



1920

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Кубанский государственный университет»
Институт среднего профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИНСПО



М.Ю. Беликов

«23» мая 2016 г.

Рабочая программа дисциплины

ОП.08 Сервисная деятельность

42.02.01 Реклама

Краснодар 2016

Рабочая программа учебной дисциплины **ОП.08 Сервисная деятельность** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) Реклама 42.02.01, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12.05.2014 № 510 (зарегистрирован в Минюсте России 26.06.2014 № 32859)

Дисциплина	ОП.08 Сервисная деятельность
Форма обучения	ОФО
Учебный год	2016-2017
2 курс	3 семестр
всего	72 часа, в том числе:
лекции	20 час.
практические занятия	28 час.
самостоятельные занятия	20 час.
Консультации	4 часа.
форма итогового контроля -	экзамен.
Составитель: преподаватель	<u>Иваненко</u>

Утверждена на заседании предметно-цикловой комиссии дисциплин направления дизайн и реклама протокол № 10 от «20» мая 2016 г.

Председатель предметно-цикловой комиссии:

Иваненко О.П.

«20» мая 2016 г.

Рецензент (-ы):

к.ф.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, Факультет журналистики. КубГУ		Георгий Николаевич Немец
Директор PR-Агентства ООО «Игры разума» г.Краснодар		В.В. Полищук

СОДЕРЖАНИИ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
1.1 Область применения программы.....	5
1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:.....	6
1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:.....	6
1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (перечень формируемых компетенций).....	7
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.....	8
2.2. Структура дисциплины:.....	8
2.3. Тематический план и содержание учебной дисциплины.....	8
2.4. Содержание разделов дисциплины.....	9
2.4.1. Занятия лекционного типа.....	9
2.4.2. Занятия семинарского типа.....	9
2.4.3. Практические занятия (лабораторные занятия).....	9
2.4.4. Содержание самостоятельной работы.....	9
2.4.5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	9
3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	10
3.1. Образовательные технологии при проведении лекций	
3.2. Образовательные технологии при проведении практических занятий	
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	17
4.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	17
4.2. Перечень необходимого программного обеспечения.....	18
5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	19
5.1. Основная литература.....	20
5.2. Дополнительная литература.....	20
5.3. Периодические издания.....	20
5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	21
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	
22	
7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ.....	22
7.1. Паспорт фонда оценочных средств.....	23
7.2. Критерии оценки знаний.....	24
7.3. Оценочные средств для проведения для текущей аттестации.....	24
7.4. Оценочные средств для проведения промежуточной аттестации.....	24
7.4.1. Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации.....	24
7.4.2. Примерные задачи для проведения промежуточной аттестации.....	25
8. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	27
9. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	51

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.08 «Сервисная деятельность» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальностям 42.02.01 «Реклама».

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Дисциплина входит в структуру базовой программы подготовки, общепрофессиональных дисциплин.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
1	ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	Основные индивидуальные потребности и психофизиологические возможности человека, их взаимосвязь с социальной активностью человека, структуру обслуживания с учетом факторов.	Обеспечить оптимальную инфраструктуру с учетом факторов	Навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами
2	ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламной	Теоретические основы направления развития исследований в профессиональной	и основные теоретические и практические направления и проблемы	Навыками оценки соответствия стандартам качества. Решение

№ П. П. П.	Ин дек с ком пет енц	Содержан ие компетен ции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практически й опыт (владеть)
		о продукта	отрасли	взаимодействия	проблемных ситуаций

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

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)

Максимальная учебная нагрузка обучающегося 72 часов, в том числе:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка 48 часов;
- самостоятельная работа 20 часов,
- консультации 4 часа

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (перечень формируемых компетенций)

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
10	ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней	1.1 основные индивидуальные потребности и психофизиологические	2.1 обеспечить оптимальную инфраструктуру обслуживания	3.1 навыками оценки удовлетворенности и потребителей услугами индустрии, соответствия

