

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Кафедра «Коммерции и организации экономической деятельности»**

**Методические рекомендации для  
самостоятельной работы обучающихся по дисциплине  
Б1.В.ДВ.07.01 Сервисная деятельность организаций**

**Направление подготовки** 380306 – Торговое дело

**Профиль подготовки** 380306 – Коммерция в АПК

**Квалификация (степень) выпускника** Бакалавр

**Форма обучения** заочная

Оренбург-2015

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Организация самостоятельной работы.....	3
2. Методические рекомендации по выполнению курсовой работы (проекта) – не предусмотрено рабочим учебным планом.....	3
3. Методические рекомендации по подготовке реферата/эссе – не предусмотрено рабочим учебным планом.....	3
4. Методические рекомендации по выполнению индивидуальных домашних заданий - не предусмотрено рабочим учебным планом.....	4
5. Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов.....	4
6. Методические рекомендации по подготовке к занятиям.....	5

## 1. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

### 1.1. Организационно-методические данные дисциплины

№ п.п.	Наименование темы	Общий объем часов по видам самостоятельной работы				
		подготовка а курсового проекта (работы)	подготовка реферата/эссе	индивидуальн ые домашние задания (ИДЗ)	самостоятельн ое изучение вопросов (СИБ)	подготовка к занятиям (ПкЗ)
	2	3	4	5	6	7
1	Теоретические основы сервисной деятельности	-	-	-	4	4
2	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей	-	-	-	3	3
3	Качество сервисных услуг и эффективность сервисной деятельности предприятия торговли	-		-	2	2
4	Классификация и характеристика основных видов сервисных услуг	-	-	-	1	1
5	Развитие и формирование услуг в анимационном сервисе	-	-	-	4	4
6	Питание как комплекс сервисных услуг: проблемы и перспективы развития	-	-	-	3	3
7	Транспортные услуги в сервисной деятельности	-	-	-	2	2
8	Развитие сервиса в сфере гостиничного бизнеса	-	-	-	1	1
9	Психологические аспекты в сервисной деятельности				4	4
10	Место этики в сервисной деятельности				3	3
11	Сервисная деятельность как процесс и его связь с экономической конъюнктурой на рынке услуг				2	2
12	Рынок услуг и его различные разновидности, анализ тенденций продаж услуг и прогноз развития рынка				2	2
13	Планирование объема производства и реализации услуг				4	4

№ п.п.	Наименование темы	Общий объем часов по видам самостоятельной работы				
14	Планирование потребности в персонале и средствах на оплату труда				3	3
15	Планирование издержек предприятия в сфере сервиса				2	2
16	Планирование маркетинга в сфере услуг				3	3

## 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА)-

*не предусмотрено рабочим учебным планом*

## 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ РЕФЕРАТА/ЭССЕ

*не предусмотрено рабочим учебным планом*

## 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ДОМАШНИХ ЗАДАНИЙ

*Не предусмотрено рабочим учебным планом.*

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОМУ ИЗУЧЕНИЮ ВОПРОСОВ

### 5.1. История развития сервисной деятельности и сферы услуг в России.

*Сервисная деятельность (как научная дисциплина)* – научная отрасль и учебная дисциплина, изучающая сущность, закономерности возникновения и функционирования сферы сервиса как области человеческой деятельности и относительно самостоятельной части экономической жизни общества

### 5.2. Классификация и характеристика потребностей в услугах и сервисном обслуживании

Классификационные признаки:

1. по формам собственности (частные, государственные, муниципальные, принадлежащие общественным организациям и смешанных форм собственности)
2. по организационно-правовой основе предприятия сервиса делятся на:
  - государственные или муниципальные унитарные предприятия;
  - производственные и потребительские кооперативы
  - хозяйственные товарищества и общества.

