МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Забайкальский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЗабГУ»)

Факультет естественных наук, математики и технологии Кафедра теории и методики профессионального образования, сервиса и технологии

**УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

 **для студентов заочной формы обучения**

 **(с полным сроком обучения)**

по дисциплине «Сервисная деятельность»

для направления подготовки 43.03.01 «СЕРВИС»

профиль «Сервис в индустрии моды и красоты»

Общая трудоемкость дисциплины – 180 часов, 5 зачетных единиц.

Форма текущего контроля – контрольная работа, реферат, тест.

Курсовая работа – нет.

Форма промежуточного контроля в семестре – зачет (4 сем.), экз. (5 сем.).

1

**Краткое содержание курса**

Перечень изучаемых тем, разделов дисциплины (модуля).

**Раздел 1. Исторические предпосылки развития сервисной деятельности**

**Тема 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека**

Сущность услуг. Особенности формирования рынка услуг и субъекты рынка. Классификация потребностей в услугах и сервисном обслуживании: по функциональному назначению; в зависимости от субъекта, предъявляющего потребность; от проживающего населения; по источникам удовлетворения; по частоте возникновения; по сезонности возникновения. Основные понятия: услуга, сервис, обслуживание, стоимость, экономический показатель развития страны, рынок услуг, рынок товаров, конъюнктура рынка, культура сервиса, культура обслуживания.

Сервисная деятельность в контексте условий жизнедеятельности людей. Зависимость сервисной деятельности от географических, региональных и демографических факторов. Осуществление сервисной деятельности с учетом национальных и этнических особенностей обслуживания. Национальный стиль французских, китайских японских,

американских, немецких, английских, итальянских и арабских предпринимателей. Сервисная деятельность как часть культуры.

**Тема 2. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности**

Услуги и жизнедеятельность людей в традиционных сообществах: дифференциация занятий и социальных ролей в первобытной культуре и архаических сообществах, зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира, услуги в средневековом обществе Западной Европы. Развитие услуг и сервисной деятельности в российском обществе: объективные факторы развития хозяйствования и услуг в России, роль государственных механизмов в развитии услуг, отечественные услуги: от традиционных форм

* современным, уровень жизни населения и сфера обслуживания в советский и постсоветский периоды.

Услуги и сервисная деятельность в обществе современного типа: влияние индустриального производства на сервисную деятельность, сервисная деятельность в обществе постиндустриального типа, сервисная деятельность в развивающихся странах.

**Раздел 2. Теория услуг**

**Тема 3. Основы теории услуг. Принципы классификации услуг и их характеристики**

Классификация видов услуг. Характеристика основных видов сервисных услуг. Материальные и нематериальные услуги. Отраслевая классификация услуг. Классификация услуг по функциональной направленности. Классификация услуг по взаимосвязанным качествам. Комплексная классификация услуг. Общероссийские классификаторы услуг населению.

2

Классификация социально-культурных услуг (туристические услуги, гостиничные услуги, услуги общественного питания, анимационные услуги, досуговые услуги и т.д. ) (относительно ОКУН, других классификаций).

**Тема 4. Теория организации обслуживания**

Предприятия, учреждения сферы сервиса в России. Особенности организации и функционирования. Классификация предприятий по оказанию услуг. Особенности рынка услуг. Организационно - правовые формы сервисных предприятий, оказывающих различные услуги. Особенности управления сервисным предприятием, основные функции и задачи управления. Организационная структура сервисного предприятия, ее типы и организационные подходы. Факторы динамичного роста сферы услуг. Природа сферы услуг и особенности, отличающие услугу от материального товара.

Классификация предприятий социально-культурной сервиса (гостиницы, рестораны, санаторно-курортные организации, досуговые центры, туристические фирмы и т.д.)

**Раздел 3. Сервисные процессы**

**Тема 5. Качество и безопасность услуг.**

Общие положения. Качество сервисных услуг. Показатели качества

услуги: показатели назначения, безопасности, надежности, профессионального уровня персонала, социального назначения, эстетические показатели и показатели информативности. Безопасность услуг. Показатели безопасности. Безопасность услуги для потребителя. Показатели безопасности для жизни, здоровья и имущества граждан. Показатели безопасности для окружающей среды. Показатели сохранности имущества и информации.

