

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК

Кафедра культуры мира и демократии

ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки 43.03.01 Сервис
профиль Креативные индустрии

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

Введение в профессию

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

к.и.н., Гордеева М.А.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры общественных связей, туризма и гостеприимства

№ 8 от 15.02.2024 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Пояснительная записка	4
1.1.	Цель и задачи дисциплины	4
1.2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2.	Структура дисциплины.....	5
3.	Содержание дисциплины.....	5
4.	Образовательные технологии	6
5.	Оценка планируемых результатов обучения.....	6
5.1	Система оценивания	6
5.2	Критерии выставления оценки по дисциплине.....	7
5.3	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	21
6.1	Список источников и литературы	21
6.2	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ..	21
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	22
8.	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	22
9.	Методические материалы.....	23
9.1	Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий.....	23
9.2	Методические рекомендации по подготовке письменных работ	Ошибка! Закладка не определена.
9.3	Иные материалы.....	Ошибка! Закладка не определена.
	Приложение 1. Аннотация дисциплины	25

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: обозначение профессиональной среды, профессионального «образа» и его атрибутики, формирование базовых навыков профессионального языка и мышления у обучающихся.

Основные задачи:

- обоснование сути, специфики, сферы профессиональной деятельности;
- формирование и поддержание у студентов-первокурсников интереса к выбранной профессии;
- знакомство с языком, терминами, понятиями профессии.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций ПК-4.1, ПК-4.2

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-4. Применяет технологии сервиса в креативной экономике	ПК-4.1 Владеет навыками сервисного обеспечения мероприятий в индустриях креативной экономики	<p><i>Знает:</i> важность технологий, планирования аудита деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы проектной деятельности по созданию концепций продукта в креативных индустриях.</p> <p><i>Умеет:</i> участвовать в проектной деятельности по созданию продукта в креативных индустриях.</p> <p><i>Владеет:</i> основами проектной деятельности по созданию продукта в креативных индустриях.</p>
ПК-4. Применяет технологии сервиса в креативной экономике	ПК-4.2 Осуществляет анализ качества сервисных процедур и из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий	<p><i>Знает:</i> принципы анализ качества сервисных процедур и из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий.</p> <p><i>Умеет:</i> создавать продукт в креативных индустриях на основе анализа качества сервисных процедур и из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий.</p> <p><i>Владеет:</i> методами создания продукта в креативных индустриях анализ качества сервисных процедур и из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий.</p>

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) «Введение в профессию» относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Креативная экономика, Сервисная деятельность.

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Технологии организации сервисной деятельности, Креативные пространства и кластеры.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
1	Лекции	18
1	Семинары/лабораторные работы	24
Всего:		42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Основные сферы сервисной деятельности в современном обществе	Модели коммуникации в сфере сервиса. Краткая история становления индустрии сервиса в России и в других странах. Определения сервисной деятельности. Цели, задачи и функции сервисной деятельности. Объекты и субъекты сервисной деятельности. Виды сервисной деятельности.
2.	Основные виды проектов в сервисной деятельности	Целевые аудитории (приоритетные общественные группы) в сервисной деятельности. Бизнес-практики сервисной деятельности. Политический сегмент сервисной деятельности. Маркетинговый аспект сервисной деятельности. Социальные проекты сервисной деятельности. Внутренние коммуникации. Медиарилешанз.
3.	Инструменты, проекты и кампании сервисной деятельности	Базовые инструменты: документы, мероприятия, цифровые. Понятие проект в сервисной деятельности. Понятие кампания в сервисной деятельности. Текущие практики в сервисной деятельности.
4.	Правовые, этические и эстетические основы сервисной деятельности	Нормативно-правовая база сервисной деятельности. Деятельность профессиональных ассоциаций и союзов в сервисной деятельности.

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Система текущего контроля знаний студентов по учебной дисциплине «Методы научных исследований» выстраивается в соответствии с учебным планом. Она включает в себя проверку материала семинарских занятий – путем устного опроса студентов. Промежуточные аттестации включают в себя проверку всего пройденного материала по каждому разделу курса.

