

## АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Теория и практика сервиса»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки  
38.03.02 «Менеджмент» (уровень прикладного бакалавриата)

**Направленность (профиль):** Управление малым бизнесом

**Общий объем дисциплины** – 2 з.е. (72 часов)

**Форма промежуточной аттестации** – Зачет.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:**

- ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- ОПК-2: способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;
- ОПК-7: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;

**Содержание дисциплины:**

Дисциплина «Теория и практика сервиса» включает в себя следующие разделы:

**Форма обучения очная. Семестр 7.**

**1. Исторические этапы развития услуг и сервисной деятельности в России и за рубежом.**

Услуги жизнедеятельности людей в традиционных сообществах. Услуги сервисной деятельности в обществе современного типа. Роль сервисного обслуживания в продаже товаров и услуг. Развитие услуг и сервисной деятельности за рубежом, в России и ее регионах. Способность использовать основы экономических знаний в области теории и практики сервиса.

**2. Сервисная деятельность как составная часть экономики организации и жизнедеятельности людей.** Экономическая сущность сервисной деятельности. Место и роль сервиса в хозяйственной деятельности организации. Сервисная деятельность как способ удовлетворения общественных потребностей. Зависимость сервисной деятельности от географических, поселенческих и демографических факторов. Государственно-правовое регулирование сервисной деятельности. Сервисная деятельность в структуре социальных отношений.

**3. Основные характеристики и специфические черты сервисной деятельности.** Сервисная деятельность как процесс и его связь с экономической конъюнктурой. Услуга как специфический продукт сервисной деятельности. Особенности процесса внедрения инноваций в сферу услуг. Жизненный цикл услуги и учет ее особенностей в предпринимательской деятельности. Процесс обслуживания потребителей. Формы обслуживания и показатель затрат времени. Оценивание воздействия макроэкономической среды на функционирование предприятия сферы сервиса. Способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений в области сервиса.

**4. Качество, безопасность услуг и культура сервисной деятельности.** Проблемы качества и безопасности услуг в практике современного сервиса. Управление качеством услуг, контроль стандартов и безопасности обслуживания. Культура сервиса. Этические основы, деловой этикет и эстетические аспекты сервисной деятельности.

**5. Процессы управления, организационная структура и производственный менеджмент сервисного предприятия.** Особенности управления сервисным предприятием. Организационная структура сервисного предприятия. Производственный менеджмент. Подбор персонала для сферы

сервиса и услуг. Способность сотрудника решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности в области сервиса.

**7. Жалобы и конфликты на предприятиях сервиса. Особенности обслуживания привилегированных клиентов.** Этика и психология сервисной деятельности. Этико-психологические аспекты коммуникации в сервисе. Профессионально-служебная этика сервисной деятельности. Служебный этикет работников сервисной деятельности. Понятие «социальное обслуживание». Разнообразие видов социального обслуживания. Особенности VIP-обслуживания, обслуживания корпоративных клиентов.

**8. Маркетинг и определение эффективности работы сервисного предприятия в целом..** Стратегия и тактика маркетинга сервисного предприятия. Сервис как составная часть маркетинговой политики организации. Определение общей эффективности работы предприятия сервиса..

Разработал:

доцент

кафедры М

Проверил:

Директор ИЭиУ

В.В. Исаев

И.Н. Сычева