Качество услуги с точки зрения потребителя. Базовое качество. Желаемое качество, ожидаемое качество. Качество гостиничных услуг, туристических х рекреационных, ресторанных, анимационных с точки зрения потребителя.

**Тема 6. Жизненный цикл услуг.**

Основные определения и понятия. Жизненный цикл сервисных услуг и его фазы. Меры, обеспечивающие получение прибыли на различных фазах жизненного цикла. Управления этапами жизненного цикла сопутствующих услуг.

Жизненный цикл услуг в сфере социально-культурного сервиса г. Читы, Росии, зарубежных стран. Меры, обеспечивающие получение прибыли.

**Раздел 4. Сервисные технологии**

**Тема 7. Сервис и сервисные технологии.**

Обслуживание как сервисная система. Система сервисных операций.

Сервисные технологии. Виды сервисных технологий. Виды сервиса.

Технологии услуг социально-культурной сферы.

Сервисные технологии при проектировании новой услуги в сфере сервиса. Технологии оказания гостиничных услуг, туристических,

3

рекреационных, ресторанных, анимационных с точки зрения потребителя.

**Тема 8. Разработка и создание новых услуг.**

Категории новой продукции. Факторы, являющиеся причиной создания новых услуг. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия. Инструменты для разработки услуги. Принципы разработки услуг. Процесс разработки услуги.

Проектирование новой услуги в социально-культурной сфере. Этапы разработки продукта-новинки. Подходы к формированию цены на развитие услуг. Компоненты эффективности внедрения новых видов услуг.

**Раздел 5. Правовое регулирование сервисной деятельности**

**Тема 9. Государственное регулирование сервисной деятельности.**

Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности. Суверенитете потребителя. Права потребителей по международным документам. Закон РФ «О защите прав потребителей». Нормативно-правовые

* законодательные акты регулирующие деятельность сферы услуг: Конституция РФ. Гражданский Кодекс РФ. ФЗ «О защите прав потребителей в РФ». ФЗ «О техническом регулировании». ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения».

Нормативно-правовое регулирование в индустрии туризма. ФЗ «Об основах туристской деятельности». Правила оказания услуг по реализации турпродукта. Система классификации горнолыжных трасс. Система классификации пляжей. Нормативные документы, регулирующие деятельность индустрии гостеприимства. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ. Система классификации гостиниц и других средств размещения. Нормативные документы, регулирующие деятельность предприятий питания. Правила оказания услуг общественного питания.

**Тема 10. Общероссийские стандарты качества.**

Объекты стандартизации и номенклатура показателей качества услуг. Методы определения величины показателей качества. Ответственность продавца (исполнителя) перед потребителем. Государственный стандарт ГОСТ Р 50646 «Услуги населению. Термины и определения». Профессиональный стнадарт. Стандарты сервиса организации. Внутренние стандарты, внешние стандарты.

Корпоративная книга стандартов. Книга или справочник сотрудника. Папка новичка или рабочая тетрадь стажера. Корпоративный кодекс. Корпоративная книга сценариев продаж. Стандарт обслуживания клиентов. Стандарт работы персонала. Стандарт ведения деловых переговоров и другие. Анализ стандартов сервиса в сфере социально-культурного сервиса. Качество обслуживания и производительность.

**Раздел 6. Особенности обслуживания потребителей.**

**Тема 11. Категории потребителей и особенности их обслуживания.**

Значение типологий потребителелей услуг. Определение потребительской среды в сфере услуг. Клиенты и их потребности. Факторы,

влияющие на покупательское поведение. Социально-культурные характеристики и их влияние на сервисное поведение. Социально-

4

демографические характеристики потребителей. Социально-психологические характеристики и поведение потребителей.

Типологизации личностей. Классификация личности по типу темперамента. Психогеометрическая характеристика личности (тест С. Деллингера). Ролевая теория Э.Берта. Манипулятивная теория Э. Шострома.

**Тема 12. Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания.**

Процесс обслуживания потребителей. Взаимодействие с потребителями услуг как управленческая задача. Зарубежная и российская практика обслуживания. Основные методы предоставления услуг. Обязанности менеджера при взаимодействии с клиентами. Предпосылки, которыми должен руководствоваться менеджер сервисного предприятия.