На промежуточную аттестацию отводится 40 баллов. Остальные баллы – в форме текущего контроля (текущая аттестация в форме письменного доклада – 30 баллов, активность студентов во время семинаров – в сумме 30 баллов).

При оценивании работы на *семинарском занятии* учитываются:

- степень раскрытия содержания материала (0-1 балла)
- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии и символики, логическая последовательность изложения материала (0-0,5 балл);
- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков (0-0,5 балла).

Оценивание *текущей аттестации* в форме письменной работы происходит по следующим критериям:

- Работа выполнена не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности (1-9 баллов);
- Работа выполнена полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны (10-24 баллов);
- Работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность (25-30 баллов).

При проведении *промежуточной аттестации (экзамен)* студент должен ответить в письменной форме на 1 вопрос. Оценивание ответа происходит по следующим критериям:

- Теоретическое содержание не освоено, знание материала носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе (1-10 баллов);

- Теоретическое содержание освоено частично, допущено не более двух-трех недочетов (11-24 баллов);
- Теоретическое содержание освоено почти полностью, допущено не более одного-двух недочетов, но обучающийся смог бы их исправить самостоятельно (25-34 баллов);
- Теоретическое содержание освоено полностью, ответ построен по собственному плану (35-40 баллов).

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы для *текущей аттестации*. На основании изученных источников и дополнительной литературы студенты должны самостоятельно подготовить и представить письменный доклад об основных идеях и концепциях одного зарубежного или отечественного историка. Выбор персоналии осуществляется самим студентом по согласованию с преподавателем. По желанию студента доклад может сопровождаться презентацией.

Оценочные материалы для *промежуточной аттестации*. Студент должен в письменной форме ответить на 1 вопроса из следующего списка:

Задание для текущего контроля

По итогам подготовки к практическим занятиям студент сдает преподавателю на проверку в середине семестра выполненные задания, которые оцениваются по 20-балльной шкале.

Вариант №1

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:

- a) опрос, профессионализм, качество;
- b) услуга, спрос, специалист;
- c) деятельность, потребность и услуга.

2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:

- a) исследовательская;
- b) потребительская (пользовательская);
- c) ценностно-ориентационная.

3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:

- a) бронирование номеров;
- b) прием и размещение;
- c) расчет при выезде.

4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:
- рекламные услуги;
 - организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
 - психодиагностику.
5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:
- уровень развития экономики и хозяйственная система;
 - мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;
 - общественные структуры: политические партии.
6. В чем заключается неосязаемость услуги:
- процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
 - услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
 - они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.
7. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это:
- спрос;
 - потребность;
 - мотивация.
8. Отличительными особенностями услуг являются:
- неразрывность производства и потребления услуги;
 - несохраняемость услуг;
 - незабываемость услуг.
9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:
- определенный способ предоставления услуг заказчику;
 - предоставление информации клиенту;
 - оказание услуги клиенту.
10. Сервисная деятельность – это:
- активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
 - управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
 - продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.
11. Услуга обладает следующими качествами:
- способность к хранению и транспортировке;
 - неотделимость от своего источника;
 - неизменностью качества.
12. К некоммерческим услугам относят:
- услуги предприятий туризма и отдыха;
 - услуги организаций общественного питания;
 - услуги благотворительных фондов.

13. Целью сервисной деятельности является:

- a) удовлетворение человеческих потребностей;
- b) исследование рынка услуг;
- c) производство услуг.

14. Контактной зоной не является:

- a) зона ремонта бытовой техники;
- b) рабочее место парикмахера;
- c) рабочее место стоматолога.

15. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:

- a) бесконтактным;
- b) формальным;
- c) бесплатным.

16. Физические потребности это потребности в:

- a) в общественной деятельности,
- b) во сне;
- c) в творческой деятельности.

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- a) бесконтактное обслуживание;
- b) фирменное обслуживание;
- c) неформальное обслуживание.

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- a) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
- b) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.
- c) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.

19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Интимное расстояние - общение близких или хорошо знакомых людей.

- a) 0 – 45см;
- b) 45 – 120 см;
- c) 120 – 400 см.

