

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. АРТЕМЕ

КАФЕДРА СЕРВИСА, СТРОИТЕЛЬСТВА И ДИЗАЙНА

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Рабочая программа дисциплины

по направлению подготовки

43.03.02 «Туризм»

Профиль подготовки **Технология и организация**

Туроператорских и турагентских услуг

43.03.03 «Гостиничное дело»

Квалификация

Бакалавр

Программа прикладного бакалавриата

Форма обучения

Очная, очно-заочная

Рабочая программа дисциплины «Организация обслуживания» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», 43.03.03 «Гостиничное дело» 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. N 1367)

Рабочая программа разработана на основании рабочей программы, составленной Гомилевской Г.А., канд. экон. наук, заведующей кафедрой Туризма и гостинично-ресторанного бизнеса, утвержденной на заседании кафедры ТГРБ от 23.09.2015 г., протокол № 1

Редакция 2016 г. утверждена на заседании кафедры ТГРБ от 26.04.2016 г., протокол №8

Составитель: Ким Т.М., ст. преподаватель кафедры сервиса, строительства и дизайна

Утверждена на заседании кафедры ССД от 23.06.2016 г., протокол № 22

Заведующий кафедрой (разработчика) _____



Самохина Л.С.

подпись

фамилия, инициалы

« 23 » июня 2016 г.

Заведующий кафедрой (выпускающей) _____



Самохина Л.С.

подпись

фамилия, инициалы

« 23 » июня 2016 г.

1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины – формирование у студентов комплексного представления о системе обслуживания потребителей на предприятиях сферы обслуживания, в том числе индустрии гостеприимства и туризма на основе международного и отечественного опыта.

В процессе достижения цели решаются следующие задачи:

определить сущность и дать международную и российскую классификацию услуг;

изучить процесс и формы обслуживания потребителей на предприятиях туристской индустрии;

формировать навыки маркетинговых исследований рынка туристических услуг;

обучить методам повышения качества услуг;

показать эффективность внедрения новых видов услуг и форм обслуживания на развитие сферы обслуживания.

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

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), 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 ООП (сокращенное название ООП)	Компетенции	Название компетенции	Составляющие компетенции	
43.03.02 «Туризм»	ПК-4	способность организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства	Знания	виды управленческих решений и методы их разработки
			Умения	в учебной ситуации предложить методы для оптимизации работоспособности
			Владение	методами эффективной управленческой деятельности
	ПК-13	способность к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов	Знания	квалификационные требования к персоналу
			Умения	вести себя в профессиональной среде в соответствии со сложившимися в международной практике нормами нравственного поведения
			Владение	навыками формирования социальных отношений в индустрии туризма и гостеприимства
43.03.03 «Гостиничное дело»	ПК-4	готовность анализировать результаты деятельности функциональных	Знания	организацию функциональных процессов в гостиницах и других средствах размещения;
			Умения	организовать процесс оказания услуг питания в гостиничном предприятии для различных групп потребителей

	ПК-7	подразделений гостиниц и других средств размещения, уровень обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы	Владение	навыками контроля деятельности гостиниц и других средств размещения; навыками организации работ по подтверждению соответствия систем классификации гостниц и других средств размещения
		готовность применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем	Знания	правила, порядок разработки, утверждения, внедрения и соблюдения стандартов
			Умения	применять знания в области стандартизации гостиничных услуг и контроля их выполнения; применять методы оценки качества гостиничных услуг и обслуживания потребителей; применять методы и средства стимулирования персонала в повышении качества процессов предоставления гостиничных услуг
			Владение	навыками организации функциональных процессов в гостиницах и других средствах размещения, соответствующих запросам потребителей; применения стандартов в гостиничной деятельности

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация обслуживания» относится к профессиональному циклу, к дисциплинам по выбору учебного плана.

Изучение курса «Организация обслуживания» неразрывно связано с другими дисциплинами, формирующими у студентов необходимые знания и навыки.

Для успешного освоения курса студенты должны владеть компетенциями, полученными при изучении дисциплин: «Технология и организация операторских и агентских услуг», «Технология и организация гостиничных услуг», «Технология и организация услуг питания».

