

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.О.07 «Основы гостеприимства»

Объем трудоемкости: 4 зачетных единицы (144 часа, из них – 12 часов аудиторной нагрузки: лекционных – 6 ч., практических – 6 ч.; подготовка и сдача экзамена – 9 ч.).

Цель дисциплины: изучить основы гостеприимства как важнейшего качества предоставляемых гостиничных услуг, сформировать систему знаний о методах формирования гостеприимной среды.

Задачи дисциплины:

- изучение понятия и сущности гостеприимства как базового качества сервисной деятельности;
- изучение понятия и сущности «контактной зоны» и «контакта с потребителем услуг»;
- изучение основ и базовых принципов психологии сервиса;
- изучение коммуникативной компетентности, в том числе коммуникативных сигналов;
- овладение методами активного слушания и регуляции эмоционального напряжения, техникой калибровки и эффективной коммуникации в сервисных ситуациях;
- изучение основ конфликтологии, правил и алгоритма работы с жалобами в сервисных ситуациях.

Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина «Основы гостеприимства» относится к обязательной части блока 2 «Дисциплины (модули)» учебного плана и является одной из важнейших частей процесса подготовки специалистов в сфере гостиничного сервиса. Владение знаниями об особенностях формирования первого впечатления, о направлениях взаимодействия с потребителем услуг с целью установления контакта и качественного обслуживания, о работе с трудными потребителями и в трудных ситуациях предопределяет степень удовлетворения потребителя услуг и формирование его лояльности, а значит является важнейшим свойством персонала гостиничных предприятий. Полученные знания будут способствовать успешному освоению дисциплин «Управление качеством в гостинично-ресторанной деятельности», «Психология», «Технологии гостиничной деятельности».

Требования к уровню освоения дисциплины

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и овладевает следующими компетенциями: ОПК-2.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОПК-2	Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениям и организаций сферы гостеприимства и общественного питания	сущность гостеприимства как базового качества сервисной деятельности; определение, сущность, пути организации и контроля контактной зоны, пространства контакта, процесса и содержания контакта; основы психологии сервиса и личности; теоретические основы установления контакта с	организовывать обслуживание с учетом социально-психологических факторов формирования первого впечатления потребителя; работать с потребителями, консультировать, согласовывать вид, формы и объем процесса сервиса с использованием эффективных коммуникативных техник;	методами и навыками формирования контактной зоны как залога формирования лояльности потребителя; техниками восприятия и передачи коммуникативных сигналов; методами и правилами коммуникативных техник;

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			потребителем услуг с использованием эффективных форм коммуникаций; основы конфликтологии;	работать с жалобами и возражениями;	методами и навыками работы с жалобами и возражениями.

Основные разделы дисциплины:

№	Наименование тем	Аудиторные занятия		С/р	Всего
		Лекции	Практ.		
	Раздел 1. Гостеприимство как базовое качество сервисной деятельности.				
1.	Гостеприимство: определение, сущность. Индустрия гостеприимства. Роль человеческого фактора в процессе обслуживания.	2		10	12
	Раздел 2. Теоретические основы организации процесса обслуживания в контактной зоне.				
2.	Контактная зона: определение, сущность. Пространство контакта. Процесс и содержание контакта.			4	4
3.	Психология сервиса и личности. Тактика обслуживания. Общие законы: закон неопределенности отклика, неадекватности отображения человека человеком, неадекватности самооценки, расщепления смысла управленческой информации, самосохранения, компенсации.			6	6
4.	Психология обслуживания. Анализ потребностей клиента. Процесс совершения заказа: характеристика этапов. Продажи, ориентированные на гостя. Этап установления контакта. Факторы принятия решения. Организация процесса обслуживания.			6	6
	Раздел 3. Коммуникативная компетентность в процессе обслуживания в контактной зоне.				
5.	Роль общения в современном деловом взаимодействии. Главные тенденции.	1		4	5
6.	Коммуникативная компетентность и способность. Основные понятия и их содержание. Структура коммуникативного процесса. Консультирование потребителей с целью определения вид, формы и объем процесса сервиса.	1		10	11
7.	Восприятие и передача коммуникативных сигналов. Психологические сигналы при вступлении в контакт. Вербальные и невербальные формы взаимодействия.		1	12	13
8.	Методы и правила активного слушания: техники постановки вопросов, малого разговора (цитирование партнера, позитивные констатации, информирование, интересный рассказ), вербализации.		1	12	13
9.	Регуляция эмоционального напряжения. Понятие эмоционального интеллекта. Техники регуляции эмоционального напряжения: подчеркивание общности, подчеркивания значимости партнера и его мнения, вербализации чувств. Способы управления эмоциональным состоянием.		1	12	13
10.	Техника калибровки в процессе продажи услуг. Сенсорные репрезентативные системы. Использование речевых предикатов.		1	12	13
11.	Эффективная коммуникация: фазы и их характеристика. Подстройка по невербальным признакам. Подстройка и ведение с использованием речевых предикатов. Эффективные коммуникативные модели.		1	10	11
	Раздел 4. Работа с жалобами и возражениями.				
12.	Общая теория конфликтов: виды, этапы, исходы, способы разрешения конфликтов.	1		6	7

13.	Возражения и жалобы: понятие, сущность, источники. Общая схема и пошаговый разбор алгоритма обработки возражений. Отношение к жалобам. Общие правила и алгоритм работы с трудными клиентами. Жалобы и лояльность клиентов.	1	1	10	12
14.	Жалобы и возражения в сервисных предприятиях			8,7	8,7
	ИТОГО	6	6	122,7	

Изучение дисциплины заканчивается аттестацией в форме **экзамена**.

Основная литература:

1. Загорская Л.М. Теория и практика социально-культурного сервиса: учебное пособие. – Новосибирск, НГТУ, 2013. – 78 с. // <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228892&sr=1>.
2. Косолапов А.Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства // А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. – М.: КноРус, 2015. – 200 с. // https://e.lanbook.com/book/53306#book_name.
3. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Джеймс Мейкенз; пер. с англ. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114713.
4. Неретина Т.Г. Основы сервисной деятельности: учебное пособие. – М.: Флинта, 2014. – 168 с. // https://e.lanbook.com/book/44300#book_name.
5. Тимохина Т.Л. Технологии гостиничной деятельности: теория и практика: учебник для прикладного бакалавриата / Т. Л. Тимохина. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 336 с. // <https://biblio-online.ru/book/EF87AFD9-EBE1-45CE-AC8D-CC90E957D038>.
6. Чудинов А.П., Нахимова Е.А. Основы теории коммуникации: практикум – М.: ФЛИНТА, 2013. – 153 с. // https://e.lanbook.com/book/47596#book_name.

Автор: Миненкова Вера Владимировна
кандидат географических наук, доцент,
зав. кафедрой экономической, социальной
и политической географии ФГБОУ ВО «КубГУ»



подпись