Понятие «форма обслуживания потребителей», традиционные и инновационные формы обслуживания. Формы обслуживания, используемые на предприятиях сферы сервиса: по месту оказания услуг; по способу приема заказов и заявок на услуги; по срокам исполнения заказов; по методу

организации взаимодействия с потребителем; по способу расчета с заказчиком; комплексное обслуживание.

**Раздел 7. Психология сервиса**

**Тема 13. Культура сервиса.**

Культура сервиса и морально-нравственный характер общения людей. Этические основы, деловой этикет, эстетические аспекты сервисной деятельности. Служебный этикет. Социально-культурная сфера и кодекс профессиональной этики работников обслуживания. Организация позитивной атмосферы продаж и обслуживания в сфере услуг.

Понятие, виды и способы разрешение конфликтов. Рассмотрение взаимоотношения специалиста по социально-культурному сервису и клиента в процессе осуществления сервисной деятельности. Понятие «жалоба» в сфере обслуживания. Рассмотрение основных подходов и путей устранения жалоб потребителей.

**Тема 14. «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности»**

Понятие «контактная зона». Пространство контакта. Процесс контакта между клиентом и исполнителем. Содержание контакта. Профессиональная этика работников «контактной зоны». Психология процесса общения. Основные этапы обслуживания клиентов. Значение и последовательность этапов совершения заказа.

Проведение ролевой игры «Контактная зона». Демонстрация студентами: мест предоставления услуг, поведения работника сервисной службы, элементов культуры общения работника контактной зоны, расстояния между работником и посетителем, зрительный контакт.

**Раздел 8. Инновационный сервис**

**Тема 15. Информационный сервис и Интернет-экономика.**

Новые технологии в сфере услуг. Основные понятия и определения. Информационные технологии в сфере услуг. Причины, по которым фирмы

5

услуг инвестируют в новые технологии. Области применения новых технологий в сфере услуг. Технология как конкурентное преимущество. Этика и этикет информационного сервиса.

Понятия: новация, инновация. Виды инноваций: управленческие, технические, технологические и т.д. Инновации в сфере гостиничного сервиса, туристического бизнеса, ресторанного сервиса, санаторно-курортного дела и т.д.

**Тема 16. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности.**

Особенности индивидуального обслуживания. Сферы услуг индивидуального обслуживания. Правила и этикет персонала, работающего с потребителями услуг. Факторы, влияющие на рост популярности индивидуальных форм обслуживания.

Лицензирование видов деятельности. Правила получения лицензии. Приостановление и аннуляция лицензии. Франчайзинг как форма организации малого бизнеса в сервисной деятельности. Кодекс профессиональной этики работников обслуживания.

**Форма текущего контроля**

**Контрольная работа №\_\_\_**

Рекомендации по определению варианта, задания для выполнения контрольной работы, методические рекомендации по выполнению заданий.

**Реферат**

Каждый студент выполняет один вариант задания, выбор задания

производится по последней цифре зачетной книжки.

Темы рефератов.

1. Номенклатура требований и условий, формирующая показатели, влияющие на эффективность функционирования предприятий сферы сервиса.
2. Факторы, влияющие на достижение высоких показателей экономической эффективности функционирования предприятий в сегменте сферы услуг.
3. Понятие услуги в правовом и теоретическом аспектах.
4. Определение этапов жизненного цикла услуги для сферы оказания услуг в рамках направления обучения
5. Организационно-производственные характеристики предприятия сферы сервиса.

6. Особенности формирования организационной культуры

предприятия в сфере сервиса

1. Особенности процесса оказания различных видов и форм услуг
2. Общая характеристика и этапы процесса обслуживания.
3. Особенности взаимодействия с клиентами в контактной зоне.
4. Особенности личностных характеристик работников контактной

зоны.

6

1. Культура общения работников сферы сервиса с клиентами. Воздействие культуры на поведение потребителя.
2. Взаимоотношения специалиста по сервису и клиента в процессе осуществления сервисной деятельности**.**
3. Суверенитет потребителя.
4. Основные права потребителей.
5. Потребительский экстремизм.
6. Основные компоненты маркетинга услуг.
7. Маркетинговая среда предприятия сервиса.
8. Внутренний маркетинг предприятия.
9. Профессиональная этика работников сервиса.
10. Профессиональное поведение работника контактной зоны.

