

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФИЛИАЛ ФГБОУ ВО «ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. НАХОДКЕ

КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И ИСКУССТВОВЕДЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА

Рабочая программа дисциплины

по направлению подготовки

43.03.01 Сервис

Профиль подготовки

Социокультурный сервис

тип ОПОП прикладной бакалавриат

Находка 2016

Рабочая программа дисциплины «Технология организаций предприятий сервиса» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль подготовки «Социокультурный сервис» и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 19 декабря 2013 г. № 1367)

Составитель: Соломонова Л.В., старший преподаватель кафедры гуманитарных и искусствоведческих дисциплин

Утверждена на заседании кафедры дизайна и сервиса от 14.04.2011 года, протокол № 8.

Редакция 2015 года, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры гуманитарных и искусствоведческих дисциплин от 24.06.2015 года, протокол № 9

Редакция 2016 года, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры гуманитарных и искусствоведческих дисциплин от «07» июня 2016 года, протокол № 10.

Заведующий кафедрой _____



Шумейко М.В.

1 Цели освоения учебной дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование у будущих специалистов в области социально-культурного сервиса теоретических основ и практических навыков, связанных с техническим оснащением субъектов хозяйственной деятельности, с учетом специфики объектов социально-культурного сервиса и туристских предприятий.

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине, являются знания, умения, владения и/или опыт деятельности, характеризующие этапы/уровни формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 - Формируемые компетенции

Название ОПОП ВО (сокращенное название)	Компетенции	Название компетенции	Знания/Умения/Владение	
43.03.01 Сервис (Б-СС)	ОПК-3	готовностью организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя	Знания	основы профессиональной этики и этикета, систему маркетинга, особенности продвижения услуг, теорию массового обслуживания, риторiku
			Умения	определять оптимальный вариант реализации технологии процесса сервиса на основе социальных и психологических показателей, осуществлять консультирование потребителя сервисных услуг
			Владение	методиками диагностирования поведения и методами формирования клиентурных отношений в социально-культурном сервисе, навыками делового общения и психодиагностики

3 Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Технология организации предприятий сервиса» базируется на компетенциях, сформированных на следующих дисциплинах ООП ВО

Дисциплина базируется на следующих дисциплинах ООП:

- «Профессиональная этика и этикет»
- «Сервисология»
- «Экономика»
- «Организация и планирование предприятий сервиса и туризма»
- «Сервисная деятельность»
- «Производственная практика»

Базовой основой для освоения дисциплины является учебный курс «Организация и

планирование деятельности предприятий сервиса», в результате освоения которого студенты должны владеть системой знаний, в области, организации деятельности предприятий сферы сервиса, планирования деятельности предприятий сферы сервиса, организации и управления процессом оказания услуг, обеспечения качества услуг.

При освоении данной дисциплины компетенции одновременно формируются следующими дисциплинами ООП ВО:

- «Основы маркетинга»
- «Техника и технология в социально-культурном сервисе и туризме»
- «Техника и технология в социально-культурном сервисе и туризме»
- «Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме»

Освоение данной дисциплины необходимо для успешного освоения, обучающимся по данному направлению подготовки, следующих дисциплин:

- «Стратегия профессиональной эффективности»
- «Преддипломная практика»
- «Выполнение выпускной квалификационной работы»

4 Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 - Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет:

Сокращенное название ООП	Форма обучения	Индекс	Семестр	Трудоемкость		Аттестация
				(З.Е.)	часов (всего/лек./практик/СРС)	
Б-СС	ОФО	Б.1.В.20	7	4	144/17/17/75	А1, А2, Э

5 Структура и содержание дисциплины (модуля)

5.1 Структура дисциплины (модуля)

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.

Таблица 3 – Структура дисциплины

Темы дисциплины	Часы	Перечень ОПОП	Вид учебной работы	Семестр	Аттестация
Технологии как важнейший элемент внутренней среды сервисной организации	4	БСС	лекции	7	А1, А2, Э
Технология разработки и создания услуг и системы доставки услуг в сфере социально-культурного сервиса	4	БСС	лекция-беседа	7	А1, Э
Основы технологии организации предприятий социально-культурного сервиса	4	БСС	лекции	7	А1, Э
Процессный подход на предприятиях сферы сервиса	4	БСС	лекции	7	А1, Э
Методы оценки и ранжирования бизнес-процессов предприятий социально-культурного сервиса	4	БСС	лекции	7	А1, Э

Технологии управления качеством сервиса. Методы и инструменты всеобщего управления качеством	4	БСС	лекции	7	A1, Э
Методы анализа и оптимизации бизнес-процессов предприятий социально-культурного сервиса	4	БСС	лекции	7	A2, Э
Методы проектирования и оптимизации организационных структур.	4	БСС	лекции	7	A2, Э
Технологии разработки и анализа процесса взаимодействия покупателя и продавца	2	БСС	лекция-беседа	7	A2, Э

5.2 Содержание дисциплины (модуля)

Темы лекций

Тема 1. *Технологии как важнейший элемент внутренней среды сервисной организации* Технология. Сущностная характеристика; основные понятия, определения и специфические особенности. Характерные признаки объективной действующей технологии.

Роль технологий в организации различных направлений деятельности предприятия сервиса в соответствии с функциональными областями. Основные элементы производственного менеджмента предприятия. Элементы сервисной системы оказания услуг. Проблемы менеджмента предприятий сервиса и технологии их решения.