На компетенциях, формируемых дисциплиной «Организация обслуживания» базируются дисциплины «Транспортное обеспечение в туризме», «Технология и организация экскурсионной и выставочной деятельности», «Организация санаторно-курортного дела», «Реклама в сервисе и туризме», выполнение курсовой работы.

4. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 3.

Таблица 3 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП	Форма обучения	Цикл	Семестр курс	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек	прак	лаб	ПА			КСР
Б-ГД	ОФО	Б.1.ДВ.Л.02 (11584)	6	3	34	17	17			74	3	
Б-ТУ	ОФО	Б.1.ДВ.М.02 (11584)	6	3	34	17	17			74	3	
	ОЗФО	Б.3.ДВ.Л.02 (26472)	4	3	10	6	4			93	3	

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 4.

Таблица 4 – Структура дисциплины

№	Название темы	Вид занятия	Объем час	Кол-во часов в интерактивной и электронной форме	СРС
1	Введение. Теоретические аспекты сферы услуг	Лекция	2		6
		Практическое занятие	1	1	4
2	Услуга как сочетание процесса производства и обслуживания потребителя	Лекция	2		4
		Практическое занятие	1	1	4
3	Значение процесса обслуживания в удовлетворении потребностей индивида в услугах	Лекция	2		4
		Практическое занятие	1	1	6
4	Нормативно-правовое регулирование услуг в РФ	Лекция	2		4
		Практическое занятие	1	1	6
5	Формы обслуживания потребителей на предприятиях туристской индустрии	Лекция	2		6
		Практическое занятие	1	1	4
6	Организация обслуживания на основе маркетинговых исследований	Лекция	2		4
		Практическое занятие	1	1	4
7	Пути повышения качества услуг и увеличения объема продаж	Лекция	2		6
		Практическое занятие	1	1	4
8	Внедрение новых видов услуг и форм обслуживания	Лекция	4		4
		Практическое занятие	2	1	2

5.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение. Теоретические аспекты сферы услуг

Предмет, цель и задачи курса. Роль дисциплины в формировании специалиста. Сущность услуг. Особенности формирования рынка услуг и субъекты рынка. Свойства и характеристика услуг. Особенности жизненного цикла услуги. Классификация услуг сферы обслуживания: мировой и отечественный опыт. Материальные и социально-культурные услуги: особенности формирования туристского продукта.

Источники информации по теме из раздела 1:

Основные источники: 1

Дополнительные источники: 1,4

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 2. Услуга как сочетание процесса производства и обслуживания потребителя

Характеристика и структура производственного процесса и процесса оказания услуг. Организация производственного процесса и процесса оказания услуг во времени. Типы и методы организации выполнения услуг. Принципы организации обслуживания потребителей индустрии туризма и гостеприимства.

Источники информации по теме из раздела 2:

Основные источники:3

Дополнительные источники: 1,4,7,9

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 3. Значение процесса обслуживания в удовлетворении потребностей индивида в услугах

Потребности и удовлетворение потребностей. Классификация потребностей: мировой и отечественный опыт. Стадии развития потребностей. Факторы формирования и развития потребностей. Удовлетворение потребностей индивида в услугах. Основные составляющие процесса обслуживания. Требования к услугам и обслуживанию.

Источники информации по теме из раздела 3:

Основные источники:4

Дополнительные источники: 5,7,9

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 4. Нормативно-правовое регулирование услуг в РФ

Номенклатура и характеристика нормативно-правовых и законодательных актов Российской Федерации, регламентирующих деятельность предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

Источники информации по теме из раздела 4:

Основные источники:2,4

Дополнительные источники: 4,5,7

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 5. Формы обслуживания потребителей на предприятиях туристской индустрии

Классификация и характеристика форм обслуживания потребителей: по месту оказания услуг, способу приема заказов на услуги, срокам исполнения заказов, по методам организации взаимодействия с потребителем, по способам расчета, комплексное обслуживание.