20. Франчайзинг это:

- a) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;
- b) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества;
- c) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- a) социальный статус;

- b) выгода;
- c) мотив.

22. Характеристика услуг:

- a) неопределенность качества;
- b) могут накапливаться;
- c) передача собственности.

23. Характеристика товаров:

- a) неоднородность;
- b) индивидуальность;
- c) осязаемость.

24. Виды сервиса по содержанию работ. Жесткий сервис это:

- a) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
- b) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;

сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем. Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

25. Разработка новых товаров и услуг: сходства и различия. Основные сходства:
- разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;
 - соответствие техническим условиям и стандартам;
 - требует многих ресурсов, таких как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила и энергия.

Вариант №2

- Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:
 - жилищно-коммунальные услуги;
 - научно-исследовательские услуги;
 - услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги;
- Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
 - материально-преобразовательная;
 - исследовательская;
 - потребительская (пользовательская);
- Какие из перечисленных услуг ресторана относятся к вспомогательным?
 - Резервирование столиков;
 - Вызов такси;
 - Кондиционирование воздуха;
- Реклама, экспертиза, психодиагностика, имиджмейкерские услуги, художественно-оформительские услуги – это область сервиса в:
 - материально-преобразовательной деятельности;
 - познавательной деятельности;
 - ценностно-ориентационной деятельности;
- Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:
 - потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, физиологические потребности, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении;
 - физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении);
 - потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности.
- Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это:
 - контактная зона;

- b) зал ожидания;
- c) комната для посетителей.

7. В чем заключается несохраняемость услуг:

- a) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
- b) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
- c) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

- a) неосвязаемость услуг;
- b) неразрывность производства и потребления услуги;
- c) незабываемость услуг.

9. Обслуживание это:

- a) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги;
- b) оказание услуги потребителю;
- c) комплекс мер по обслуживанию населения.

10. Сервис — это:

- a) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг;
- b) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой;
- c) предпродажное и гарантийное обслуживание.

11. Производственные услуги – это:

- a) услуги банков, страховых компаний;
- b) инжиниринг, обслуживание оборудования, лизинг;
- c) пассажирский транспорт, торговля, образование.

12. Услуги по регистрации транспортных средств являются:

- a) государственными;
- b) идеальными;
- c) смешанными.

13. Контактная зона – это:

- a) любое место, где производится услуга;
- b) место, где услуга может храниться;
- c) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы.

14. Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания – это:

- a) поиск понимания;
- b) призыв к совести;
- c) жалоба.

15. Социальные потребности это потребности в:

- a) в самовыражении;
- b) в познании,
- c) в жилье.

16. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- a) обслуживание на дому;
- b) индивидуальное обслуживание;
- c) письменное обслуживание.

17. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- a) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
- b) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.
- c) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.

18. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Персональная дистанция - нормальное расстояние для общения знакомых людей..

- a) 0 – 45см;
- b) 45 – 120 см;
- c) 120 – 400 см.

19. Франчайзинг это:

- a) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.
- b) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества
- c) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;

20. Качество услуг тесно переплетается:

- a) с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия;
- b) со сбалансированным соотношением цены и качества продукции;
- c) со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания.

6. 21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- a) референтные группы;
- b) комфорт;
- c) престиж.

22. Характеристика услуг:

- a) деятельность, процесс;
- b) производство, хранение и распределение отделено от потребления;
- c) получает только один покупатель единожды.

23. Характеристика товаров:

- a) потребитель участвует в производственном процессе;
- b) производство и потребление осуществляются одновременно;
- c) передача собственности.

7.24. Виды сервиса по содержанию работ. Мягкий сервис это:

- a) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
- b) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;
- c) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

25. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия. Основные различия:
- разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;
 - соответствие техническим условиям и стандартам;
 - продукт человеческой деятельности.