Тема 2. *Технология разработки и создания услуг и системы доставки услуг в сфере социально-культурного сервиса*

Факторный анализ специфических особенностей услуг в контексте технологии их организации. Специфика услуг как товара. Классификационные направления и группы услуг, удобные для экономического и технологического анализа. Градация услуг по степени осязаемости-неосязаемости; группировка услуг по Гренроосу; по критериям «относительное вовлечение товара» и «степень взаимодействия потребитель – производитель»; по объектам воздействия, членение услуг по их функциональной сущности. Классификация услуг по степени потребности в материальных ресурсах, по критериям «объект воздействия/степень осязаемости процесса обслуживания», по уровню технологий и их роли в обеспечении качества.

Разработки и создания услуг и системы доставки услуг в сфере социально-культурного сервиса. Разработка качества и ценности услуги. Инструменты для разработки качества и ценности услуг: комплексное проектирование, применение функций качества «Дом качества», Анализ видов отказов из-за ошибки проектирования, Функционально-стоимостной анализ. Принципы разработки услуги. Процесс разработки услуги: технологии этапов процесса: разработка, тестирование, создание услуги и освоение рынка.

Тема 3. *Основы технологии организации предприятий социально-культурного сервиса*

Структура и принципы организации производственного процесса в сфере сервиса. Производственный процесс; Технологический процесс. Принципы организации производственного процесса. Формы организации производственного процесса. Производственные структуры предприятий сферы сервиса и их ресурсы. Формирование производственной структуры предприятия. Техничко-производственная база предприятия. Обобщенная схема процессов в организации.

Организация процесса оказания услуг. Типы и методы организации процесса выполнения услуг. Технологии организации процесса оказания услуг. Организация производственного процесса и процесса оказания услуг во времени. Основные направления сокращения длительности производственного цикла.

Технологии управления сервисными системами. Ресурсное обеспечение, отношения с поставщиками. Управление спросом и предложением.

Технологии управления персоналом предприятия социально-культурного сервиса. Организация труда на предприятиях сферы сервиса. Функции организации труда. Элементы организации труда. Управление производительностью в сфере услуг. Разделение труда. Показатели оценки уровня организации основного производства. Рациональные методы и приемы труда, организация рабочих мест. Технологии и методы нормирования труда. Анализ рабочего времени.

Тема 4. Процессный подход на предприятиях сферы сервиса

Процессная система управления. Функциональная и процессная организация; отличительные характеристики бизнес-процессов и функций; преимущества и недостатки подходов. Основные понятия: функция, бизнес-процесс, владелец бизнес-процесса, поставщик, регламент бизнес-процесса, ресурсы. Классификация входов и выходов бизнес-процесса. Процессная модель деятельности предприятия.

Классификация бизнес-процессов: по уровню подробности рассмотрения; по отношению к клиентам и к получению добавленной ценности, по виду и функциональному назначению. Классификационная характеристика бизнес-процессов сервисной фирмы: основных, обеспечивающих, управления и развития.

Подходы к внедрению процессного управления на предприятии сферы сервиса. Описание окружения бизнес-процесса. Показатели бизнес-процесса. Ключевые моменты для внедрения процессного подхода. Преимущества процессного подхода. Алгоритм описания бизнес-процесса. Шаги и способы описания бизнес-процессов. Методы сбора информации.

Тема 5. Методы оценки и ранжирования бизнес-процессов предприятий социально-культурного сервиса

Метод оценки и ранжирования бизнес-процессов. Критерии оценки бизнес-процессов, используемые для выделения приоритетных процессов. Оценка важности бизнес-процессов. Критические факторы успеха. Сопоставление бизнес-процессов и критических факторов успеха – построение матрицы сопоставления. Оценка проблемности ключевых бизнес-процессов. Критерии оценки степени проблемности бизнес-процессов. Матрица проблемности бизнес-процессов. Оценка возможности проведения изменений в бизнес-процессе. Анализ барьеров. Ранжирование бизнес-процессов.

Инструменты для определения приоритетов мероприятий. Самооценка. Анализ трендов. Метод «Тестирование критериев» Сущностная характеристика метода. Процедура тестирования критериев.

Управление изменениями. Типы изменений, технологии реинжиниринга и постоянного совершенствования бизнес-процессов в организации. Управление изменениями при совершенствовании и реинжиниринге бизнес-процессов. Алгоритм управления изменениями. Причины сопротивления изменениям. Мероприятия по уменьшению сопротивлений. Типовые проблемы проекта. Цикл использования возможностей.

Тема 6. Технологии управления качеством сервиса. Методы и инструменты всеобщего управления качеством

Методы понимания (выявления) проблемы: Построение блок-схемы процесса; Выявление критического инцидента; Контрольный листок; Диаграмма Парето.

Инструменты анализа проблемы: диаграмма причин и результатов; анализ коренной причины; график (поле коррекции, диаграмма рассеивания); гистограмма; граф связей; матричная диаграмма.

Статистические методы контроля: контрольные карты; матрица приверженности и удовлетворенности потребителя

Инструменты генерации идеи: метод мозгового штурма, метод номинальных групп.

Тема 7. Методы анализа и оптимизации бизнес-процессов предприятий социально-культурного сервиса

Определение целей и критериев оптимизации бизнес-процессов. Показатели бизнес-процесса: времени, результативности, качества, стоимости, и др.