**Другие формы текущего контроля Примерные тестовые задания**

**Итоговое тестирование (А.В. Николаев)**

1. Как называется работа, выполняемая для удовлетворения нужд потребителей, которая в основном неосязаема:

а) услугой

б) производством

в) бытовым обслуживанием

1. Какая из функций не относится к непроизводственной сфере:

а) распределение и обмен товаров, продуктов, веществ

б) преобразование веществ природы с целью их приспособления к человеческим потребностям

в) охрана общественного порядка

г) формирование общественного сознания

1. Какой из перечисленных принципов не должен быть положен в основу развития сферы услуг:

а) максимизация прибыли за счет создания новых потребностей б) услуги должны быть доступны каждому члену общества в) отождествлять сферу услуг с бытовым обслуживанием

1. Под сроком оказания услуг понимается:

а) время на подготовительные работы

б) время на производство услуг

в) время от приема заказа до момента выдачи

1. Из каких процессов состоит процесс оказания услуг:

а)прием и выдача услуг заказчику

б)принятие заказа, исполнение и выдача заказчику

в)производство услуг и контроль качества исполнения

1. При каком из трех возможных исходов конфликтов спор выигрывает один из участников:

а) возврат к исходному состоянию б) частичное разрешение конфликта в) полное разрешение конфликта.

7

1. Каковы специфические особенности общения в сфере обслуживания: а) продавец и покупатель предстают друг перед другом как

обезличенные фигуры

б) необходимо достигать взаимопонимания с посетителями

в) необходимо проявлять высокую культуру общения

1. Что подразумевается под эстетикой заказов:

а)это красивый внешний вид изделий

б)это организация пространства окружающего заказчика

в)это этический облик работников обслуживания

1. Что подразумевается под понятием «высокое качество» услуг:

а) превышение ожиданий потребителя за более низкую цену, чем он предполагал

б) удовлетворение потребности потребителя за установленную цену

в) удовлетворение ожиданий потребителя за высокую цену

1. Какой этап не включается в методику выявления относительного качества услуг:

а) оценка важнейших с точки зрения потребителя критериев

б) выявление критериев, которые приводят к приобретению услуг в) выявление ценового предпочтения

1. С чего начинается процесс разработки новой услуги:

а) с проведения рыночных испытаний

б) с поиска идеи новой услуги

в) с внедрения новой услуги

1. С помощью чего предприятие услуг может укрепить свои позиции в конкурентной среде, кроме как с помощью цены и качества услуги:

а)с помощью экономических решений

б)с помощью имиджа предприятия и услуг

в)с помощью увеличения объема производства

13.Как изменился состав производителей услуг в ходе рыночных преобразований в России:

а) увеличилась доля государственных предприятий

б) увеличилась доля предприятий частной и негосударственной форм собственности

в) доля государственных предприятий и предприятий частной и негосударственной форм собственности ровна.

1. Прогрессивные формы обслуживания призваны: а) приближать услуги к потребителю б) создавать новые виды услуги в) внедрять услуги на рынке
2. От чего не зависит оценка услуги потребителем:

а) от опыта обращения к производителям подобных услуг б) от личных желаний клиента в) от воспитания потребительского сознания клиента

1. Какое из перечисленных качеств не должно присутствовать в профессиональном поведении работника сферы сервиса:

8

а) вежливость

б) умение навязывать услуги

в) компетентность

1. Каким требованиям должно отвечать рабочее место работника сферы сервиса:

а) должно быть обеспечено дорогим оборудованием б) должно обеспечивать обзор офиса в) должно быть выдержана в яркой цветовой гамме

1. Какой из перечисленных типов риска подразумевает переживания покупателя о том, как услуга повлияет на его имидж:

а) психологический риск б) физический риск в) социальный риск

1. Какие потребности общества призвана удовлетворять сфера услуг: а) все виды потребностей б) социальные потребности в) первичные потребности

20. К одному из путей сглаживания сезонного характера

производства услуг относиться:

а) хорошее выполнение заказов

б) регулирование сезонных цен на услуги

в) снизить объем реализации

**Форма промежуточного контроля**

**Зачет**

Перечень примерных вопросов для подготовки к зачету.

1. Определение сервисной деятельности с учетом разных подходов.
2. Сущность сервисной деятельности с позиций экономических и социальных отношений в обществе.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3. | Особенности | сервисной | деятельности | по | сравнению | с |
| производственным процессом. |  |  |  |  |
| 4. | Понимание | сервисной | деятельности | с | позиций практики |

взаимодействия производителя и потребителя услуг, компоненты взаимоотношения; особенности в зависимости от типа услуг.