Вариант №3

- Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:
 - бытовые услуги;
 - услуги грузового и пассажирского транспорта, связи;
 - управленческие услуги;
- Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
 - исследовательская;
 - потребительская (пользовательская);
 - коммуникативная (общение).
- Что такое трансфер?
 - Покупка и доставка билетов;
 - Встреча и проводы;
 - Экскурсионные услуги.
- Выделите два главных уровня сервиса в познавательной деятельности:
 - эмпирический и теоретический;
 - оценочный и информационный;
 - аналитический и экспертный.
- Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:
 - потребность в уважении, физиологические потребности, потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо);
 - потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности.
 - физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении).
- Совокупность предприятий сферы сервиса и их сервисная деятельность – это:
 - индустрия сферы услуг;
 - инфраструктура сферы услуг;
 - индустрия сервиса.
- Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем:
 - это отчужденный от производителя результат труда;
 - это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа;

- c) фактически производство совмещено с потреблением.
8. Отличительными особенностями услуг являются:
- a) неразрывность производства и потребления услуги;
 - b) несохраняемость услуг;
 - c) незабываемость услуг.
9. Сфера обслуживания населения – это:
- a) совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению;
 - b) деятельность предприятий и организаций, направленная на удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристских и экскурсионных услугах;
 - c) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.
10. Услуга – это:
- a) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо;
 - b) осязаемые действия, направленные на товар или человека;
 - c) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями.
11. Общественными услугами являются:
- a) телевидение, радио, образование;
 - b) услуги, связанные с досугом;
 - c) услуги, связанные с транспортом.
12. К легитимным услугам относят:
- a) нелегальные услуги;
 - b) услуги, имеющие криминальный оттенок;
 - c) услуги, одобряемые государством и обществом.
13. Контактной зоной может считаться:
- a) стойка администратора в гостинице;
 - b) цех по ремонту оборудования;
 - c) строительная площадка.
14. Период времени, в течение которого потребитель взаимодействует с исполнителем услуги это:
- a) нормативное время;
 - b) время обслуживания;
 - c) ресурсное время.
15. Одной из существенных отличий услуги от товара является:
- a) различие мест хранения;
 - b) более высокая стоимость;
 - c) совмещение производства и потребления.
16. Интеллектуальные потребности это потребности в:
- a) образовании;
 - b) в самовыражении;

- с) в пище.

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- а) самообслуживание;
- б) фирменное обслуживание;
- с) индивидуальное обслуживание.

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- а) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку;
- б) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку;
- с) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.

19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Социальная дистанция - формальные встречи в общественных местах..

- а) 120 – 400см;
- б) 45 – 120 см;
- с) 400 - 750см.

20. Франчайзинг это:

- а) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;
- б) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.
- с) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества.

8. 21. Внутренние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- а) социальный статус;
- б) культура;
- с) престиж

22. Характеристика услуг:

- а) потребитель участвует в производственном процессе;
- б) производство, хранение и распределение отделено от потребления;
- с) передача собственности.

23. Характеристика товаров:

- а) потребитель участвует в производственном процессе;
- б) индивидуальность;
- с) передача собственности.

24. Виды сервиса по содержанию работ. Косвенный сервис это:

- а) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);

- b) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;
- c) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

25. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия. Основные различия:
- a) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;
 - b) соответствие техническим условиям и стандартам;
 - c) продукт человеческой деятельности.

Вопросы для подготовки к зачету

1. Понятие ФГОС ВО. Требования ФГОС ВО к организации учебного процесса по направлению "Сервис". Направленность учебного плана.
3. Нормативные правовые основы реализации образовательной программы.
4. Модель выпускника по направлению "Сервис" (компетенционные характеристики выпускника).
5. Виды профессиональной деятельности.
6. Профессии в области сервисного обслуживания.
7. Индивидуальная предпринимательская деятельность в сфере оказания услуг.
8. Профессии в индустрии гостеприимства.
9. Профессиональные стандарты. Квалификационные требования и требования профессиональных стандартов к специалистам.
10. Исторические истоки возникновения гостиничных, сервисных, ресторанных предприятий.
11. История развития индустрии гостеприимства в России.
12. Понятие индустрии гостеприимства.
13. Гостиницы, рестораны, предприятия обслуживания и т.д. Типы предприятий сферы размещения, критерии их характеристики.
14. Способы классификации гостиничных предприятий.
15. Источники спроса на гостиничное обслуживание.
16. Области гостиничного рынка. Сегментирование предприятий, работающих на рынке гостиничных услуг.
17. Предприятия сферы обслуживания, их классификация. Иные предприятия, специализирующиеся на оказании услуг.
18. Организационно-правовые формы предприятий.
19. Понятие, признаки, функции сервисного обслуживания.
20. Современное состояние рынка сервисных услуг, включая гостиничные услуги.
21. Спрос на специалистов в области Сервиса и Гостиничного дела.
22. Компетенции, которыми должен обладать современный специалист в индустрии гостеприимства.