ФУП-методы анализа и оптимизации бизнес-процессов. Метод «пяти вопросов».

Метод параллельного выполнения работ. Метод устранения временных разрывов. Разработка нескольких вариантов бизнес-процесса. Уменьшение количества входов и выходов бизнес-процесса. Согласование результатов с требованиями. Интеграция с клиентами и поставщиками бизнес-процесса. Минимизация устной информации. Стандартизация форм сбора и передачи информации. Организация точек контроля. Метод причинно-следственных связей или бездефектности работы.

Тема 8. Методы проектирования и оптимизации организационных структур.

Метод ликвидации «провисания» функций. Метод разграничения ответственности. Метод эффективного выполнения работы. Метод единственной точки контакта. Метод ценности и измеримости результатов. Метод соответствия полномочий и ответственности. Метод минимизации организационных разрывов.

Тема 9. Технологии разработки и анализа процесса взаимодействия покупателя и продавца (2 часа)

Развертывание функции качества «Дом качества»; Диаграммное проектирование. Метод точек соприкосновения. Метод «анализ отказов». «Потребительский сценарий». Реинжиниринг. Бенчмаркинг. Метод «Пока-йока» (предотвращение ошибок).

Содержание практической части учебной дисциплины.

Тема 1. Технологии организации деятельности предприятия.

Решение конкретной задачи «Характеристика технологий социально-культурного сервиса».

По заданному виду деятельности представляется:

1 Занятие. Сущностная характеристика услуги, ее содержание и специфика. Классификационный анализ услуги. Проблемы организации и реализации услуг. Критерии и психологические мотивы выбора услуг клиентами: наличие информации; ощущаемый риск; доверие марке, ощущаемые качества услуги.

Факторный анализ специфических особенностей услуг в контексте технологии их организации.

2–3 Занятие. Анализ технологий организации предприятий сервиса по заданному направлению: примеры деятельности различных фирм, общие подходы к технологии, современные технологии.

Предлагаемые к анализу виды деятельности: Организация спортивных, культурных мероприятий, корпоративных праздников. Организация выставок, презентаций, переговоров; организация рекламных услуг. Услуги делового гостеприимства – организация конференций, семинаров, прием деловых партнеров. Клининговые услуги. Услуги праздничного агентства. Услуги индустрии моды и красоты. Комплекс услуг в семье. Общественно и индивидуально организованные услуги дополнительного образования. Сервисное обеспечение основных процессов жизнедеятельности и развития творческого потенциала личности. Торговля и общественно и индивидуально организованные потребительские услуги.

Студенты самостоятельно вне рамок аудиторного занятия готовят материал и предоставляют его на практическом занятии в виде краткого презентационного доклада для обсуждения и оценки в группе. По итогам обсуждения и самооценки результаты работы корректируются и сдаются на проверку преподавателю.

Тема 2. Современные технологии организации предприятий социально-культурного сервиса.

Дискуссия и обсуждение самостоятельно подготовленного конкретного практического материала по направлениям:

Формирование клиентской базы.

Управление запасами.

Организация процесса обслуживания.

Технологии привлечения клиента.

Технологии продаж.

Прогрессивные формы обслуживания.
Управление спросом и предложением.
Методы работы с жалобами.
Сервисные технологии
Технологии «Психологическая упаковка» услуг и др. (возможно использование «Study Case.»)

Тема 3. Технологические аспекты сервисной деятельности в социально-культурной сфере.

1. Занятие. Решение конкретной практической задачи «Организация процесса обслуживания».

Выполнить анализ факторов влияющих на организацию процесса обслуживания. Выбор форм и методов обслуживания в соответствии с технологическими особенностями услуги и предпочтениями клиентов.

Определить виды, содержание и технологии выполняемых работ по организации процесса предоставления услуг по выбранному виду деятельности. Дать поэлементную детальную характеристику процессов сотрудников контактной зоны и процессов обслуживания клиентов: схемы процесса принятия заказа клиента, процессы продаж, процессы обслуживания.

Задание выполняется по заданному виду деятельности, на основе, изучения организации процесса обслуживания конкретной фирмы (место практики или работы студента). Задание может выполняться студентами, как совместно на практических занятиях с, так и самостоятельно вне рамок аудиторного занятия с обоснованным предоставлением его результатов на практическом занятии для обсуждения и оценки в группе. По итогам обсуждения и самооценки результаты работы корректируются и сдаются на проверку преподавателю.

2 Занятие. Организация обслуживания потребителя. Дискуссия и обсуждение самостоятельно подготовленного конкретного практического материала по направлениям:

Проблемы, возникающие при оказании услуг и методы их разрешения.

Факторы, влияющие на процесс обслуживания

Негативное восприятие услуг потребителем. Риски клиентов.

Причины, препятствующие обращению потребителей в сервисную фирму

Привлечение клиента

Управление спросом в очередях

Стандарты обслуживания, Стандарты поведения и др. (возможно использование «Study Case.»)

Тема 4. Описание бизнес-процесса и его окружения.

1 Занятие. Освоение методов описания бизнес-процессов: текстовый, табличный, графический, алгоритм описания бизнес-процессов, методы сбора информации

Освоение методологий графического описания бизнес-процесса: блок-схема, межфункциональная блок-схема, методология WFD, нотация Йордоно Де Марко и Гейна Сарсона; стандарты IDEF 0, IDEF 3; Методология BAAN.