1. Многогранная природа сервисной деятельности.
2. Уровни и компоненты научного анализа сервисной деятельности.
3. Научных анализ сервисной деятельности с позиций системного подхода.
4. Предметно-дисциплинарный подход к сервисной деятельности, междисциплинарный характер.
5. Экономико-центристская направленность сервисной деятельности в истории ее развития в рамках английской политэкономии.

9

10. Марксистская методология научного анализа сервисной деятельности.

1. Определение услуги в соответствии с Госстандартом, с позиций современной экономики.
2. Определение услуги и товара, особенности услуг в отличие от

товара.

1. Относительный характер различий между производством товаров и оказанием услуг.
2. Классификация услуг по функциональному назначению, определения, виды.
3. Понятие об основных и дополнительных услугах на примере туристского продукта.
4. Дополнительные туристские услуги, понятие о диверсификации

услуг.

1. Типы услуг на основе специфических подходов.
2. Классификация услуг по принципу вещественности.
3. Материальные и нематериальные услуги; стандартизированные и творческие услуги.
4. Понятие о личных и производственных услугах.
5. Коммерческие и некоммерческие услуги.
6. Классификация услуг по форме организации.
7. Понятие о «чистых» и «смешанных» услугах, идеальных и материальных услугах. Взаимодополнительный характер услуг.
8. Классификация услуг по степени контакта с потребителем, по сегментам потребителей, по материальным и энергозатратам.
9. Понятие о личностных и безличностных простых и сложных, добровольных и навящевых услугах.

Перечень примерных вопросов для подготовки к зачету (5 семестр).

1. Предоставление услуги: определение, этапы; определение сферы

услуг.

1. Понятие о сервисизации экономики. Роль и место сервисной деятельности в экономике страны.
2. Субъекты сервисной деятельности; виды, задачи, принципы, значение их деятельности.
3. Признаки услуг, сообщающие сервисной деятельности специфический характер в экономике.
4. Сервисный продукт: понятие, компоненты, ресурсы, отличие от единичной услуги.
5. Уровни генерации услуг в сервисный продукт на примере национального туристского продукта.
6. Средние, малые и сверхмалые предприятия в сервисной деятельности, их доля в национальном продукте.

10

8. Общая характеристика процесса управления сервисного предприятия. Функции управления, особенности управления в сфере сервиса.

1. Предприятие сервиса с позиции системной целостности, ее подсистемы.
2. Понятие общего управления (менеджмента), особенности в зависимости от масштаба сервисного предприятия.
3. Цель сервисного предприятия; понятие, виды.
4. Руководство к действиям менеджера в процессе взаимодействия с потребителем, методы взаимодействия.
5. Жалоба в сфере обслуживания, типы недовольств клиентов; административные реагирования и значимость.
6. Позитивное отношение к жалобам в системе мер по работе с недовольными клиентами.
7. Контактная зона: понятие, требования, оперативное управление, эффективность и качество обслуживания.
8. Взаимоотношения специалиста по сервису и туризму и клиента в процессе осуществления сервисной деятельности
9. Предприятия, оказывающие услуги населению (сферы сервиса)
10. Теория и практика сервиса с учетом национальных, региональных, этнических, демографических и природно-климатических особенностей обслуживания.
11. Управление сервисным предприятием.
12. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности.

**Экзамен**

Перечень примерных вопросов для подготовки к экзамену.

1. Понятия «сервис» в широком и узком смысле слова.
2. Понятие «сервисная деятельность».
3. Понятие «культура сервиса».
4. Понятие «услуга».
5. Основные группы услуг и их характеристики.
6. Компоненты качества услуги.
7. Принципы современного сервиса.
8. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.
9. Периодизация истории сервисной деятельности в России.
10. Сфера сервиса в России во второй половине 19-начале 20 века.
11. Особенности сферы сервиса в Советской России.
12. Позитивные и негативные тенденции в развитии сферы сервиса в 90-е гг. 20 века и в начале 3-го тысячелетия.
13. Виды сервисной деятельности.
14. Учреждения и организации сферы сервиса в России.
15. Производственные объединения в сфере сервисной деятельности.