**5.3.** Сегментирование рынка услуг с учетом национальных, региональных, этнических, демографических и природно-климатических особенностей обслуживания

Система личных потребностей является иерархически организованной структурой. В ней выделяются потребности первого порядка, удовлетворение которых составляет основу жизнедеятельности человека. Потребности последующих порядков удовлетворяются после того, как наступает определенная степень насыщения потребностей первого порядка. Отличительной особенностью личных потребностей является их неважимоменяемость. Например, полное удовлетворение потребности в пище не может

заменить необходимость удовлетворения потребности в жилье или одежде. Взаимозаменяемость имеет место лишь в отношении конкретных благ, служащих удовлетворению отдельных видов потребностей. Системность личных потребностей предполагает, что человек обладает набором потребностей, каждая из которых требует своего удовлетворения.

#### **5.4 Роль сервисной деятельности в рыночной экономике и жизни общества.**

*Индустрия сферы услуг (сервиса)* – совокупность отраслей производства, корпораций, конкретных учреждений и фирм, производящих, реализующих и предоставляющих услуги на определенной территории;

*Инфраструктура сферы услуг (сервиса)* – обеспечивающая совокупность производств и учреждений сферы сервиса – энергетические, транспортные информационно-коммутативные системы;

*Третичный сектор экономики* – совокупность предприятий сферы сервиса и их деятельность.

#### **5.5. Особенности развития сервиса в России, его проблемы и перспективы.**

Под «услугой» понимается работа (совокупность мероприятий), выполняемая для удовлетворения нужд и потребностей клиентов, обладающая законченностью и имеющая определенную стоимость. Отличительными особенностями услуг являются:

- неосвязаемость, т.е. их нематериальный характер. Иными словами услуга не может быть предложена клиенту в осязаемой форме до завершения процесса его обслуживания;
- услуги нельзя хранить (они нетранспортабельны), т.е. процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;

#### **5.6. Услуги в сервисной деятельности занимающие наибольший удельный вес.**

В связи с научно-техническим прогрессом, с постоянными изменениями, которые происходят в различных сферах жизни общества, возникают и развиваются новые потребности, направленные на достижение комфорта, потребности, затрагивающие все сферы жизни человека (образование, общение, путешествия, развлечения, любимые занятия ит.п.).

Поэтому в обществе сложилась целая система, направленная на удовлетворение различных потребностей человека – сфера сервиса (обслуживания).

Под сферой сервиса понимается совокупность отраслей производственной и непроизводственной сферы, объединенных общностью выполняемой функции — непосредственного удовлетворения потребностей населения в услугах.

#### **5.7 Сервисная деятельность, ее сущность и роль в рыночной экономике.**

По своему функциональному назначению сфера услуг не представляет собой единого комплекса. Это чрезвычайно неоднородная группа отраслей, выполняющих существенно различные хозяйственные функции. Например, наука как отрасль производства не вещных благ, генерируя научные знания (идеи, проекты, разработки), непосредственно влияет на материальное производство, является его органической частью (НТП). В то же время в сфере услуг имеется обширная «индустрия» обслуживания населения — бытовое обслуживание (парикмахерские, прачечные и пр.), которые ориентируются на удовлетворение бытовых, потребительских нужд. Ряд отраслей (торговля, финансы) занимают по этому признаку промежуточное положение: они участвуют в обслуживании как производства, так и потребления.

#### **5.8. Современный сервис, его виды, проблемы и перспективы развития**

Существуют различные подходы к толкованию понятия «качество услуги». Наиболее употребляемым является определение, данное в Международном стандарте ИСО 8402-94 «Управление качеством и обеспечение качества. Словарь».

Качество услуги — это совокупность характеристик услуги, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности потребителя.

Полезными свойствами услуги выступают ее объективные характеристики, которые проявляются при ее потреблении, отвечают запросам и нуждам потребителей, а также государственно-нормативным правовым критериям.

#### **5.9. Сервис в системе товарно-торговой политики**

Свойства услуги, а также конкретные показатели качества сервиса широко используются представителями государственных контрольных органов, корпоративной средой, а также потребителями. Различают производственные, функциональные и потребительские свойства услуги.