Источники информации по теме из раздела 5:

Основные источники: 4,6

Дополнительные источники: 1,6,8

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 6. Организация обслуживания на основе маркетинговых исследований

Сущность и виды маркетинговых исследований. Методы маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований. Улучшение обслуживания на основе маркетинговых исследований.

Источники информации по теме из раздела 6:

Основные источники: 6

Дополнительные источники: 1,4,9,12

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 7. Пути повышения качества услуг и увеличения объема продаж

Понятие и показатели качества услуг. Методы оценки качества услуг. Факторы, формирующие качество услуг. Качество обслуживания потребителей. Уровень обслуживания потребителей. Принципы сбытовой политики предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

Источники информации по теме из раздела 7:

Основные источники: 5

Дополнительные источники: 1,2,8,10

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 8. Внедрение новых видов услуг и форм обслуживания

Инновации в туристской индустрии. Влияние внедрения новых видов услуг и форм обслуживания на формирование стратегии и тактики управления. Подходы к формированию цены на развитие услуг.

Источники информации по теме из раздела 8:

Основные источники: 5

Дополнительные источники: 3, 7, 9

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

6.1 Перечень и тематика самостоятельных работ студентов по дисциплине

Текущий контроль по данной дисциплине предусматривает обязательное написание студентами всех форм обучения реферата. Студент самостоятельно выбирает темы реферата из списка, представленного ниже.

1. Потребители предприятий туризма и гостеприимства и их потребности.
2. Технология обслуживания на предприятиях туристской индустрии.
3. Классификация услуг сферы обслуживания: мировой и отечественный опыт.
4. Организация обслуживания на предприятиях туризма в зависимости от типологии гостя.
5. Обслуживание в офисе турфирмы: структура и основные свойства.
6. Мотивация потенциальных потребителей турпродукта.
7. Франчайзинг как форма организации туристского бизнеса.
8. Мерчандайзинг как инструмент увеличения объема продаж в индустрии гостеприимства.
9. Прогрессивные формы обслуживания на предприятиях туристской индустрии.
10. Организация обслуживания потребителей в СПА-центрах.
11. Организация обслуживания потребителей в развлекательных комплексах.
12. Организация обслуживания потребителей в музеях.
13. Организация обслуживания потребителей в индивидуальных средствах размещения.
14. Организация обслуживания потребителей в коллективных средствах размещения.
15. Организация питания и обслуживание туристов в дестинации.
16. Организация обслуживания потребителей питанием в транспортных турах.
17. Организация обслуживания бизнес-туристов.
18. Способы увеличения объемов продаж на предприятиях туризма.
19. Сбытовая политика в индустрии гостеприимства.
20. Виды продаж в индустрии туризма и гостеприимства.
21. Технология личной продажи турпродукта.
22. Технология внедрения новых форм обслуживания на предприятиях туризма.
23. Исследование удовлетворения потребностей индивида в услугах ... (на примере конкретного предприятия).
24. Оценка качества обслуживания потребителей в предприятиях туристской индустрии.
25. Организация обслуживания корпоративных мероприятий в индустрии туризма.

6.2. Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины

1. Дайте определение понятиям: услуга, сервис, обслуживание, условия обслуживания, индустрия туризма, индустрия гостеприимства, индустрия сферы услуг.