№ п. п.	Индекс с компе тенци и	Содержание компетенци и (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
		устойчивый интерес.	возможности человека, их взаимосвязь с социальной активностью человека, структуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов; основные классификации услуг и их характеристик и, теорию обслуживания	я с учетом природных и социальных факторов 2.2 анализирова ть основные теоретическ ие и практически е направления и проблемы взаимодейст вия предприятия туристской индустрии и потребителе й (клиентов)	стандартов качества на предприятиях индустрии требованиям нормативной документации 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
	ОК-2	Организовы вать собственну ю деятельност ь, выбирать типовые методы и способы выполнения профессион альных задач, оценивать их эффективно сть и качество.	1.2 функции менеджмента, формы управления предприятиям и индустрии: виды управленчески х решений и методы их разработки; основы управления персоналом предприятия	2.3 оценивать рынки сбыта, потребителе й, клиентов, конкурентов в индустрии, применять инструмент ы управления	3.4 специальной экономической терминологией и лексикой данной дисциплины

№ п. п.	Индекс с компе тенци и	Содержание компетенци и (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
			1.3 теоретические основы маркетинга, основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии	и контроля качества продукции и услуг деятельност и	
			1.4 технологии и общие закономерност и продаж в индустрии		
	ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного			

№ п. п.	Индекс с компе тенци и	Содержание компетенци и (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
		выполнения профессион альных задач, профессион ального и личностного развития			
	ОК-6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководство м, потребителя ми.			
	ОК-9	Ориентиров аться в условиях частой смены технологий в профессион альной деятельност и.			

№ п. п.	Индекс с компе тенци и	Содержание компетенци и (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
	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			

№ п. п.	Индекс с компе тенци и	Содержание компетенци и (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
		продукта.			
	ПК- 4.1	Планируют собственную работу в составе коллектива исполнителе й.			
	ПК – 4.2				
	ПК - 4.3				

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	48
в том числе:	
занятия лекционного типа	16
практические занятия	32
консультации	4
лабораторные занятия	

Самостоятельная работа обучающегося (всего)	20
в том числе:	
реферат	-
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	
<i>Промежуточная аттестация в форме зачета/экзамена/дифзачета</i>	экзамен

2.2. Структура дисциплины:

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Раздел 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	36	8	16	10
Раздел 2. Организация сервисной деятельности	36	8	16	10
Всего по дисциплине	72	16	32	20

2.3. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Раздел 1.Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека		36	
Содержание учебного материала			
Лекции			
1	Основные определения	10	1
2	История развития.	13	1
3	Понятие целевой группы.	13	1
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.		10	1
2. Самостоятельное изучение примеров определения целевых групп и сегментирования рынка			

Раздел 2. Организация сервисной деятельности		36		
Тема 2.1.	Содержание учебного материала			
	Лекции			
	1	Принципы и её последовательность.	10	1
	2	Понятие системы маркетинговых коммуникаций, структура и средства	13	1
	3	Планирование работы. Этапы планирования	13	1
	Практические (лабораторные) занятия			
	1	Практическое задание по планированию компании	16	1
	2	Практическое задание по составлению сервисного бука		
	Самостоятельная работа обучающихся			
	1. Изучение примеров планирования и составления бюджета		10	

2.4. Содержание разделов дисциплины

2.4.1. Занятия лекционного типа

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
<i>1 семестр</i>			
1	Раздел 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	Потребности и услуги. Роль сервиса в удовлетворении потребностей человека. Философия сервиса – иное мировоззрение человека. Роль деятельности, управления (манипуляция человеком через потребности), общения в сервисной деятельности. Ожидание потребителя от обслуживания. Качество услуги – оценка потребителя.	У