Примерные вопросы контрольной работы:

1. Понятие ФГОС ВО. Требования ФГОС ВО к организации учебного процесса по направлению "Сервис". Направленность учебного плана.
3. Нормативные правовые основы реализации образовательной программы.
4. Модель выпускника по направлению "Сервис" (компетенционные характеристики выпускника).
5. Виды профессиональной деятельности.
6. Профессии в области сервисного обслуживания.
7. Индивидуальная предпринимательская деятельность в сфере оказания услуг.
8. Профессии в индустрии гостеприимства.
9. Профессиональные стандарты. Квалификационные требования и требования профессиональных стандартов к специалистам.
10. Исторические истоки возникновения гостиничных, сервисных, ресторанных предприятий.
11. История развития индустрии гостеприимства в России.
12. Понятие индустрии гостеприимства.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1 Список источников и литературы

Литература

Основная литература:

1. <https://new.znaniium.com/catalog/product/912299> / Келлер, С. Серия «Библиотека Сбербанка»: Т. 42: Больше, чем эффективность: Как самые успешные компании сохраняют лидерство на рынке / Келлер С., Прайс К. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 409 с.: ISBN 978-5-9614-4653-1. - Текст : электронный.
2. <https://new.znaniium.com/catalog/product/492721> / Благоев, Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю. Е. Благоев; Высшая школа менеджмента СПбГУ.— 2-е изд. — Санкт-Петербург : Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011. — 272 с. - ISBN 978-5-9924-0066-3. - Текст : электронный.
3. <https://new.znaniium.com/catalog/product/916248> Коннорс, Р. Принцип Оз: Достижение результатов через персональную и организационную ответственность: Учебное пособие / Коннорс Р., Смит Т., Хикман К. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 288 с.: ISBN 978-5-9614-4892-4. - Текст : электронный.
4. Гончарова, Л. П. Гостиничный сервис: Учебное пособие / Гончарова Л.П. - М.:Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 174 с. (Среднее профессиональное образование) ISBN 978-5-16-107227-1 (online). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/987236>
5. Сервис: организация, управление, маркетинг : учебник для бакалавров / Е. Н. Волк, А. И. Зырянов, А. А. Лимпинская, Н. В. Харитонова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 249 с. - ISBN 978-5-394-03140-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1081771>

Дополнительная литература:

1. <https://new.znaniium.com/catalog/product/492911> Баринов, В. А. Организационное проектирование: Учебник / Баринов В. А. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 384 с. (Учебники для программы MBA) ISBN 978-5-16-010992-3. - Текст : электронный.
2. <https://new.znaniium.com/catalog/product/357177> Баумгартен Л.В., Красноженова Г.Ф. Корпоративная культура и управление персоналом в туризме: теория и практика: Учеб. пособие. - Москва : Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012. - 320 с. - ISBN 978-5-9558-0203-9 (Вузовский учебник). - ISBN 978-5-16-011055-4 (ИНФРА-М).

9.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. www.consultant.ru - Консультант Плюс
2. www.moscomtour.mos.ru – Сайт Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы
3. www.russiatourism.ru – Сайт Федерального агентства по туризму РФ
4. <https://classifikators.ru/okpd-> ОКПД 2 — Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

9.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций (Power Point и др.).

