании.
6. Права потребителя при нарушении сроков выполнения работ (оказания услуг).
 7. Культура общения с клиентами

8. Основные нормативные и правовые документы, регулирующие сервисную деятельность в России.
9. Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений
10. Функциональное зонирование «контактной зоны»: задачи и принципы.
11. Принципы зонирования рабочей зоны
12. Функции фронт-офиса.
13. Основные зоны фронт-офиса
14. Бэк-офис и его составляющие
15. Направления в оформлении «контактной зоны».
16. Критерии зоны ожидания клиентов
17. Креативные зоны обслуживания
18. Классическая зона ожидания клиентов
19. Виды оборудования и интерьер контактной зоны
20. Оформление витрин.
21. Характеристика POS-материалов.
22. Правила учета антропометрических данных при расчете эргономических параметров рабочих мест в контактной зоне
23. Классификация рабочих мест
24. Психологические аспекты организации контактной зоны в сфере сервиса.
25. Законы межличностных взаимоотношений в деятельности работника контактной зоны
26. Психологические компоненты деятельности работника контактной зоны.
27. Эффективные техники коммуникаций
28. Перцептивная сторона общения. Коммуникационная сторона общения. Интерактивная сторона общения
29. Психологические основы коммуникационного воздействия
30. Приемы аргументирования.
31. Работа с возражениями.
32. Навыки конструктивного воздействия на клиента
33. Эффективное слушание.
34. Мотивирование и удержание клиента.
35. Философия обслуживания клиентов в контактной зоне.
36. Технология взаимодействия с клиентом в контактной зоне.
37. Особенности организации контактной зоны социокультурного сервиса.
38. Основные функции работников контактной зоны.
39. Особенности этики общения с клиентом.
40. Методы создания клиентской базы, поддержания контакта и выявление потребностей во время консультаций.
41. Стратегии управления потребителями.
42. Персонализация и удовлетворение индивидуальных потребностей клиента
43. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами
44. Способы повышения эффективности организации контактной зоны в сервисе.
45. Нейромаркетинг и его методы
46. Аромаркетинг в контактной зоне
47. Аудиомаркетинг в контактной зоне
48. Фитодизайн контактной зоны
49. Система государственных закупок в РФ как аспект взаимодействия организаций социокультурного сервиса с органами власти
50. Правила осуществления взаимодействия организаций с органами государственной власти
51. GR-деятельность
52. GR - консалтинг

Самостоятельная работа предполагает:

- 1) Изучение источников информации, подбор материалов, составление плана и развернутого плана ответа на вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение, подготовка тезисов по проблемам и перспективам развития контактной зоны и работы с потребителями в ней.
- 2) Логический анализ текстов, составление структурно-логических схем, таблиц и др.
- 3) Подготовка к практическим занятиям, в том числе подготовка проблемно-концептуальных докладов по заданию преподавателя, информационно-презентационных материалов, в том числе выступление на круглых столах и семинарах.
- 4) Анализ статей по заданию преподавателя и ответы на вопросы.
- 5) Подготовка к рейтинг-контролю, зачету, экзамену.

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
Основная литература			
1. Руденко Л.Л. Сервисная деятельность : учебное пособие/ Руденко Л.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 208 с.—	2019		http://www.iprbookshop.ru/83149.html .— ЭБС «IPRbooks»
2. Романович Ж.А. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: учебник/ Романович Ж.А., Калачев С.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2018.— 284 с.—	2018		http://www.iprbookshop.ru/85647.html . - ЭБС «IPRbooks»
Дополнительная литература			
3. Виноградова С. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие для бакалавров/ Виноградова С.А., Сорокина Н.В., Жданова Т.С.— Электрон. текстовые данные. - М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 207 с.	2019		http://www.iprbookshop.ru/83130.html . - ЭБС «IPRbooks»
4. Сервис: организация, управление, маркетинг: учебник для бакалавров/ Е.Н. Волк [и др.]. - Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 250 с.	2019		http://www.iprbookshop.ru/85432.html . - ЭБС «IPRbooks»
5. Мальшина Н.А. Сервисология: потребности человека: учебное пособие для бакалавров/ Мальшина Н.А., Ермакова Н. И.— Электрон. текстовые данные. - М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 144 с.	2019		http://www.iprbookshop.ru/83145.html . - ЭБС «IPRbooks»

7. Короткий С.В. Инновационный менеджмент: учебное пособие/ Короткий С.В.— Электрон. текстовые данные. - Саратов: Вузовское образование, 2018.— 241 с.	2018		http://www.iprbookshop.ru/72356.html . - ЭБС «IPRbooks»
8. Арндт Трайндл Нейромаркетинг [Электронный ресурс]: визуализация эмоций/ Арндт Трайндл— Электрон. текстовые данные. - М.: Альпина Паблишер, 2017.— 114 с.	2017		http://www.iprbookshop.ru/58560.html . - ЭБС «IPRbooks»
9. Черкашин П.А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) [Электронный ресурс]/ Черкашин П.А.— Электрон. текстовые данные. - М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016.	2016		http://www.iprbookshop.ru/52212.html . -ЭБС «IPRbooks»

7.2. Периодические издания

1. Сервис в России и за рубежом - сайт сетевого научного журнала: <http://service-rusjournal.ru/>
2. Менеджмент в России и за рубежом: <http://www.mevriz.ru> (дата обращения: 08.06.2016). 3.
3. Российский журнал менеджмента. Научно-исследовательский журнал. Издан по инициативе Высшей школы менеджмента СПбГУ: <https://rjm.spbu.ru/>
4. Научный журнал "СЕРВИС PLUS" : <http://philosoph.ru/>
5. Журнал «Клиентинг и управление клиентским портфелем»: <https://www.grebennikoff.ru/product/10>

7.3. Интернет-ресурсы

1. Система КонсультантПлюс - <http://www.consultant.ru>.
2. Электронная библиотечная система Владимирского государственного университета - <http://library.vlsu.ru/>
3. Электронная библиотечная система - IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru/>
4. Научный журнал «Сервис plus» - <http://philosoph.ru/>
5. Интернет журнал «Территория клиента» - [https:// http://tkjournal.ru/](https://http://tkjournal.ru/)

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

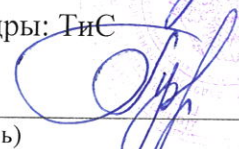
Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий *лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы*: аудитории, оснащенные мультимедиа оборудованием, компьютерные классы с доступом в интернет, аудитории без спец. оборудования.


Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: пакет Microsoft Office, 7-Zip, AcrobatReader.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 43.03.01 Сервис
Профиль "Социокультурный сервис"

Рабочую программу составил к.пед.н. Суханова К.А. 

Рецензент
(представитель работодателя): ГАУВО СОЦ «Олимп», зам. директора  Сехина Ю.И.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры: ТиС
Протокол № 1 от 31.08.20 года
Заведующий кафедрой Тужева Л.Т. 
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления: 43.03.01 «Сервис»
Протокол № 1 от 31.08.20 года
Председатель комиссии Ареев О.Б. 
(ФИО, подпись)