2. Перечислите свойства и характеристики услуг.
3. Охарактеризуйте классификацию услуг в России.
4. Согласно какому нормативно-правовому документу классифицируются услуги?
5. В чем отличие материальных и социально-культурных услуг?
6. Кто такой потребитель, исполнитель?
7. Назовите основные этапы жизненного цикла услуг.
8. Назовите отличительные особенности процессов – производственного и оказания услуг.
9. Охарактеризуйте структуру производственного процесса и процесса оказания услуг.
10. Что такое длительность производственного процесса?
11. Что включает в себя время оказания услуги?
12. Назовите основные типы выполнения услуг.
13. Дайте характеристику методов организации выполнения услуг.
14. Что такое потребности, какие они бывают?
15. Что влияет на формирование и развитие потребностей человека?
16. Назовите стадии развития потребностей.
17. Перечислите составляющие процесса обслуживания.
18. Опишите требования, предъявляемые к услугам и обслуживанию.
19. Назовите основные законодательные документы, регулирующие услуги в РФ.
20. Что понимается под формой обслуживания потребителя?
21. Назовите формы обслуживания гостей на предприятиях туристской индустрии.
22. По каким признакам классифицируются формы обслуживания населения?
23. Приведите пример самообслуживания на предприятии туризма.
24. Дайте определение понятия выездное обслуживание.
25. Какие виды выездного обслуживания потребителей можете назвать?
26. Объясните в чем разница между организацией обслуживания в стационарных предприятиях и передвижных.
27. Дайте определение понятиям: качество, качество услуг, качество обслуживания.
28. Какие показатели характеризуют качество услуг?
29. Какие факторы влияют на качество услуг?
30. Каким образом оценивается качество услуг?
31. В чем сущность качества обслуживания потребителей?
32. Объясните, каким образом можно оценить степень удовлетворенности/неудовлетворенности потребителей в услугах.
33. Что такое уровень ожидания потребителя?
34. Назовите факторы, оказывающие влияние на поведение потребителей туристских услуг.
35. Каким образом исследуют мотивы поведения потребителей услуг?
36. Что такое процесс покупки туристского продукта?
37. Объясните, что может повлиять на потребителя в процессе принятия решения о покупке туристского продукта.
38. Назовите виды продаж в индустрии туризма и гостеприимства.
39. Дайте определение понятия франчайзинг.
40. Дайте определение понятия мерчандайзинг.
41. Приведите примеры элементов мерчандайзинга, применяемые в туризме и индустрии гостеприимства.
42. Дать определение понятия уровень обслуживания.
43. Каким образом на предприятиях туристской индустрии осуществляется планирование издержек?
44. Дайте характеристику затрат предприятий туризма и гостеприимства.
45. Назовите методы формирования ценовой политики на предприятии туризма.
46. Объясните, в чем разница между затратным и маркетинговым методами формирования цен на услуги в индустрии туризма.
47. Каким образом происходит внедрение на рынок новых услуг и форм обслуживания.
48. Чем вызвана необходимость внедрения новых услуг и форм обслуживания на предприятиях туристской индустрии?
49. Назовите виды эффекта от внедрения новых услуг на предприятиях туристской индустрии.

50. Каким образом возможно оценить эффект от внедрения новых услуг и форм обслуживания на предприятиях туризма?

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

При подготовке к занятиям и для выполнения индивидуальных заданий следует использовать рекомендуемые источники литературы по данному курсу, в том числе нормативные документы индустрии туризма. При подготовке к занятиям следует воспользоваться не только учебниками и учебными пособиями, приведенными в списке основной и дополнительной рекомендуемой литературы, но также периодическими изданиями.

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине созданы фонды оценочных средств.

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

9.1 Основная литература

1. Виноградова, М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учебное пособие для студентов вузов / М.В. Виноградова, З.И. Панина. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К*, 2012. – 448 с.

2. Васюкова А.Т. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник для студентов, обуч. по направл. подготовки "Технол. продукции и организация обществ. питания" (бакалавриат) / А. Т. Васюкова, Т. Р. Любецкая ; под ред. А. Т. Васюковой. - М. : Дашков и К°, 2015. - 416 с.

3. Свириденко, Ю.П. Сервисная деятельность: учеб. пособие для студентов вузов / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. – 208 с.

4. Скобкин, С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие для студентов вузов / С.С. Скобкин. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2013. – 496 с.

5. Гукова, О.Н. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по направл. подготовки 100100 «Бакалавр в области сервиса» / О.Н. Гукова. – М.: ФОРУМ, 2012. – 160 с.

6. Руденко, Л.Л. Сервисная деятельность: учеб. пособие для студентов бакалавриата, обуч. по направл. подготовки «Туризм» / Л.Л. Руденко. – М.: Дашков и К*, 2012. – 208 с.

