

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
дисципліни

“СОЦІАЛЬНИЙ СЕРВІС”

(для бакалаврів спеціальності “Туризм”)

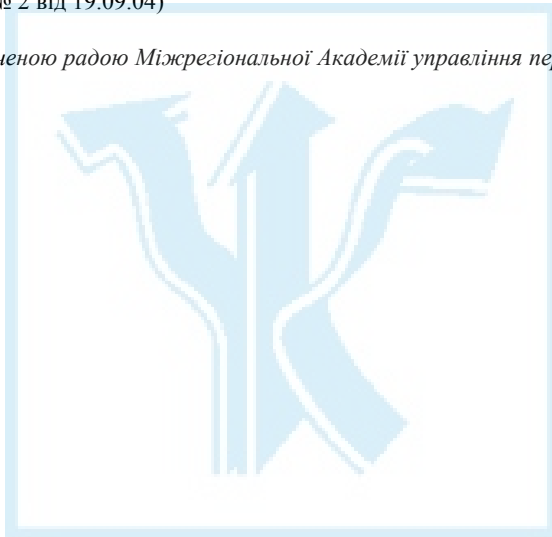
МАУП

Київ 2005

Підготовлено викладачем *Т. С. Кукліною*

Затверджено на засіданні кафедри міжнародного туризму
(протокол № 2 від 19.09.04)

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом



Кукліна Т. С. Навчальна програма дисципліни “Соціальний сервіс” (для бакалаврів спеціальності “Туризм”). — К.: МАУП, 2005. — 15 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, навчально-тематичний план, програмний матеріал до вивчення дисципліни “Соціальний сервіс”, вказівки до виконання контрольної роботи, варіанти контрольних робіт, питання для самоконтролю, а також список рекомендованої літератури.

© Міжрегіональна Академія
управління персоналом (МАУП),
2005

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Соціально-культурний сервіс і туризм — одна з провідних галузей світової економіки, а також вітчизняного бізнесу, що динамічно розвиваються.

Сфера обслуговування відіграє величезну роль інфраструктури для економіки. З розвитком економіки значення сфери обслуговування ще далі зростає і дедалі більше людей долучаються до її різних галузей. Зокрема, приблизно 70 % валового національного продукту економічно розвинених країн генерується у сфері обслуговування, до якої входять також соціально-культурний сервіс і туризм.

Туризм так само є однією з провідних і найдинамічніших галузей світової економіки. За швидкі темпи зростання його визнано економічним феноменом сторіччя. У багатьох країнах світу туризм відіграє значну роль у формуванні валового внутрішнього продукту, створенні додаткових робочих місць і забезпеченні зайнятості населення, активізації зовнішньоторговельного балансу. Туризм впливає на такі ключові галузі економіки, як транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та інші, тобто є своєрідним катализатором соціально-економічного розвитку.

У свою чергу, на розвиток туризму впливають різні фактори: демографічні, природно-географічні, соціально-економічні, історичні, релігійні, політико-правові.

Значення туризму, а відповідно й сервісу як джерела валютних надходжень, розширення міжнародних контактів, забезпечення зайнятості населення постійно підвищується в усьому світі.

Щодалі значною мірою підвищується інтерес підприємців до туризму. Ефективно спланована, динамічно і професійно реалізована політика національного туризму в кінцевому підсумку вигідна для будь-якої країни.

Індустрія гостинності охоплює різні групи організацій, зокрема готелі, мотелі, гостьові будинки, ресторани, кафе, магазини туристичних товарів, парки відпочинку, клуби, багато інших сфер культури, пов'язаних з туризмом і відпочинком, що надають соціальні й персональні послуги.

Разом з тим, для того щоб досягти великих успіхів у туристському бізнесі, необхідні професійна, заснована на потребах споживача туристичних послуг, організація виробництва і реалізації туристського продукту, глибокі знання міжнародних правових норм і правил, практики туристичного менеджменту і маркетингу, кон'юнктури туристичного ринку.