Анализ примеров описания бизнес-процессов. Анализ примеров описания функциональной структуры бизнес-процессов разного уровня.

Групповая практическая работа «Описание функциональной структуры бизнес-процесса».

Описание: Цель, роль, тип, потребитель, выходы и клиенты бизнес-процесса, входы и поставщики бизнес-процесса, функциональная структура бизнес-процесса, показатели бизнес-процесса. Построение диаграммы окружения бизнес-процесса.

2 Занятие. Решение практикоориентированной задачи «Описание бизнес-процесса как есть»

По заданному виду деятельности и выбранного бизнес-процесса (преимущественно

процессы обслуживания или процессы продаж конкретной фирмы) представляются: Цель, роль, тип, потребитель, выходы и клиенты бизнес-процесса, входы и поставщики бизнес-процесса, Структура действий (функциональная структура) бизнес-процесса, показатели бизнес-процесса.

3 Занятие. Описание окружения бизнес-процесса.

Построение диаграммы окружения бизнес-процесса. Структура потоков и объектов бизнес-процесса. Разработка требований к основным, вспомогательным, обслуживающим и обеспечивающим процессам.

2–3 занятие проводится по материалам самостоятельной работы студентов. Студенты самостоятельно вне рамок аудиторного занятия готовят материал и предоставляют его на практическом занятии в виде краткого презентационного доклада для обсуждения и оценки в группе. По итогам обсуждения и самооценки результаты работы корректируются и сдаются на проверку преподавателю

Тема 5. Методы оценки и ранжирования бизнес-процессов.

1 Занятие. Освоение методов оценки важности бизнес-процессов:

Освоение метода оценки и ранжирования бизнес-процессов на основе сопоставления бизнес-процессов и критических факторов успеха. Освоение анализа проблемности и возможности изменения бизнес-процессов.

Освоение метода определения приоритетов мероприятий «Тестирование критериев», процедуры тестирования критериев и формирования исходных данных для ее проведения. Инструменты для определения приоритетов мероприятий: самооценка, анализ трендов, матрица показателей.

2 Занятие. Выполнение конкретной практической задачи «оценка и ранжирование бизнес-процессов»

По заданному виду деятельности, в соответствии с классификационной характеристикой предприятия (классность, величина) и целевым рынком:

Определить критические факторы успеха. Составить перечень соответствующих бизнес-процессов, работ и мероприятий. Провести анализ приоритетных бизнес-процессов и мероприятий методами «Тестирование критериев» и «Ранжирование бизнес-процессов». Анализ проблемности бизнес-процессов и возможности их изменения предпочтительно проводить на основе реального практического материала.

Занятие проводится по материалам самостоятельной работы студентов, с анализом, оценкой и обсуждением в группе.

Тема 6. Технологии управления качеством сервиса.

1 Занятие. Освоение методов понимания (выявления) проблемы и инструментов качества. Построение блок-схемы процесса; Выявление критического инцидента; Контрольный листок; Диаграмма Парето.

Статистические методы контроля.

1. **Занятие** Освоение инструментов анализа проблемы: диаграмма причин и результатов; анализ коренной причины; график (поле коррекции, диаграмма рассеивания); гистограмма; граф связей; матричная диаграмма.

Закрепление знаний полученных на лекционных занятиях. Анализ примеров практического применения. Решение групповых задач с целью получения практических навыков. По итогам занятий выполняется самостоятельная работа по решению конкретных практикоориентированных задач.

Тема 7. Методы совершенствования взаимоотношений с клиентами.

1. Освоение методов. Метод точек соприкосновения. Метод «анализ отказов».

2. Решение практической задачи по анализу возможных отказов при взаимодействии клиентов с фирмой.

Составить перечень точек соприкосновения для конкретной сервисной фирмы и проанализировать возможные отказы клиентов. Разработать решения по предотвращению отказов. Привести примеры возможных сервисных и потребительских ошибок. Использовать

метод «Пока-йока».

Тема 8. Методы анализа и оптимизации бизнес-процессов предприятий социально-культурного сервиса.

Показатели бизнес-процесса: времени, результативности, качества, стоимости, и др.

Освоение методов анализа и оптимизации бизнес-процессов. Метод «пяти вопросов». Метод параллельного выполнения работ. Метод устранения временных разрывов. Разработка нескольких вариантов бизнес-процесса. Уменьшение количества входов и выходов бизнес-процесса. Согласование результатов с требованиями. Интеграция с клиентами и поставщиками бизнес-процесса. Минимизация устной информации. Стандартизация форм сбора и передачи информации. Организация точек контроля. Метод причинно-следственных связей или бездефектности работы.

Закрепление знаний полученных на лекционных занятиях, анализ примеров практического применения, «Study Case.», групповое решение ситуационных задач. По итогам занятия выполнение самостоятельной работы по заданному виду деятельности и поиску практических примеров.

Тема 9. Методы проектирования и оптимизации организационных структур.

Освоение методов анализа и оптимизации организационных структур в контексте технологии организации предприятий сервиса. Метод ликвидации «провисания» функций. Метод разграничения ответственности. Метод эффективного выполнения работы. Метод единственной точки контакта. Метод ценности и измеримости результатов. Метод соответствия полномочий и ответственности. Метод минимизации организационных разрывов.

Закрепление знаний полученных на лекционных занятиях, анализ примеров практического применения, «Study Case.», групповое решение ситуационных задач. По итогам занятия выполнение самостоятельной работы по заданному виду деятельности и поиску практических примеров.