К производственным свойствам относятся те, которые создаются в процессе производства и имеют ярко выраженные физико-технические свойства. Вместе с тем производственные свойства услуги представляют собой лишь потенциальное качество.

#### **5.10. Основные виды услуг сервисной деятельности**

Любой товар или сервисный продукт необходимо протестировать на функциональную пригодность, которая обычно проверяется в период испытаний, в начале выхода новой услуги на рынок, при первой оценке клиентом предлагаемой услуги.

Но и функциональные свойства не позволяют сделать окончательный вывод о качественных характеристиках услуг и сервисных продуктах — необходимо учитывать их потребительские свойства. Потребительскими свойствами выступает совокупность показателей, которые являются для потребителя наиболее значимыми. Именно они отображают реальное качество услуги.

#### **5.11. Культура сервиса, её проявления в процессе обслуживания**

Надежность определяется как способность персонала в точности предоставить обещанную услугу. С обеспечения надежности должна начинаться разработка программы качественного сервиса. Основанием для надежности является компетентность персонала обслуживания. Сгладить некомпетентность персонала не помогут ни большие затраты на реконструкцию и обновление гостиничного здания, ни дружелюбное и приветливое обслуживание клиента.

#### **5.12. Особенности развития сервисной деятельности в России.**

Процесс оказания сервисной деятельности представляет собой особого рода деятельность, для которой характерно партнерское взаимодействие производителя и потребителя.

Результатом этой деятельности выступает польза, благо, особо значимые для потребителя услуг, в силу чего он оплачивает труд производителя сервисной деятельности по рыночной цене.

Оказанная сервисная деятельность носит неосозаемый, невечный характер, хотя для производства сервисной деятельности как правило, необходимы материальные ресурсы, вещества, техника.

#### **5.13. .Современные способы организации позитивной атмосферы продаж и обслуживания потребителей.**

Услуги, предоставляемые покупателю при продаже продукции, могут быть весьма разнообразными, но, в целом, они делятся на:

- предпродажные услуги;
- послепродажные услуги, в том числе гарантийное и послегарантийное обслуживание:

#### **5.14. Услуги анимационного сервиса для раз-ных возрастных групп отдыхающих**

Организационно-коммерческие условия покупки и использования товара включают такие факторы, как: удобство расчетов и возможности кредитования; степень ответственности продавцов за выполнение обязательств и гарантий:обеспеченность обслуживанием в гарантийный и послегарантийный периоды; наличие рекламы и технической информации, которые должны обладать необходимым качественным и организационным уровнем.

#### **5.15. Гостиничные анимационные услуги и программы**

При оценке конкурентоспособности товаров производственного назначения важно иметь в виду, что на современном рынке фирмы стараются продавать не отдельные товары, а весь комплекс связанных с товаром услуг-«целостные технологические системы», например,

заводы по производству кирпича, по переработке мяса, молоко и т.д. Следовательно, покупатель оценивает конкурентоспособность с совершенно новых, более приемлемых для него более трудных для производителя позиций. Поставки оборудования могут осуществляться на условиях «под ключ» или «с долей рынка». Скажем, производственное объединение поставляет потребителям электропечь с трансформатором, кабелем и рядом других устройств, в то время как их зарубежные конкуренты могут предложить покупателям более широкий комплекс услуг, начиная от разработки проекта цеха (участка) до поставки всего необходимого комплектующего оборудования. Отмеченные факторы, естественно, снижают конкурентоспособность оборудования.

#### **5.16. Значение анимации в современной сервисной деятельности**

Эффективность обслуживания потребителей является важным критерием потребительского выбора при принятии решений о покупке технически сложной продукции. Так, проведенные в Европе исследования показали, что при покупке компьютеров цена покупки уступает место критерию «послепродажное обслуживание, текущий ремонт».

#### **5.17. История становления услуг питания**

Рассматриваются аспекты становления и развития услуг питания на протяжении развития и становления человечества на определенных моментах развития.