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
2	Раздел 2. Организация сервисной деятельности	Современное понятие сферы сервиса. Виды услуг сервиса. Виды (личные, духовные, индивидуальные, социальные и др.) и их характеристика. Основные подходы к осуществлению сервиса (негативный; исследовательский; сервис - обязанность производителя; сервис - обязанность поставщика; сервис как хозяйственная деятельность и др.). Отраслевая структура сферы сервиса. Рынок услуг.	У
Примечание: Т – тестирование, Р – написание реферата, У – устный опрос, КР – контрольная работа			

2.4.2. Занятия семинарского типа

Не предусмотрено

2.4.3. Практические занятия (Лабораторные занятия)

№	Наименование раздела	Наименование практических (лабораторных) работ	Форма текущего контроля
<i>1 семестр</i>			
1	2	3	4
1.	Раздел 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	Практическое задание к разделу 1	ПР
2.	Раздел 2. Организация сервисной деятельности	Практическое задание по планированию компании	ПР

Примечание: ПР- практическая работа, ЛР- лабораторная работа; Т – тестирование, Р – написание реферата, У – устный опрос, КР – контрольная работа

2.4.4. Содержание самостоятельной работы

Примерная тематика рефератов:

1. *Потребности и интересы как детерминанты производительной деятельности.*
2. *Соотношение потребностей и интересов в структуре туристской деятельности.*
3. *Ценности и идеалы в процессе превращения потребности в интерес.*
4. *Специфика производительной деятельности в сфере туризма и система её детерминант.*
5. *Национальные особенности потребления в России.*

2.4.5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

На самостоятельную работу обучающихся отводится 20 часов учебного времени.

№	Наименование раздела, темы, вида СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Раздел 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	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.	Раздел 2. Организация сервисной деятельности	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
----	---	--

3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

3.1. Образовательные технологии при проведении лекций

№	Тема	Виды применяемых образовательных технологий	Кол-во час
1	2	3	4
1	Моделирование поведения потребителей	Информационно-объяснительная, повествовательная лекция	2
2	Сервисная деятельность как вид деятельности	Информационно-объяснительная, повествовательная лекция	2
3	Цели сервисной деятельности	Информационно-объяснительная, повествовательная лекция	2
		Итого по курсу	6
		в том числе интерактивное обучение*	

3.2. Образовательные технологии при проведении практических занятий

(лабораторных работ)

Не предусмотрено

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Реализация учебной дисциплины осуществляется в специально оборудованном кабинете

Специализированная мебель и системы хранения (доска классная, стол и стул учителя, столы и стулья ученические, шкафы для хранения учебных пособий, системы хранения таблиц и плакатов);

технические средства обучения (рабочее место учителя: компьютер учителя, видеопроектор, экран, лицензионное ПО);

демонстрационные учебно-наглядные пособия (комплект стендов).

4.2. Перечень необходимого программного обеспечения

- Операционная система Microsoft Windows 10 (контракт №102-АЭФ/2015 от 05.08.2015, корпоративная лицензия);
- Пакет программ Microsoft Office Professional Plus (контракт №102-АЭФ/2015 от 05.08.2015, корпоративная лицензия);
- Антивирусное программное обеспечение: ESET NOD32 Smart Security Business Edition renewal for 1790 user (контракт № 103-АЭФ/2015 от 29.07.2015);
- Система автоматизированного проектирования (САПР) AutoCad (2014) (данное программное обеспечение фирмой Autodesk распространяется бесплатно для учебных учреждений);
- Векторный графический редактор Corel CorelDRAW Graphics Suite X7 Education Lic (5-50)(LCCDGSX7MULA2) (контракт №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014, бессрочно);
- Многофункциональный графический редактор Adobe CLP Photoshop Extended CS6 13 Multiple Platforms Russian AOO License CLP Level 2 (50,000 - 99,999) Academic Edition (контракт 114-ОАЭФ/2012 от 27.09.2012, бессрочно);
- GIMP – свободно распространяемый растровый графический редактор, используемый для создания и обработки растровой графики License (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- 7-zip GNU Lesser General Public License (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Интернет браузер Google Chrome (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);