9.2 Дополнительная литература

1. Балашова, Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса / Е.А. Балашова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вершина, 2006. – 200 с.

2. Бондаренко, Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие для студ. вузов / Г.А. Бондаренко. – 2-е изд., стереотип. – М.: Новое знание, 2008. – 365 с.

3. Бутко, И.И. и др. Туристический бизнес: основы организации / И.И. Бутко и др. – 2-е изд. – Ростов н/Д.: Феникс, 2008. – 384 с.

Дурович, А.П. Маркетинг гостиниц и ресторанов: учебное пособие для студ. вузов / А.П. Дурович. – 2-е изд., стереотип. – М.: Новое знание, 2006. – 632 с.

4. Кусков, А.С. Гостиничное дело: учебное пособие / А.С. Кусков. – М.: Дашков и К*, 2010. – 328 с.

5. Лемисова, Л.В. Организация обслуживания в предприятиях общественного питания: учебное пособие для студ. вузов / Л.В. Лемисова; Тихоокеанский гос. экон. ун-т. – 2-е изд., испр. – Владивосток: Изд-во ТГЭУ, 2006. – 340 с.

6. Мартышенко, Н.С. Формирование стратегии развития туризма в Приморском крае / Н.С. Мартышенко. – Владивосток: Дальнаука, 2009. – 214 с.

7. Морозов, М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Социально-

культурный сервис и туризм» / М.А. Морозов. – 5-е изд., стереотип. – М.: Академия, 2009. – 288 с.

8. Тимохина, Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов: учебное пособие для студ. вузов / Т.Л. Тимохина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2010. – 352 с.

9. Уокер, Д.Р. Управление гостеприимством: вводный курс: учебник для студ. вузов, обуч. по спец. 061122 «Гостиничный и тур. бизнес» и спец. сервиса 230000 / Д.Р. Уокер; пер. с англ. В.Н. Егорова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 880 с.

10. Федцов, В.Г. Культура гостинично-туристского сервиса: учебное пособие для студ., обуч. по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» и «Сервис» / В.Г. Федцов. – Ростов н/Д.: Феникс, 2008. — 503 с.

11. Шоул, Д. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество / Д. Шоул; пер. с англ. И. Евстигнеевой. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 338 с. + DVD.

12. Щеникова, Н.Б. Основы туризма и индустрии гостеприимства: Учебно-методическое пособие / Н.Б. Щеникова. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2009. – 72 с.

10. Перечень ресурсов информационно- телекоммуникационный сети «Интернет»

10.1 Полнотекстовые базы данных

Электронная библиотека Издательского дома Гребенников;
Университетская информационная система Россия (УИС РОССИЯ);
Информационно-издательский центр «СТАТИСТИКА РОССИИ»;
Электронная библиотека диссертаций;
Информационно-аналитическое агентство ИНТЕГРУМ;
Электронно-библиотечная система РУКОН.

10.2 Интернет-ресурсы

www.vsegost.com – Библиотека ГОСТов РФ
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 туристической индустрии

11. Материально-техническое обеспечение дисциплины

а) техническое и лабораторное обеспечение – аудитория с мультимедийным оборудованием. Для проведения практических и лекционных занятий требуется компьютерный класс или аудитория с мультимедийным оборудованием.

12. Словарь основных терминов

Безопасность услуги – показатель качества результата и процесса оказания услуги, характеризующий степень (риск) опасности недопустимых изменений (утраты) для жизни, здоровья, имущества граждан и окружающей среды.

Бригадно-операционный метод – бригада осуществляет выполнение различных видов услуг, бригады могут быть как специализированными, так и комплексными, работающими с полным или частичным разделением труда; за рабочими местами закрепляется несколько операций; устанавливаются периодические перерывы в работе оборудования для переналадок; оборудование располагается по группам однотипных машин; обработка изделий (ремонт машин и приборов) осуществляется партиями по общности технологии обработки (ремонта).

Время исполнения услуги – установленный норматив времени на исполнение услуги.

Время обслуживания – период времени, в течение которого потребитель взаимодействует с исполнителем услуги.

