

Аннотация по дисциплине
ОП.08 Сервисная деятельность

2 курс	3 семестр
всего	72 часа, в том числе:
лекции	16 час.
практические занятия	32 час.
самостоятельные занятия	20 час.
Консультации	4 часа.
форма итогового контроля - экзамен.	

Цель дисциплины (модуля, практики): представить студентам в качестве базовых знаний о функциях, направлениях и средствах сервисной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля, практики):

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен:

1. Знать:

1.1 основные индивидуальные потребности и психофизиологические возможности человека, их взаимосвязь с социальной активностью человека, структуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов; основные классификации услуг и их характеристики, теорию обслуживания (ОК-6, ОК-8, ПК-8, ПК-10);

1.2 функции менеджмента, формы управления предприятиями индустрии: виды управленческих решений и методы их разработки; основы управления персоналом предприятия (ОК-6, 9, ПК-9, ПК-10, ПК-15);

1.3 теоретические основы маркетинга, основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии (ОК-5, ПК-8, ПК-11);

1.4 технологии и общие закономерности продаж в индустрии (ОК-8, ПК-9, 15)

2. Уметь:

2.1 обеспечить оптимальную инфраструктуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов (ОК-6, ОК-8, ПК-8, ПК-9);

2.2 анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристской индустрии и потребителей (клиентов) (ОК-8, 9, ПК-10, ПК-11, ПК-15);

2.3 оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг деятельности (ОК-6, ПК-9, ПК-11);

3. Владеть:

3.1 навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами индустрии, соответствия стандартов качества на предприятиях индустрии требованиям нормативной документации (ОК-8, 9, ПК-9, ПК-11, ПК-15);

- 3.2 навыками формирования и продвижения продуктов и услуг, соответствующих запросам потребителей (ОК-5, ПК-8, ПК-10, ПК-11);
- 3.3 навыками разрешения проблемных ситуаций, возникающих в ходе реализации продукта, мониторинга индустрии (ОК-5, ОК-8, ПК-11, ПК-15);
- 3.4 специальной экономической терминологией и лексикой данной дисциплины (ОК-5, ОК-9, ПК-15)

Место дисциплины (модуля, практики) в структуре ППССЗ:

Дисциплина входит в Профессиональный цикл (Общепрофессиональные дисциплины) и обнаруживает межпредметные связи с дисциплинами «PR-технологии», «Интернет-реклама» и, развивающими коммуникативные технологии в профессиональной сфере специалиста по рекламе.

Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	практический опыт (владеть)
ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	1.1 основные индивидуальные потребности и психофизиологические возможности человека, их взаимосвязь с социальной активностью человека, структуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов	2.1 обеспечить оптимальную инфраструктуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов	3.1 навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами индустрии, соответствия стандартов качества на предприятиях индустрии требованиям нормативной документации
ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	1.2 функции менеджмента, формы управления предприятиями индустрии: виды управленческих решений и методы их разработки; основы управления персоналом предприятия 1.3 теоретические основы маркетинга, основные тенденции и направления развития маркетинговых	2.2 анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристской индустрии и потребителей (клиентов) 2.3 оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг	3.2 навыками формирования и продвижения продуктов и услуг, соответствующих запросам потребителей 3.3 навыками разрешения проблемных ситуаций, возникающих в ходе реализации продукта, мониторинга индустрии 3.4 специальной экономической терминологией и лексикой данной дисциплины

Индекс компете	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	практический опыт (владеть)
		исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии 1.4 технологии и общие закономерности продаж в индустрии	деятельности	
ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития			
ОК-6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.			
ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.			
ОК-10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.			
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты			
ПК-3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.			
ПК-3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного			

Индекс компете	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	практический опыт (владеть)
	продукта.			
ПК- 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.			
ПК – 4.2				
ПК -4.3				

Содержание и структура дисциплины (модуля, практики)

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)	Объем часов
1	2	3
Раздел 1. Раздел 1.Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека		36
	Содержание учебного материала	
	Лекции	
	1 Основные определения	10
	2 История развития.	13
	3 Понятие целевой группы.	13
	Практические (лабораторные) занятия	
	1 Реферат на тему прослушанных лекций	16
	2 Практическое задание к разделу 1	
	Самостоятельная работа обучающихся 1. . Отбор и анализ профессионально-педагогической литературы в контексте опытно-экспериментальной работы. 2. Самостоятельное изучение примеров определения целевых групп и сегментирования рынка	10
	Раздел 2. Организация сервисной деятельности	36
Тема 2.1.	Содержание учебного материала	
	Лекции	
	1 Принципы и её последовательность.	10
	2 Понятие системы маркетинговых коммуникаций, структура и средства	13
	3 Планирование работы. Этапы планирования	13
	Практические (лабораторные) занятия	
	1 Практическое задание по планированию компании	16
	2 Практическое задание по составлению сервисного бука	
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Изучение примеров планирования и составления бюджета	10

Курсовые проекты (работы): не предусмотрены

Вид аттестации: экзамен

Основная литература:

1. Казакевич, Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие для вузов / Т. А. Казакевич. — 2-е изд., доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 185 с. — (Серия :

Университеты России). — ISBN 978-5-534-00107-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86C4968F-19F1-487A-A836-D3B559440551.

2. Велединский, В.Г. Сервисная деятельность (для бакалавров) [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.Г. Велединский. — Электрон. дан. — Москва : КноРус, 2013. — 176 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/53291>

Автор Андерс А.А.