Для самостоятельной работы студенту необходим доступ к ЭБС издательства «Юрайт» (biblio-online.ru), архиву исследовательских журналов JSTOR, МНБД Scopus и Web of Science. Персональные компьютеры, оснащенные операционной системой ОС MS Windows (XP и выше), программным обеспечением MS Office 2003–2010, доступом в Интернет через браузер Google Chrome или Opera, обновляемой антивирусной защитой Symantec Endpoint Protection.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Office, Adobe Acrobat, Abbyy Fine Reader, Антивирус Kaspersky, Microsoft Windows XP, MSDN (Microsoft Developer Network), Microsoft Dreamspark, Microsoft Academic Alliance), Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - Учебная версия бесплатная, Abbyy Lingvo – LMRC14000000946409109093 от 22.01.2010.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

3. Консультант Плюс
4. Гарант

11. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости

предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA SE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

12. Методические материалы

12.1 Планы семинарских занятий

Тема 1. Требования Федерального образовательного стандарта к подготовке специалистов по направлению "Сервис"

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие ФГОС ВО. Требования ФГОС ВО к организации учебного процесса по направлению "Сервис".

2. Направленность учебного плана.

3. Нормативные правовые основы реализации образовательной программы.
4. Модель выпускника по направлению "Сервис" (компетенционные характеристики выпускника).

Тема 2. Основные профессии в сфере сервисной деятельности

Вопросы для обсуждения:

1. Виды профессиональной деятельности.
2. Профессии в области сервисного обслуживания.
3. Индивидуальная предпринимательская деятельность в сфере оказания услуг.
4. Профессии в индустрии гостеприимства.
5. Профессиональные стандарты.
6. Квалификационные требования и требования профессиональных стандартов к специалистам.

Тема 3. История развития индустрии гостеприимств

Вопросы для обсуждения:

1. Исторические истоки возникновения гостиничных, сервисных, ресторанных предприятий.
2. История развития индустрии гостеприимства в России.
3. Понятие индустрии гостеприимства.

Тема 4. Предприятия сервиса: виды, организационно-правовые формы

Вопросы для обсуждения:

1. Гостиницы, рестораны, предприятия обслуживания и т.д.
2. Типы предприятий сферы размещения, критерии их характеристики.
3. Способы классификации гостиничных предприятий.
4. Источники спроса на гостиничное обслуживание. Области гостиничного рынка.
5. Сегментирование предприятий, работающих на рынке гостиничных услуг.
6. Предприятия сферы обслуживания, их классификация. Иные предприятия, специализирующиеся на оказании услуг.

Тема 5. Сервисное обслуживание

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие сервисного обслуживания.
2. Признаки, функции сервисного обслуживания.
3. Функции сервисного обслуживания.

Тема 6. Современные тенденции развития рынка труда

Вопросы для обсуждения:

1. Современное состояние рынка сервисных услуг, включая гостиничные услуги.
2. Спрос на специалистов в области Сервиса и Гостиничного дела.
3. Компетенции, которыми должен обладать современный специалист.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (*модуль*) «Введение в профессию» реализуется на *факультете востоковедения и социально-коммуникативных наук кафедрой культуры мира и демократии*.

Цель дисциплины: обозначение профессиональной среды, профессионального «образа» и его атрибуты, формирование базовых навыков профессионального языка и мышления у обучающихся.

Основные задачи:

- обоснование сути, специфики, сферы профессиональной деятельности;
- формирование и поддержание у студентов-первокурсников интереса к выбранной профессии;
- знакомство с языком, терминами, понятиями профессии.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:
 ПК-4. Применяет технологии сервиса в креативной экономике
 ПК-4.1 Владеет навыками сервисного обеспечения мероприятий в индустриях креативной экономики
 ПК-4.2 Осуществляет анализ качества сервисных процедур и из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:
Знает: важность технологий, планирования аудита деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы проектной деятельности по созданию концепций продукта в креативных индустриях; принципы анализ качества сервисных процедур и из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий.
Умеет: участвовать в проектной деятельности по созданию продукта в креативных индустриях; создавать продукт в креативных индустриях на основе анализа качества сервисных процедур и из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий.
Владеет: основами проектной деятельности по созданию продукта в креативных индустриях; методами создания продукта в креативных индустриях анализ качества сервисных процедур и из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий.

По дисциплине (*модулю*) предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачета* .

Общая трудоемкость освоения дисциплины (*модуля*) составляет 3 зачетных единиц.