11

1. Значение репутации предприятия сферы сервиса.
2. Понятие «индустрия сервиса».
3. Понятие «инфраструктура сервиса».
4. Разновидности услуг и их характеристика.
5. Услуга и товар: сходство и различие.
6. Рациональная организация пространственной среды сервисной деятельности.
7. Стратегия и приоритеты сервисной деятельности.
8. Критерии качества и эффективности сервисной деятельности.
9. Роль общения в сервисной деятельности.
10. Требования к персоналу сферы сервиса.
11. Принципы профессионального поведения организатора сервиса.
12. Жизненный цикл услуг
13. Инновации в сфере сервиса.
14. Особенности поведения потребителей в сервисной деятельности.
15. Влияние этнической культуры на поведение потребителя.
16. Психология процесса сервисной деятельности.
17. Этапы продажи услуги.
18. Понятие «послепродажный сервис».
19. Понятие «фирменное обслуживание».
20. Нормативные документы по обслуживанию населения.
21. Предприятия сервиса, классификация, особенности.
22. Документы, фиксирующие отношения сервисной организации и потребителей услуг.
23. Место сервиса в индустриальном и постиндустриальном обществе.
24. «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности»
25. Значение эстетики среды сервисной деятельности.
26. Документы, фиксирующие отношения сервисной организации и потребителей услуг.
27. Практика сервиса с учетом национальных и демографических особенностей.
28. Индивидуальный подход к потребителю сервисных услуг.
29. Формы обслуживания потребителей.
30. Сервисная деятельность и самообслуживание: отличительные

черты.

1. Процесс личной продажи: особенности сервисной коммуникации.
2. Общероссийский классификатор услуг населению.
3. Правила поведения в конфликтных ситуациях.
4. Деловые и межличностные конфликты в сфере сервиса.
5. Основные стратегии поведения в конфликте.

**Оформление письменной работы согласно МИ 4.2-5/47-01-2013** Общие требования к построению и оформлению учебной текстовой документации

12

**Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

**Основная литература**

1. **Ветитнев А.М.** Организация санаторно-курортной деятельности:учеб.пособие/ Ветитнев Александр Михайлович, Войнова Янина Александровна. - Москва: Федеральное агенство по туризму "Туризм", 2014. - 272 с. (10 экз.)
2. **Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов**:учеб.

пособие / Барчуков Игорь Сергеевич [и др.]. - Москва : Кнорус, 2014. - 168 с. - (Бакалавриат). (1 экз.)

1. **История туризма**:учебник/В.Э.Багдасарян[и др.];отв.ред.и сост.Ю.С. Путрик. - Москва : Федеральное агенство по туризму, 2014. - 256 с. (10 экз.)
2. **Психология делового общения в туризме и гостеприимстве**:учеб.

пособие/ А. А. Федулин [и др.] ; под общ. ред. Е.С. Сахарчук. - Москва : Федеральное агенство по туризму, 2014. - 192 с. (10 экз.)

1. **Свириденко Ю.П.** Сервисная деятельность:учебное пособие длястудентов высших проф. учебных заведений, обучающихся по специальности 100103 "Социально-культурный сервис и туризм"/ Ю. П. Свириденко, В. В. Хмелев; Ю. П. Свириденко, В. В. Хмелев. - М: Альфа: : ИНФРА-М,, 2011. – 207с. (10 экз.)

**Дополнительная литература**

* 1. **Введение в специальность. История сервиса**:учеб.пособие/

Аманжолова Дина Ахметжановна [и др.]. - Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2009. - 384 с. - (Сервис и туризм). (20 экз.)

* 1. **Велединский В.Г.** Сервисная деятельность:учебник/ВелединскийВалерий Георгиевич. - Москва: Кнорус, 2010. - 176 с. (5 экз.)
	2. **Виноградова М.В.** Организация и планирование деятельностипредприятий сферы сервиса: учеб. пособие/ Виноградова Марина Викторовна, Панина Зинаида Ивановна. - 5-е изд., перераб.и доп. - М. :

Дашков и К, 2010. - 448с. (10 экз.)

* 1. **Гельман В.Я.** Статистика туризма:учебник для студентов высшихучебных заведений, обучающихся по направлению "Туризм"/ / В. Я. Гельман; В. Я. Гельман; Балтийская акад. туризма и предпринимательства. - М.:

Академия,, 2010. – 329с. (5 экз.)