#### **5.18. Питание в системе сервисных услуг**

Эффективность обслуживания потребителей является важным критерием потребительского выбора при принятии решений о покупке технически сложной продукции. Так, проведенные в Европе исследования показали, что при покупке компьютеров цена покупки уступает место критерию «послепродажное обслуживание, текущий ремонт».

#### **5.19. Классификация предприятий питания**

Анимационный сервис в туризме представляет собой целостный процесс взаимодействия аниматоров с туристами в досуговой сфере на основе соединения формального руководства и неформального лидерства специалиста, осуществляющего взаимодействие. В результате такого взаимодействия удовлетворяются релаксационно-оздоровительные, культурно-творческие, образовательные потребности и интересы участников данного процесса, создаются условия для формирования социально активной личности, способной к преобразованию окружающей действительности и себя в ней.

#### **5.20. Услуги общественного питания**

К анимационному обслуживанию относятся малые и крупные формы представлений, развлекательные мероприятия, конкурсные игровые программы, дегустация спиртных напитков с привлечением элементов театрализации.

Оживление достигается не столько драматургической и сценарной работой, сколько вовлечением туристов в действие, их участием в нем.

#### **5.21. Организация питания в ресторане**

Развитие индустрии питания в нашей стране сейчас развивается довольно быстрыми темпами, но до мирового уровня еще не доросла. Предприятия общественного питания играют огромную роль в жизни современного общества, и очень важно, как они развивались и развиваются в настоящее время, ведь основная цель предприятий питания – удовлетворение потребностей человека в пище, а это является одной из главных причин, в результате которой ресторанный бизнес начал развиваться.

#### **5.22. Организация работы службы питания в гостиничном комплексе**

В XX в. общественное питание получает стремительное развитие (в некоторых странах уже каждая третья еда поглощается вне дома). Это связано со многими факторами: значительное увеличение числа работающих женщин, рост числа разводов, значительный рост туризма, увеличение доходов населения. Это вызвало появление новых типов предприятий общественного питания (рестораны быстрого обслуживания, рестораны, предлагающие самые разные национальные кухни и т.д.).

### **5.23. Классификация транспортных услуг.**

Развитие транспортных услуг обеспечивает оптимизацию материальных потоков в отраслевом и региональном разрезе, способствует развитию производительных сил общества, увеличению объемов производства и расширению ассортимента продукции, максимальному снижению общественной цены производства и повышению производительности труда на всех уровнях и этапах общественного производства.

### **5.24. Услуги предоставления сухопутного транспорта.**

Государственный подход к решению этих задач предполагает учет потребностей в массовых и локальных перевозках грузов и пассажиров. При организации условий для развития транспортных услуг важным является правильное определение возможностей расширения и совершенствования существующих, строительства новых транспортных магистралей, развитие различных видов транспорта – железнодорожного, автомобильного, морского, воздушного, трубопроводного..

### **5.25. Сервисные услуги предоставления водным транспортом.**

Туризм и транспорт были общедоступны: практически каждый работающий человек имел возможность путешествовать по железной дороге, авиатранспортом, морским путем или автобусом; причем при покупке путевки существовали значительные скидки (30-80%) или они предоставлялись бесплатно.

### **5.26. Сервисные услуги предоставления воздушным транспортом.**

Сегодня наблюдается значительный рост интенсивности труда, сокращение свободного нерабочего времени, увеличение физических, психологических и эмоциональных нагрузок, что приводит к необходимости восстановления сил.

Как известно, любая, даже не самая тяжелая работа (особенно в условиях нашего нестабильного и чреватого постоянными стрессовыми ситуациями общества) без полноценного отдыха уже через два-три года приводит к полному истощению жизненных сил человека, к развитию ряда заболеваний, к состоянию социальной пассивности и угнетенности. В этой связи туризм, выполняя важную роль восстановления физического и духовного здоровья человека, а также транспорт, являясь крупным звеном социально-культурной деятельности, оказывают значительное влияние на формирование мировоззрения.