Тема 10. Технология разработки и создания услуг.

Разработка предложений по предоставлению новых видов и элементов пакета услуг.

Выполнение этапов процесса разработки услуги: разработка качества и ценности услуги, тестирование услуги. Анализ моделей-предложений с позиции целесообразности и максимальной полезности. Функционально-стоимостной анализ элементов модели предложения по категориям важности для восприятия потребителями. Анализ потребности и разработка спецификации материальных ресурсов для организации процесса оказания услуги.

Разработка мероприятий по управлению спросом и предложением. Выбор тактики работы с клиентами. Разработка способов стимулирования спроса. Выбор и разработка методов сбыта для различных групп потребителей.

Закрепление теоретического материала, метод «мозгового штурма», командная работа, маркетинговые исследования на основе разработанной программе исследования.

5.3 Образовательные технологии

В учебном процессе используются следующие информационные технологии: использование комплекса презентаций по дисциплине.

Одним из способов организации учебного процесса, при котором обеспечивается вынужденная, оцениваемая и управляемая активность обучаемых, сравнимая с активностью преподавателя, является активный метод обучения.

В процессе изучения дисциплины используются такие активные методы обучения, как семинар и тематическая дискуссия.

5.4 Форма текущего контроля

Текущая аттестация включает устный опрос студентов (групповой или индивидуальный) на практических занятиях и консультациях и тестирование (письменное

или компьютерное) по соответствующим разделам дисциплины. Суммированные баллы, начисляемые по результатам регулярной проверки усвоения учебного материала, вносятся в аттестационную ведомость (на 8-й и 17-й неделе семестра). При выведении аттестационной отметки учитывается посещение студентом аудиторных (лекционных) занятий.

Промежуточная (семестровая) аттестация предусмотрена в форме экзамена. Для успешной сдачи экзамена студент должен посещать занятия, выполнять задания, получить положительные оценки на текущих аттестациях.

Согласно «Положению о рейтинговой системе оценки успеваемости студентов», принятому во ВГУЭС, для получения допуска к экзамену студент очной формы обучения должен в течение семестра набрать в результате текущих аттестаций не менее 40 баллов.

6 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Тематика самостоятельных работ разнообразна и включает вопросы, способствующие расширению и углублению теоретических знаний и практических навыков. Студентам предлагается выполнение самостоятельных работ теоретического характера в форме рефератов, докладов или подбора алгоритмов решения ситуационных задач и выполнении индивидуальных практических заданий прикладного характера.

Тематика теоретических самостоятельных работ:

1. Анализ проблем технологизации сервисных услуг.
2. Современные сервисные технологии.
3. Бизнес-инструменты сервисной фирмы.
4. Стандартизация в сфере услуг.
5. Управление спросом и предложением в сфере услуг.
6. Качество услуги и ее непрерывное улучшение.
7. Прогнозирование спроса на услуги.
8. Система управления запасами.
9. Стратегические направления в сфере услуг.
10. Проблемы управления трудовыми ресурсами в сфере услуг.
11. Управление материальными запасами.
12. Формирование клиентоориентированной политики сервисных фирм.
13. Формирование клиентской базы.
14. Анализ целевого рынка услуг.
15. Технологии управления персоналом сервисной фирмы.
16. Перспективные направления развития сервисных услуг.
17. Элементы логистики в организации и продвижении услуг.
18. Методы управления сервисными потребностями клиентов.
19. Совершенствование методов продвижения и стимулирования услуг.
20. Оценка уровня удовлетворенности клиентов.
21. Методы оптимизации процессов сервисной фирмы.
22. Объекты оптимизации в сфере социально-культурного сервиса.
23. Сетевое планирование процессов сервиса.

Тематика индивидуальных практических заданий:

1. Выявление приоритетных потребностей населения в услугах.
2. Анализ спроса на различного вида услуги в окружающем социуме.
3. Анализ требований к подбору персонала клиентоориентированной фирмы.
4. Сегментирование рынка услуг.
5. Анализ удовлетворенности клиентов уровнем сервиса и качеством выполнения услуг.
6. Анализ расхождения качества обслуживания.
7. Анализ рынка услуг.
8. Анализ приоритетных представлениях потребителей о качестве предоставляемых услуг.
9. Анализ клиентских предпочтений

10. Анализ положения фирмы на рынке услуг. Позиционирование услуги.

11. Разработка программы исследования для решения практических ситуационных задач.

Данные индивидуальные практические задания выполняются на основе эмпирических исследований. Для исследований рекомендуется применять социологические и экспертные методы, в том числе анкетирование, наблюдение, беседы, интервью, социологические опросы, метод ранговой оценки и т.д. Составной частью индивидуальной работы является разработка соответствующих анкет, проведение опросов потребителей и производителей сервисных услуг, анализ и систематизация полученных данных.

Результаты исследований обсуждаются на практических заданиях и используются при разработке решений практических ситуационных задач. Итоговым результатом практических занятий и индивидуальных заданий является презентация, раскрывающая сущностные, организационные и экономические аспекты сервисной деятельности по оказанию потребительской или деловой услуги.

