

АННОТАЦИЯ
дисциплины «КУЛЬТУРА СЕРВИСА»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы в третьем семестр (72 часов, аудиторные занятия – 40 часа, самостоятельная работа – 31,8 часов, КСР 4), текущий контроль - зачёт

Цель дисциплины:

Целью освоения учебной дисциплины «Культура сервиса» является сформирование системы знаний по культуре сервиса в структурированном виде, дать рекомендации по культуре деловых взаимоотношений в соответствующей сфере.

Задачи дисциплины:

- дать характеристику сути культуры сервиса, ее места и роли в развитии индустрии гостеприимства;
- изучить теоретические и правовые основы культуры сервиса;
- проанализировать основные составляющие культуры сервиса;
- рассмотреть психологические, этические, эстетические, корпоративные, организационные, экономические компоненты культуры сервиса;
- изучить роль имиджа в формировании культуры сервиса;
- показать культуру рекламной деятельности в сфере сервиса;
- охарактеризовать культуру производственного менеджмента в сервисе;
- рассмотреть управление качеством продукции в сервисе;
- выявить необходимость учета культуры сервиса при разработке стратегии маркетинга

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Культура сервиса» введена в учебные планы подготовки магистров по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» направленности (профилю) «Санаторно-курортная деятельность», согласно ФГОС ВО, блока Б1, вариативная часть и является дисциплиной по выбору, индекс дисциплины – Б1.В.07, читается в 3 семестре.

Последующие дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей, в соответствии с учебным планом: «Сервисная деятельность», «Сервис в России», «Организация процесса предоставления рекреационных услуг», «Анимационно-досуговая деятельность», «Социально-культурный сервис»..

Требования к уровню освоения дисциплины

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОК–4	способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	понятийный аппарат дисциплины; теоретические и правовые основы культуры сервиса; основные подходы к пониманию и описанию поведения работника сферы сервиса и потребителя в процессе обслуживания; основы теории организации обслуживания.	оценивать психические, физиологические особенности человека, социальную значимость потребителей; находить пути благоприятного разрешения психологических конфликтов.	умением обеспечить оптимальную инфраструктуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов; методами бесконфликтных взаимоотношений с потребителем в процессе сервисной деятельности.

2	ПК-8	способность диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурным и, историческими и религиозными традициями	понятийный аппарат дисциплины; теоретические и эмпирические законы удовлетворения потребностей индивида, способы и средства оказания услуг; теорию и практику сервиса с учетом национальных, региональных, этических, демографических, религиозных и природно-климатических особенностей обслуживания.	формировать позитивную атмосферу продажи товаров и услуг, активно поддерживать связь с общественностью; соблюдать требования современного этикета.	методами этнокультурной диверсификации сервисной деятельности; приемами изучения личности потребителя.
3	ПК-11	готовность к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса	понятийный аппарат дисциплины; маркетинг взаимоотношений, возникающих между персоналом сферы услуг и потребителями; методы психологии, совокупность явлений, составляющих основу психодиагностического поля личности потребителя; этику сферы бизнеса и услуг, управленческую этику, этику партнерских отношений, эстетику обслуживания; основные методы предоставления услуг и формы обслуживания.	работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности; применять методики психодиагностики: экспресс-диагностика потребностей, мотивов, целей потребителя, выделять главные психологические особенности потребителя.	методами бесконфликтных взаимоотношений с потребителем в процессе сервисной деятельности; методиками диагностирования поведения и оказания влияния на потребителя.

Основные разделы дисциплины:

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			3			
Контактная работа, в том числе:						
Аудиторные занятия (всего):						
Занятия лекционного типа		18/4	18/4			
Лабораторные занятия		–	–			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		18/4	18/4			
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4	4			
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:						
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)		–	–			
Расчетно–графическое задание (РГЗ)		–	–			
Реферат (Р)		10	10			
Самостоятельное изучение разделов		6	6			
Проработка учебного (теоретического) материала		5	5			
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		5	5			
Подготовка к текущему контролю		5,8	5,8			
Контроль:						
Подготовка к экзамену		-	-			
Общая трудоемкость	час.	72	72			
	в том числе контактная работа	40,2	40,2			
	зач. ед.	2	2			

Изучение дисциплины заканчивается аттестацией в форме зачёта

Основная литература:

1. Федцов В.Г. Культура ресторанного сервиса / Федцов В.Г., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 248 с.: URL: <http://znanium.com/catalog/product/430602>.
2. Брашнов, Д. Г. Экономика гостиничного бизнеса: учеб. пособие / Д. Г. Брашнов. — 2-е изд., стер. — М. : Флинта, 2013. — 222 с. URL: <http://znanium.com/catalog/product/457840>.
3. Межкультурная коммуникация: Учебное пособие / А.П. Садохин. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009. - 288 с. URL: <http://znanium.com/catalog/product/177054>.

Автор (составитель):

Фокин Дмитрий Николаевич, канд. геогр. наук, преподаватель кафедры международного туризма и менеджмента.