У сучасних умовах потребується чимало фахівців цієї перспективної галузі, хоча реально спостерігається значна невідповідність пропонованих споживачам рівня і пакету послуг міжнародним вимогам і стандартам. Певною мірою це спричинено низьким рівнем професійної підготовки працівників індустрії сервісу і туризму.

Програмою курсу “Соціальний сервіс” передбачається поглиблене теоретичне вивчення проблем майбутньої спеціальності: управління у сфері сервісу і туризму, професійної етики, культури спілкування з клієнтами, ролі реклами і зв’язків із громадськістю (PR) у формуванні попиту на послуги сервісу та туризму.

Вивчення дисципліни “Соціальний сервіс” передбачає такі форми організації навчального процесу, як лекції, семінарські та практичні заняття, виконання контрольних робіт, написання тематичних рефератів, складання заліку.

Мета вивчення дисципліни “Соціальний сервіс” — ознайомитись із сучасним ринком послуг, особливостями сфери соціально-культурного сервісу (з урахуванням потреб кожної окремої людини і суспільства загалом), правовими нормами, перспективами розвитку сервісу в різних областях України, а також в інших країнах світу.

Завдання дисципліни:

- засвоєння основних понять сервісної діяльності;
- аналіз сучасного стану ринку послуг в Україні та країнах світу;
- опанування тенденцій розвитку у сфері сервісу.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні *знати*:

- законодавство у сфері соціально-культурного сервісу і туризму, а також правові норми, що регулюють відносини між особою і родиною, суспільством, навколишнім середовищем;
- естетичні та правові норми, що регулюють людські відносини, а також уміти враховувати їх при розробці екологічних і соціокультурних проектів;
- основи сучасних дисциплін про людину, її потреби; методи задоволення соціальних і культурних потреб індивіда, родини і суспільства;
- норми ділового письмового і усного мовлення, процеси організації ефективної мовної комунікації у сфері соціально-культурного сервісу і туризму;

- процес створення умов для формування ринку послуг соціально-культурного сервісу і туризму з урахуванням застосування прогресивних технологій;
- можливості сучасних інформаційних технологій, а також методи збирання, зберігання і обробки даних при підготовці рішень у сфері соціально-культурного сервісу й туризму;

уміти:

- розробляти стратегію і тактику діяльності підприємств та організацій, що пропонують послуги соціально-культурного сервісу і туризму;
- використовувати кілька іноземних мов при наданні послуг соціально-культурного сервісу і туризму;
- забезпечувати систему заходів підвищення якості послуг, що надаються підприємствами соціально-культурного сервісу і туризму;
- брати участь в організації, плануванні та вдосконаленні діяльності служб соціально-культурного сервісу та туризму і розробляти заходи підвищення ефективності їх діяльності;
- приймати управлінські рішення в межах компетенції і здійснювати зв'язок із громадськістю;
- брати участь у доборі, розміщенні та підвищенні кваліфікації кадрів служб соціально-культурного сервісу і туризму.

НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
вивчення дисципліни
“СОЦІАЛЬНИЙ СЕРВІС”

№ пор.	Назва теми
1	Вступ до дисципліни
2	Ринок послуг
3	Організаційно-технологічні аспекти соціального сервісу
4	Процес сервісного обслуговування
5	Конкуренція і комунікація сфери послуг
6	Асортиментна та інноваційна політика в галузі соціального сервісу
7	Культура сфери послуг
8	Естетика в соціальному сервісі
9	Етика і психологія в сервісній діяльності
10	Правова база ринку послуг
11	Соціальний сервіс зарубіжних країн

ПРОГРАМНИЙ МАТЕРІАЛ
до вивчення дисципліни
“СОЦІАЛЬНИЙ СЕРВІС”

Тема 1. Вступ до дисципліни

Предмет, зміст дисципліни “Соціальний сервіс”. Основні терміни та поняття з дисципліни.