6.1 Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины

1. Социально-экономические факторы развития сервиса.
2. Сущностная характеристика практической технологии.
3. Характерные признаки практической технологии.
4. Виды технологий по объекту воздействия.
5. Отличительные особенности и свойства услуг как товара.
6. Отличительные особенности и свойства услуг как процесса.
7. Сущность факторного анализа специфики услуг в контексте технологии.
8. Проблемы менеджмента услуг.
9. Технологии решения проблем менеджмента сервисной фирмы.
10. Техничко-производственная база предприятия.
11. Компоненты производственно-технологической структуры сервисного предприятия.
12. Технологии организации системы доставки услуг.
13. Ресурсы производственного процесса предприятия.
14. Преобразовательные процессы сервисной фирмы.
15. Экономический потенциал фирмы.
16. Структура производственного процесса предприятий сервиса.
17. Принципы организации производственного процесса.
18. Отличительные признаки технологий.
19. Виды технологических процессов.
20. Компоненты процесса обслуживания.
21. Формы организации технологических процессов.
22. Основные и обеспечивающие процессы сервисной фирмы.
23. Типы технологий организации услуг.
24. Структура процесса оказания услуг.
25. Функции организации труда.
26. Основные способы повышения производительности труда в сфере сервиса.
27. Сущностная характеристика организации рабочих мест.
28. Виды норм и нормативов труда.
29. Методы анализа затрат рабочего времени.
30. Методы нормирования труда.
31. Показатели уровня организации основного производства.
32. Классификация затрат рабочего времени.
33. Определение бизнес-процесса.
34. Классификация бизнес-процессов сервисной фирмы.
35. Характеристика входов бизнес-процессов.

36. Характеристика выходов бизнес-процессов.
37. Преимущества процессного подхода к организации предприятий сервиса.
38. Алгоритм ранжирования бизнес-процессов организации.
39. Виды изменений в организации.
40. Область применения метода «Тестирование критериев».
41. Метод определения проблемности технологических процессов.
42. Составляющие оценки важности бизнес-процессов организации.
43. Область применения метода анализа работ «Метод пяти вопросов».
44. Формализованные универсально-принципиальные методы оптимизации процессов.
45. Формализованные универсально-принципиальные методы устранения несоответствия результатов требованиям.
46. Примеры использования метода «Интеграция с клиентами и поставщиками бизнес-процесса».
47. Примеры использования метода «Организация точек контроля».
48. Примеры использования метода параллельного выполнения работ.
49. Сущность метода устранения временных разрывов.
50. Сущность метода согласования результатов с требованиями.
51. Цели применения метода «Разработка нескольких вариантов бизнес-процесса».
52. Назначения метода «Построение блок-схемы процесса».
53. Методы документирования процессов.
54. Отличительные особенности методов «Выявление критического инцидента» и «Диаграмма Парето». Область их применения.
55. Алгоритм построения диаграммы причинно-следственных связей.
56. Назначение инструментов качества: гистограмма, диаграмма рассеивания.
57. Методы статистического контроля результативности процессов.
58. Сущность метода «Анализ коренной причины».
59. Методы разработки качества услуги.
60. Примеры главных категорий диаграммы Исикавы «рыбий скелет» для сферы сервиса.
61. Назначение матрицы ответственности.
62. Характеристика метода соответствия полномочий и ответственности.
63. Назначение методов ликвидации «провисания» и разграничения ответственности.
64. Использование метода эффективного выполнения работы на предприятиях сервиса.
65. Виды сервисных и потребительских ошибок.
66. Примеры использования метода «Пока-йока» в процессах предоставления услуг.
67. Примеры бенчмаркинга в сервисе.
68. Сущность и технологии метода точек соприкосновения.
69. Преимущества и недостатки специализации сервисных услуг
70. Компоненты сервисной системы.
71. Ресурсы производственной системы сервисной фирмы.
72. Проблемы, возникающие при оказании услуг
73. Дать определение «модель предложение».
74. Принципы организации обслуживания потребителей.
75. Какими показателями можно характеризовать уровень организации обслуживания клиентов.
76. Методы и формы обслуживания.
77. Дать понятие «моменты истины».
78. Слагаемые культуры обслуживания.

79. Способы приема заказов и заявок на услуги.
80. Методы организации взаимодействия с потребителями.
81. Факторы положительного действия на развитие услуг.
82. Факторы отрицательного действия на развитие сферы сервиса.
83. Отличительные особенности труда работников сферы сервиса.
84. Особенности труда сотрудников контактной зоны.
85. Принципы планирования ассортимента.
86. Компоненты психологической упаковки услуги.
87. Критерии оптимальности уровня обслуживания.
88. Типы новинок и их характеристика.
89. Методы отбора и оценки идей нововведений.
90. Сущность стратегии диверсификации услуг.
91. Сущность стратегии дифференциации услуг.
92. Функциональное и технологическое качество сервисной услуги.
93. Особенности и проблемы оценки качества услуг.
94. Показатели качества услуги.
95. Факторы, определяющие выбор и установление требований и показателей качества.
96. Базовые потребительские ценности услуг.
97. Дополнительные потребительские ценности услуг.
98. Внутренние и внешние факторы влияющие на качество услуг.
99. Восемь принципов системы менеджмента качества.
100. Восстановление услуги как способ повышения качества.
101. Принципы всеобщего качества.

6.2 Методические рекомендации по организации СРС

Самостоятельная работа студентов заключается в выполнении теоретических и практических самостоятельных работ по дисциплине; в более глубоком и разностороннем изучении тем, обозначенных в лекционном курсе; в самостоятельном изучении тем и вопросов программы курса, не обсуждаемых на лекциях; в подготовке к практическим занятиям включая подбор и сбор исходных данных, информационный поиск, разработку анкет и подбор тестов, выполнение индивидуальных заданий, рефератов и презентаций.