* 1. **Гостиничное и ресторанное дело, туризм: сборник нормативных документов**:учеб.пособие/сост.Ю.Ф.Волков.- 2-е изд.,перераб.и доп.-Ростов н/Д.: Феникс, 2010. - 734с. (1 экз.)
	2. **Гостиничные комплексы. Организация и функционирование**:

учеб. пособие/ Романов Виктор Алексеевич [и др.]. - 2-е изд. - Ростов н/Д. : МарТ, 2010 : Феникс. - 221 с.: ил. - (Туризм и сервис). (10 экз.)

* 1. **Гуляева И.Н.** Защита прав потребителей в вопросах и ответах:типовые ситуации и примеры/ Гуляева Ирина Николаевна. - 3-е изд., перераб.
* доп. - Москва: Омега-Л, 2009. - 221 с. - (Защита прав потребителей). (5 экз.)

13

* 1. **Иванов А.А.** История российского туризма(IХ-ХХ вв.) :учеб.пособие / Иванов Андрей Александрович. - Москва : ФОРУМ, 2011. - 320 с. (5 экз.)
	2. **Индустрия туризма: правовые основы социально-культурного сервиса и туризма** /сост.Г.М.Дехтярь.-Москва:Финансы и статистика,

2011. - 416 с. (3 экз.)

* 1. **Карнаухова В.К.** Сервисная деятельность:учеб.пособие/Карнаухова Вера Константиновна, Краковская Татьяна Алексеевна ; под ред. Ю.М. Краковского. - 3-е изд., перераб. и доп. - Ростов н/Д.: МарТ, 2010. - 254с. - (Туризм и сервис). (5экз.)
	2. **Кусков А.С.** Туристский бизнес:словарь-справочник/КусковАлексей Сергеевич, Джаладян Юлия Александровна. - Москва: Форум, 2011.
* 383 с. (2экз.)
	1. **Лиханова В.В.** Гостиничная индустрия Забайкалья:учеб.пособие/Лиханова Виктория Валерьевна. - Чита: ЗабГУ, 2012. - 121с. (25 экз.)
	2. **Лойко О.Т.** Сервисная деятельность: :учеб.пособие для студентоввузов, обучающихся по специальностям и направлениям укрупненной группы направлений "Сфера обслуживания"/ О. Т. Лойко; О. Т. Лойко. - 2-е изд., стереотип. - М.: Академия,, 2010. – 303с. (5 экз.)
	3. **Малахова Н.Н.** Инновации в туризме и сервисе:учеб.пособие/Малахова Наталья Николаевна, Ушаков Денис Сергеевич. - 2-е изд., доп. и перераб. - М.: Март; Ростов н/Д.: Феникс, 2010. - 244 с. - (Туризм и сервис). (11 экз.)
	4. **Новиков В.С.** Инновации в туризме:учеб.пособие/НовиковВладимир Семёнович. - 3-е изд., испр. и доп. - М. : Академия, 2010. - 208с. - (Высшее профессиональное образование). (31 экз.)
	5. **Рамендик Д.М.** Психологический практикум:учеб.пособие длястудентов вузов, обучающихся по специальностям "Сервис", "Социально-культурный сервис и туризм", "Домоведение"/ Д. М. Рамендик, О. В. Одинцова; Д. М. Рамендик, О. В. Одинцова. - 2-е изд., стереотип. - М.: Академия, 2009. – 192 с. - (Высшее проф. образование). (30 экз.)
	6. **Скобкин С.С.** Практика сервиса в индустрии гостеприимства и

туризма: учеб. пособие/ Скобкин Сергей Сергеевич. - М.: Магистр, 2010. -

493с. (35 экз.)

* 1. **Соколова М.В.** История туризма:учеб.пособие/Соколова МаринаВалентиновна. - 6-е изд., стер. - М.: Академия, 2010. - 352с. (34 экз.)
	2. **Чудновский А.Д.** Управление потребительскими предпочтениями всфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учеб. пособие/ Чудновский Алексей Данилович, Жукова Марина Александровна. - Москва: Федеральное агенство по туризму, 2014. - 304 с. (10 экз.)

14

**Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы\***

\*Указываются базы данных, информационно-справочные и поисковые системы необходимые для проведения конкретных видов занятий по дисциплине.

Ведущий преподаватель А.Ю. Устюжина

Заведующий кафедрой М.И. Мелихова

15