- K-LiteCodecPack — универсальный набор кодеков (кодировщиков-декодировщиков) и утилит для просмотра и обработки аудио- и видеофайлов (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- WinDjView – программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- FoxitReader — прикладное программное обеспечение для просмотра электронных документов в стандарте PDF (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);

5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. 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, 2015. — 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>

5.3. Периодические издания

1. Журнал «Новости рекламы»
2. Электронная библиотека "Издательского дома "Гребенников" (www.grebennikon.ru);
3. Базы данных компании «Ист Вью» (<http://dlib.eastview.com>).

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Министерство образования и науки Российской Федерации (<http://минобрнауки.рф/>);
2. Федеральный портал "Российское образование" (<http://www.edu.ru/>);

3. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" (<http://window.edu.ru/>);
4. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (<http://school-collection.edu.ru/>);
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
6. Образовательный портал "Учеба" (<http://www.ucheba.com/>);
7. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" (<https://pushkininstitute.ru/>);
8. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru/>);
9. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф/>);
10. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
11. Справочно-информационный портал "Русский язык" (<http://gramota.ru/>);
12. Служба тематических толковых словарей (<http://www.glossary.ru/>);
13. Словари и энциклопедии (<http://dic.academic.ru/>);
14. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети)

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Структура данной дисциплины определяет следующие виды самостоятельной работы студентов: самоподготовка, выполнение практических работ.

Самоподготовка включает проработку и повторение лекционного материала. Для этого студенту рекомендуется прочитать текст лекции, пересказать его вслух, воспроизвести самостоятельно имеющиеся в тексте структурно-логические схемы, диаграммы. Проработку лекционного материала следует проводить сначала последовательно, по каждому учебному вопросу, а затем повторно, по всему тексту лекции.

Самоподготовка также включает изучение материала по рекомендованным учебникам и учебным пособиям. Так как существует огромное количество учебной литературы, то для этого вида самоподготовки необходимо предварительное указание преподавателя. Преподаватель должен выступать здесь в роли опытного «путеводителя», определяя последовательность знакомства с литературными источниками и «глубину погружения» в каждый из них.

Одним из видов самоподготовки является подготовка к практическим работам. Преподаватель накануне очередного практического занятия обозначает для студентов круг теоретического материала, необходимого для выполнения лабораторных заданий. Студенты прорабатывают его. Затем, уже в аудитории, перед выполнением заданий, преподаватель производит

контрольный опрос студентов. Это позволяет определить степень готовности группы по данной теме и скорректировать ход практического занятия.

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1.	Раздел 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	ПК-3.1, ПК-3.2 ПК 2.1 ПК 2.2 ПК-3.1	Устный опрос
2.	Раздел 2. Организация сервисной деятельности	ПК 1.1 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК-3.2 ПК- 4.1	Устный опрос
3.			

7.2. Критерии оценки знаний

Зачет проводится в устной форме и включает подготовку портфолио с творческими работами.

Оценка знаний студентов производится по следующим критериям:

оценку «зачтено» заслуживает учащийся, глубоко и прочно усвоивший программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно изложивший материал, тесно увязав теорию с практикой,

оценку «незачтено» заслуживает учащийся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

- При проведении устного опроса преподаватель обращает внимание на общую эрудицию обучающегося, а также глубину его познаний по теме опроса.
- Ответ оценивается положительно, если он раскрывает термины по теме контроля, не содержит логических противоречий и относится к заданному вопросу.
- При защите практических работ преподаватель обращает внимание на соответствие выполненной работы ее теме, заданию на выполнение работы.