Индивидуальные практические задания представляют собой комплексные или отдельные исследовательские задачи. Для их решения студентам необходимо выбрать и осветить методы исследования, в том числе социологические и математические. Часть индивидуальных заданий тесно связана с практическими работами и является их предвостановительной или завершающей составляющей.

Рекомендации по выполнению самостоятельных работ:

Самостоятельную работу теоретического характера следует начинать с поисков источников информации: монографий, учебников, статей в периодических изданиях, нормативно-технической документации. Информация может быть получена так же от продуцентов услуг и их клиентов. Студент сам определяет пути раскрытия заданной темы и составляет план работы, все разделы и подразделы которой должны быть логически связаны и соответствовать теме. План согласуется с преподавателем. Собранный материал должен быть систематизирован согласно выбранной студентом логики построения работы. Содержание работы должно соответствовать ее названию, кратко, но достаточно полно раскрывать поставленный вопрос и быть логически завершено. Защита самостоятельной работы проходит в форме презентации.

Индивидуальные практические задания выполняются на основе эмпирических исследований. Для исследований рекомендуется применять социологические и экспертные методы, в том числе анкетирование, наблюдение, беседы, интервью, социологические опросы, метод ранговой оценки и т.д. Составной частью индивидуальной работы является

разработка соответствующих анкет, проведение опросов потребителей и производителей сервисных услуг, анализ и систематизация полученных данных.

Результаты исследований обсуждаются на практических заданиях и используются при разработке решений практических ситуационных задач. Итоговым результатом практических занятий и индивидуальных заданий является презентация, раскрывающая существенные, организационные и экономические аспекты сервисной деятельности по оказанию потребительской или деловой услуги.

Рекомендации по работе с литературой:

При подготовке к практическим занятиям и самостоятельной проработке темы должны быть использованы не только материалы лекционного курса и рекомендованная основная литература, но и подобрана информация из дополнительных источников, в том числе материалы периодической печати. Особое внимание следует уделить подбору кейсов соответствующих теме, примеров из практики менеджмента и личного опыта.

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Примерный перечень вопросов к экзамену:

1. Отраслевая структура социально-культурной сферы.
2. Сущность и роль предпринимательства в рыночной экономике России.
3. Формы и виды государственной поддержки предпринимательства в России.
4. Доходы и расходы предприятия - оценка финансового состояния.
5. Прямой, косвенный и стимулированный доход от сервиса.
6. Организационно-правовые формы сервисной деятельности.
7. Современные тенденции развития предприятий средств размещения.
8. Основные экономические показатели деятельности предприятий сервиса и их анализ
9. Состав и структура основных средств в сервисе.
10. Показатели эффективности использования основных средств, физический и моральный износ.
11. Состав и структура оборотных производственных фондов в сервисе.
12. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов в СКС.
13. Кадровая политика на предприятии гостеприимства.
14. Сдельные и повременные системы оплаты труда в сервисе.
15. Компенсации и социальные выплаты в сфере сервиса.
16. Рентабельность производства и предприятия в СКС.
17. Ценовые стратегии туристской фирмы.
18. Финансовая политика на предприятиях социально-культурного сервиса.
19. Финансовый план предприятия сферы сервиса.
20. Место и роль налогов и обязательных платежей в процессе формирования предприятия. Прямые и косвенные налоги в сервисной деятельности.
21. Основные показатели эффективности функционирования предприятий социально-культурного сервиса.
22. Специфические показатели оценки экономической эффективности функционирования предприятий гостиничного комплекса.
23. Принципы и методы планирования предприятий социально-культурного сервиса.
24. Основные разделы и показатели бизнес-плана предприятия.
25. Концентрация производства и размеры предприятия в сервисной сфере.
26. Финансовое оздоровление и банкротство предприятий.
27. Влияние научно-технического прогресса на конкурентоспособность предприятия.
28. Предпринимательские риски в сервисной деятельности.
29. Факторы, влияющие на развитие предпринимательства в России.
30. Сущность и виды рынков СКС.

31. Правовое регулирование сервисной деятельности.
32. Конкуренция в сфере сервиса. Стратегия поведения фирмы в условиях конкуренции.
33. Виды предпринимательства и принципы организации.
34. Внешняя и внутренняя среда предприятия сервиса.
35. Анализ состояния и тенденций развития предприятий сервиса в России.

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература

1. Грошев И.В. Организационная культура: учебник [Электронный ресурс] / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. - М.: Юнити-Дана, 2013. - 536 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119433>
2. Басенко, В.П. Организационное поведение: современные аспекты трудовых отношений: учебное пособие [Электронный ресурс] / В.П. Басенко, Б.М. Жуков, А.А. Романов. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 381 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112228>
4. Арбузова.Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг.-М.: Академия, 2012
5. Барчуков И.С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов.-М.: Кнорус, 2013
6. Гаврилова А.Е. Деятельность административно-хозяйственной службы.-М.: Академия,2012
7. Джум Т.А., Денисова Н.И. Организация гостиничного хозяйства.-М.:Инфра-М, 2012
8. Ехина М.А. Организация обслуживания в гостиницах. -М: Академия,2012
9. Рофе А.И. Организация и нормирование труда.-М.: Кнорус, 2013
10. Технологии и методы оздоровительного сервиса / под ред. Е.А.Сигиды.-М.: Инфра-М, 2012

б) дополнительная литература

1. Романович Ж.А. Сервисная деятельность. - М.: Дашков и К, 2013
2. Сигида Е.А. Технологии и методы оздоровительного сервиса / под ред. Е.А.Сигиды. - М.: Инфра - М, 2012
3. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах.- М.: Альфа-М: Инфра - М, 2013
4. Усов В.В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания.- М.: Академия, 2012

9 Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»

а) Полнотекстовые базы данных

Национальный цифровой ресурс Руконт. Режим доступа [<http://www.rucont.ru/>].
Университетская библиотека он-лайн. Режим доступа [<http://www.biblioclub.ru/>].