Время оказания услуг – период времени от момента приема заказа до выдачи его клиенту.

Длительность производственного цикла – период времени от момента запуска исходных материалов в производство до сдачи готового изделия на склад.

Единичное производство – изготовление широкой номенклатуры неповторяющихся изделий или изредка повторяющихся вне всякой последовательности или закономерности.

Заказ на услугу – договор между потребителем и исполнителем услуги, определяющий юридические, экономические и технические отношения сторон.

Издержки (себестоимость продукции, услуг) – совокупность всех затрат предприятия, необходимых для производства и реализации продукции и услуг.

Индивидуальный метод – работы по выполнению услуг производятся одним рабочим от начала до конца на универсальных рабочих местах, специальное оборудование выделяется в отдельные рабочие места, предназначенные для использования всеми рабочими.

Исполнитель – предприятие, организация или предприниматель, оказывающий услугу потребителю.

Качество – совокупность свойств и характеристик продукции, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности в соответствии с назначением.

Качество выполнения услуги – степень соответствия изготовленных изделий действующей нормативно-технической документации, а также индивидуальным запросам потребителей.

Качество обслуживания – совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя.

Качество услуги – совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя.

Контроль качества услуги (процесса оказания услуги) – деятельность по определению значений показателей качества услуги (процесса оказания услуги).

Культура обслуживания – система ценностей и убеждений, поддерживаемых предприятием сферы обслуживания, реализующая идею, что его главной целью является оказание потребителю качественных услуг на основе определенных правил, процедур, системы поощрений и действий.

Материальные услуги – это услуги, удовлетворяющие материально-бытовые потребности людей.

Обслуживание – деятельность исполнителя услуги при непосредственном контакте с потребителем услуги.

Оценка качества услуги (процесса оказания услуги) – количественное или качественное определение степени соответствия показателя качества услуги (процесса оказания услуги) установленным требованиям.

Показатель качества услуги – количественная или качественная характеристика одного или нескольких свойств услуги, определяющих ее способность удовлетворить требования потребителя.

Потребитель – гражданин, получающий, заказывающий или имеющий намерение получить или заказать услуги для личных нужд.

Потребность – это переживаемая и осознаваемая человеком нужда в том, что необходимо для поддержания организма и развития его личности.

Поточно-операционный метод – детальное расчленение производственного процесса на составляющие операции, закрепление операций за определенными рабочими местами и расположение последних по ходу технологического процесса, непрерывность движения предметов труда в процессе выполнения работ, услуг, производства продукции.

Правила обслуживания – документ, содержащий требования и нормы, регламентирующие порядок и условия обслуживания.

Предоставление услуги – это деятельность исполнителя услуги, необходимая для обеспечения выполнения услуги.

Процесс оказания услуги (процесс обслуживания) – совокупность операций, выполняемых исполнителем при непосредственном контакте с потребителем услуги при реализации результата услуги или организации досуга.

Режим работы – регламентированное время функционирования предприятия: количество рабочих дней в неделю, число и продолжительность смен, перерывы на обед и между сменами.

Свойство услуги (обслуживания) – объективная особенность услуги (обслуживания), которая проявляется при ее оказании и потреблении (ее осуществлении).

Сервис – обслуживание, которое приносит удовлетворение и удовольствие клиенту и обслуживающему персоналу.

Социально-культурные услуги – услуги, удовлетворяющие духовные, интеллектуальные потребности людей и поддерживающие их нормальную жизнедеятельность.

Сфера обслуживания населения – совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуга населению.

Уровень обслуживания – характеризуется ассортиментом предоставляемых услуг, наличием различных видов удобств, их стилем и качеством.

Услуга – это результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя (заказчика), а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности человека.

Форма обслуживания – определенная система организации оказания услуги потребителю.

Форма обслуживания потребителей – разновидность или сочетание методов (способов) обслуживания потребителей.

Цена – денежное выражение стоимости товаров и услуг.

Этика обслуживания – уровень этических знаний, моральных принципов, нравственных навыков, проявляющихся в деятельности работников сервиса при обслуживании клиентов.