7.3. Оценочные средства для проведения текущей аттестации

Форма аттестации	Знания	Умения	Практический опыт (владеть)	Личные качества обучающегося	Примеры оценочных средств
Зачет	задачи, цели и общие требования к политической рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды политической рекламной деятельности; структура	проводить исследования предпочтений целевых групп; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение	выявлять требования целевых групп потребителей; разрабатывать средства продвижения рекламного продукта; разрабатывать маркетинговую часть бизнес-плана;	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность	проводить исследования предпочтений целевых групп; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка; принима

	рекламного рынка;	рекламного продукта;		б. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	ть решения, направленные на продвижение рекламного продукта ;
--	-------------------	----------------------	--	--	---

Примерные тестовые задания:

Не предусмотрено.

Примерные вопросы для устного опроса (контрольных работ):

1. Что такое сервисная деятельность как вид деятельности?. Ее цель.
2. Какова динамика изменений сферы обслуживания?. Сдвиги в структуре работников, занятых в сфере обслуживания.
3. Что понимается под уровнем сервиса? Ассортимент, качество услуг.
4. Соотношение уровня развития производства и уровня потребления.
5. Моделирование поведения потребителей в туризме.

Примерные вопросы для контроля самостоятельной работы:

1. В чем особенности цивилизационных изменений роли сервисной деятельности в индустрии гостеприимства?
2. Что входит в понимание организация обслуживания потребителей?
3. Что такое «контактная зона обслуживания»? Ее функциональное значение.
4. Какие особенности присущи сервису как форме субъект-субъектного взаимодействия?.
5. Перечислите категории потребителей и особенности обслуживания. Тип личности – тип потребителя.

7.4. Оценочные средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация

Форма аттестации	Знания	Умения	Практический опыт (владеть)	Личные качества обучающегося	Примеры оценочных средств
Зачет	задачи, цели и общие требования к политической рекламе; основные направления политической рекламной деятельности; виды политической рекламной деятельности; структуру рекламного рынка;	проводить исследования предпочтений целевых групп; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;	выявлять требования целевых групп потребителей; разрабатывать средства продвижения рекламного продукта; разрабатывать маркетинговую часть бизнес-плана;	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач,	

				профессиональн ого и личностного развития. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	
--	--	--	--	--	--

7.4.1. Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации (экзамен, зачет, диф. зачет)

1. Понятие деятельности. Структура и виды деятельности.
2. Деятельность и активность.
3. Социальная роль работника контактной зоны.
4. Региональные особенности организации работы сферы обслуживания.
5. Роль географического фактора и типов территориального расселения людей в развитии сервисной деятельности.

7.4.2. Примерные экзаменационные задачи на экзамен/диф зачет

Не предусмотрено

8. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Приложение 1. Краткий конспект лекционных занятий

Услуги как вид человеческой деятельности имеют длинную историю. Однако только в 60-х годах 20 века в западном менеджменте им стали уделять внимание. Все больше людей трудится в сфере услуг. Практически все организации оказывают услуги в той или иной степени. Для организаций, занимающихся услугами, важно понимать природу и сущность услуг, учитывать их специфику. Любая организация, занимающаяся услугами, государственная или частная, большая или малая, должна понимать, как управлять такими специфическими их характеристиками, как неосвязаемость, неспособность к хранению, изменчивость качества и взаимосвязь производства и потребления. Неуверенность потребителей и их участие в процессе приобретения услуги всегда будут объектами пристального внимания, наряду с определением того, что фактически предлагается под видом услуг. Ключевая проблема - возможный разрыв между ожиданием

клиента и фактическим восприятием полученной услуги. Ее решение - огромная проблема для многих предприятий в сфере услуг. Поскольку всегда будут существовать элементы осознанного покупательского риска в потреблении услуг, то управление в сервисной организации должно быть направлено на минимизацию этого риска.

В борьбе за покупателями товаров зарубежные специалисты рекомендуют руководствоваться правилом «внимание – интерес – желание – мотив – действие – завершение - сервис». Другими словами необходимо привлекать внимание покупателя, вызвать интерес, разбудить желание купить.