б) Интернет-ресурсы

www.unwto.org – Всемирная туристская организация (UNWTO)

www.wttc.org – Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC)

www.russiatourism.ru – Федеральное агентство по туризму Российской Федерации

www.ratanews.ru – ежедневная электронная газета «RATA news», выпускаемая Российским союзом туриндустрии

10 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Специализированные лекционные аудитории, оснащённые видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет.

Аудитории для проведения практических занятий, оборудованные учебной мебелью и имеющие выход в сеть Интернет. Библиотека, имеющая рабочие места для обучающихся,

оснащённые компьютерами с доступом к базам данных и Интернет.

11 Словарь основных терминов

Анализ SWOT – инструмент стратегического планирования, применяемый для анализа сильных и слабых сторон компании, ее возможностей и угроз.

Атмосфера – общая обстановка, которую создают оформление помещения, свет, обслуживание, развлечения (например, фоновая музыка) и т.д., позитивно влияющая на клиента.

Алгоритм – последовательность четко определенных действий, выполнение которых ведет к решению задачи.

Ассортимент – совокупное предложение всех видов продукции, предназначенных сервисной структурой для продажи.

Время оказания услуг – период времени от момента приема заказа до полного выполнения услуги.

Жизненный цикл услуги – этапы рыночного присутствия услуги.

Качество – удовлетворение или превышение потребительских ожиданий.

Качество обслуживания клиентов – совокупность условий, обеспечивающих потребителю наименьшие затраты времени и максимальные удобства при пользовании услугами.

Качество труда – способность должным образом выполнять работу определенной сложности.

Качество услуги – свойство услуги, удовлетворяющее запросы потребителя.

Комплексное управление качеством – процесс вовлечения всех служащих организации в непрерывное повышение качества услуг и продуктов этой организации.

Контролинг – предоставление информации менеджерам для принятия с ее учетом решений.

Контроль – процесс мониторинга видов деятельности с целью добиться их выполнения так, как было запланировано и осуществить коррекцию при любых значительных отклонениях.

Корректирующие действия – действие, предназначенное для исправления результатов.

Культура обслуживания – совокупность условий, в которых происходит процесс обращения работников сферы услуг с потребителями.

Модель ожидания потребителей – прогноз, основанный на опросах потребителей (клиентов) организации.

Модели предложения – это логически сгруппированный оригинальный набор услуг и форм материальной поддержки, предлагаемой клиентам в определенной ситуации.

Несоответствие – невыполнение требований.

Позиционирование – процесс занятия на рынке (а так же в умах потенциальных клиентов) определенного места.

Предложение – это количество и качество услуг, а также сопутствующих им материальных товаров, которое продуценты готовы предоставить конкретному потребителю в конкретное время и в конкретном месте.

Предоставление услуги – деятельность поставщика, необходимая для обеспечения (выполнения) услуги.

Продвижение услуг – совокупность разнообразных способов и средств, используемых провайдерами для реализации своих моделей предложений; система коммуникаций и комплекс соответствующих мероприятий, направленных на формирование спроса и стимулирование сбыта продукции.

Рекрутинг – технология управления процессом подбора и оценки кадров для организации.

Риск – возможная вероятность потерь; вероятность причинения вреда жизни или

здоровью граждан, имуществу физических или юридических лиц, окружающей среде и т.д. с учетом тяжести этого вреда.

Сегментация – разделение рынка на потребительские группы, имеющие одинаковые базовые характеристики.

Сервис – вид предпринимательской деятельности по оказанию комплекса (пакета) различных услуг и реализации сопутствующих им материальных товаров, обеспечивающих удовлетворение одновременно нескольких потребностей и желаний клиентов.

Сопутствующие услуги – услуги связанные с доставкой и технологическим обслуживанием товаров.

Система менеджмента качества – система для разработки политики и целей, а так же для достижения этих целей применительно к качеству.

Содержание труда – структура умственных и физических нагрузок и соотношений между ними, многообразие принимаемых решений, мера ответственности за результат труда.

Товарная политика – определенным образом упорядоченная совокупность действий производителя услуг в отношении производимой продукции на основе принятой корпоративной политики и принципов организации производственно-коммерческой деятельности.

Удовлетворенность потребителя – восприятие потребителями степени выполнения их требований.

Форма обслуживания – определенная система организации оказания услуг потребителю.

Фэсилити-менеджмент –. Управление социальной и производственной (материальной) инфраструктурой организации;

Ценовая политика – комплекс ценовых стратегий на разных сегментах, по разной продукции, в разное время и при разных обстоятельствах, но направленных на достижение заранее определенных единых и устойчивых целей.

Эластичность – изменение спроса в связи с изменением экономических условий.