### **5.27. Гостиничные услуги, их структура**

Гостиничная индустрия - это сектор экономики, где клиенту за деньги предоставляются различного вида услуги. Таким образом, гостиничная индустрия принадлежит к сфере услуг, которая является одной из самых быстроразвивающихся отраслей экономики. Она охватывает широкое поле деятельности: от торговли до финансирования и посредничества самого разного рода.

### **5.28. Стандартизация услуг**

Услуги гостеприимства связаны с предоставлением размещения, коммерческим снабжением продовольствием и обеспечением отдыха и могут быть классифицированы как центры прибыли (например, гостиницы и рестораны) или центры затрат (осуществление питания работников предприятия). Предложение услуги состоит как из материальных, так и нематериальных компонентов, которые создаются и управляются производителем с целью удовлетворения нужд потребителя.

### **5.29. Формы гостиничного хозяйства и классификация средств размещения**

Психология сервиса - одна из отраслей психологии. Здесь, в сфере услуг, общие закономерности психологии имеют своеобразную окраску. Так, общение обслуживающего персонала с клиентурой характеризуется особенностями, которые отсутствуют в трудовом коллективе, в кругу семьи, и присущи только коллективам сервисной службе.

### **5.30. Индивидуальный подход к клиенту, его значение.**

Программно-целевой подход в управлении - это такой подход, при котором руководитель ориентируется на достижение конечного результата в логике поэтапного действия:



формирование «дерева целей», разработка адекватной исполняющей программы, реализация управляющей программы.

#### **5.31. Психологические аспекты сервисной деятельности**

Норма-образец - это модельное представление идеала деятельности или поведения членов коллектива; норма-образец с качественно-количественными характеристиками, позволяющими в математизированной форме определять меру ее реального достижения; называется квалитетическим эталоном соответствующей деятельности.

#### **5.32. Место этики в сервисной деятельности.**

Этика — это философская наука о морали. Мораль или нравственность — совокупность норм, регулирующих межличностные отношения. Мораль относится к наиболее значимым формам общественного сознания. В обществе она выполняет следующие функции: регулятивную: мораль регулирует отношения между людьми, обеспечивает управление общественными отношениями;

### **6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАНЯТИЯМ**

#### **6.1 Теоретические основы сервисной деятельности**

*Не предусмотрено рабочим учебным планом*

#### **6.2 Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей**

*Не предусмотрено рабочим учебным планом*

#### **6.3 Качество сервисных услуг и эффективность сервисной деятельности предприятия торговли**

*Не предусмотрено рабочим учебным планом*

#### **6.4 Классификация и характеристика основных видов сервисных услуг**

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с материалами лекции и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

#### **6.5 Развитие и формирование услуг в анимационном сервисе**

*Не предусмотрено рабочим учебным планом*

#### **6.6 Питание как комплекс сервисных услуг: проблемы и перспективы развития**

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с материалами лекции и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

#### **6.7 Транспортные услуги в сервисной деятельности**

*Не предусмотрено рабочим учебным планом*

#### **6.8 Развитие сервиса в сфере гостиничного бизнеса**

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с материалами лекции и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

#### **6.9 Психологические аспекты в сервисной деятельности**

*Не предусмотрено рабочим учебным планом*

#### **6.10 Место этики в сервисной деятельности**

*Не предусмотрено рабочим учебным планом*

#### **6.11 Сервисная деятельность как процесс и его связь с экономической конъюнктурой на рынке услуг**

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с материалами лекции и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

#### **6.12 Рынок услуг и его различные разновидности, анализ тенденций продаж услуг и прогноз развития рынка**

*Не предусмотрено рабочим учебным планом*

#### **6.13 Планирование объема производства и реализации услуг**

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с материалами лекции и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

#### **6.14 Планирование потребности в персонале и средствах на оплату труда**

*Не предусмотрено рабочим учебным планом*

#### **6.15 Планирование издержек предприятия в сфере сервиса**

*Не предусмотрено рабочим учебным планом*

#### **6.16 Планирование маркетинга в сфере услуг**

*Не предусмотрено рабочим учебным планом*