В условиях современного развития российской экономики становятся все более необходимыми высококвалифицированные специалисты в области сервиса, осознающие, что главным ориентиром производства и продажи услуг становятся потребности и спрос конкретных групп потребителей.

Специалист по сервису является производителем и продавцом товара особых свойств. Подобное совмещение функций специалиста и продавца в одном лице в рыночной практике встречается относительно редко. Вместе с тем, какой бы сложной и длинной ни была цепочка продажи, в ней обязательно присутствуют профильные специалисты.

Понятие об услуге и сервисной деятельности

Производство, каких – либо благ, т.е. полезных и нужных товаров (услуг) для покупателя, делится на две сферы – сферу материального производства и сферу услуг. В первой сфере потребление созданного блага отделено от его производства, во второй – совмещено.

Например, труд по производству буханки хлеба сам по себе не удовлетворяет каких-либо потребностей человека (за исключением потребности в труде), потребление хлеба будет происходить позже и в другом месте; зато чтение преподавателем лекции сразу же удовлетворяет потребность слушателей в знаниях. То есть удовлетворить потребность – это ликвидировать отсутствие чего-либо, дать нужное. Структура потребности содержит два главных компонента – объективный и субъективный.

^ Сложное отношение между объективной нуждой и субъективным пониманием этой нужды, которого придерживается человек, создает огромное поле для сервисной деятельности.

Однако вплоть до 20 в. сфера услуг вообще исключалась из сферы производства. Так, знаменитый английский экономист Адам Смит прямо указывал, что богатство общества зависит лишь от производительного труда – работы по созданию материальных благ. К непроизводительным занятиям, когда ничего не производится, а лишь потребляется ранее созданное общественное богатство, он относил услуги таких профессий, как

«священники, юристы, врачи, писатели... актеры, паяцы, музыканты, оперные певцы, танцовщики и пр.»

В развитых странах уже в 19 в. начали понимать, что сфера услуг хотя и не производит непосредственно материальных благ, однако создает основополагающие условия для этого производства.

Таким образом, наряду с сельскохозяйственными и промышленными предприятиями, производящими материалы и готовые изделия, существуют организации, повышающие стоимость нашей личной жизни посредством нематериальных активов, которые они представляют. Продукция этой группы и называется услугами.

Ошибочно рассматривать сферу производства и сфер услуг как две разные альтернативы. Некоторые услуги не могли бы существовать без товаров. Аналогично некоторые товары не могут существовать при отсутствии услуг.

9. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Порядок обучения инвалидов и студентов с ограниченными возможностями определен Положением КубГУ «Об обучении студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья»

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены образовательные технологии, учитывающие особенности и состояние здоровья таких лиц.

РЕЦЕНЗИЯ

На рабочую программу **ОП.08 «Сервисная деятельность»**
по специальности 42.02.01 «Реклама»

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01. Реклама.

В результате освоения учебной дисциплины обучающиеся овладевают необходимыми знаниями, умениями и навыками. В тематический план рабочей программы включены разделы, которые соответствуют структуре и содержанию ФГОС СПО по специальности 42.02.01. Реклама.

В тексте рабочей программы правильно и грамотно используются необходимые термины и понятия.

Для проведения занятий используется оборудование учебного кабинета и технические средства обучения, которые соответствуют современному уровню развития техники и технологии проведения занятий. Программа имеет четкое тематическое разделение. В ходе обучения студенты получают обширные теоретические знания.

Рабочая программа предполагает использование различных образовательных технологий: проблемно-модульное обучение, игровое обучение, проблемное изложение, моделирование, кейс-стади.

Заключение:

Рабочая программа **ОП.08 «Сервисная деятельность»** может быть использована для обеспечения профессиональной образовательной программы по специальности 42.02.01. Реклама.

Рецензент _____



_____ В.В.Полищук
Директор PR-Агентства
ООО «Игры разума»
г.Краснодар