Література [1–5; 8–25]

Тема 2. Ринок послуг

Сервіс як засіб задоволення потреб людини. Формування ринку послуг. Класифікація послуг, їх характеристика. Принципи сучасного сервісу. Основні завдання системи сервісу. Життєвий цикл сервісних послуг. Просторовий і часовий фактори при сегментації сфери послуг.

Література [1–12; 16; 23]

Тема 3. Організаційно-технологічні аспекти соціального сервісу

Основні підходи до здійснення сервісу. Організаційна структура сервісного центру. Етапи організаційного становлення служби сервісу. Стандарти обслуговування. Якість послуг. Контроль задоволеності споживача.

Література [1–12; 25–28; 30]

Тема 4. Процес сервісного обслуговування

Принципи, функції і концепції сервісного обслуговування. Структура напрямів сервісної діяльності. Основні та допоміжні елементи обслуговування. Сприйняття споживачем сервісного обслуговування.

Література [1–12; 27; 28; 30–32]

Тема 5. Конкуренція і комунікація сфери послуг

Види і особливості конкуренції у сфері сервісу. Імідж підприємства, що працює у сфері послуг. Конкурентні стратегії на ринку послуг. Методи оцінки і показники конкурентоспроможності послуг. Особливості

надання супутніх послуг в умовах конкурентної боротьби. Комунікації ринку послуг. Реклама послуг: планування, реалізація, контроль.

Література [1–12; 18; 19; 22; 30]

Тема 6. Асортиментна та інноваційна політика в галузі соціального сервісу

Основні завдання і стратегії асортиментної політики. Основні складові інноваційної політики. Процес розробки нової послуги.

Література [1–12; 18; 19; 22; 30]

Тема 7. Культура сфери послуг

Поняття і складові культури сервісу. Нові види послуг і прогресивні види обслуговування. Культура спілкування працівників сфери спілкування з клієнтами.

Література [1–12; 14–18; 22–35]

Тема 8. Естетика в соціальному сервісі

Поняття естетики у сфері послуг. Естетика послуг. Естетика підприємств ринку послуг і працівників сфери послуг.

Література [1–12; 20–26; 33–38]

Тема 9. Етика і психологія в сервісній діяльності

Поняття етичної культури сервісу. Професійна етика працівників “контактної зони”. Психологія сфери сервісу.

Література [1–12; 18–25; 31–34]

Тема 10. Правова база ринку послуг

Нормативні документи з обслуговування населення.

Література [1–12; 16–21]

Тема 11. Соціальний сервіс зарубіжних країн

Особливості зарубіжних ринків послуг.

Література [1–12; 33–38]

ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Відповідно до навчального плану студенти виконують контрольну роботу. Варіант контрольної роботи студенти визначають за останньою цифрою номера своєї залікової книжки. Остання цифра номера залікової книжки “0” відповідає варіанту “10”.

Для послідовного і чіткого викладу матеріалу слід скласти план роботи.

У процесі виконання контрольної роботи необхідно використовувати джерела, наведені в навчальній програмі і рекомендовані на лекціях, а також підручники та нормативні акти з теми роботи.

Обсяг контрольної роботи — до 20 сторінок формату А4.

Контрольна робота повинна містити вступ, основну частину та висновки. Наприкінці роботи необхідно навести список використаної літератури, зазначити дату завершення виконання роботи і підписатись.

Після перевірки контрольної роботи і одержання позитивної оцінки студент допускається до заліку або екзамену.

ВАРІАНТИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Варіант 1

1. Сучасні тенденції, прогнози і перспективи розвитку сервісної діяльності.
- 2*. Аналіз речення і асортиментів послуг двох-трьох сервісних підприємств.

Варіант 2

1. Пасажирські перевезення як напрям сервісної діяльності.
- 2*. Аналіз речення і асортиментів послуг двох-трьох сервісних підприємств.

Варіант 3

1. Тури і туристські послуги як напрями сервісної діяльності. Особливості й види турів.
- 2*. Аналіз речення і асортиментів послуг двох-трьох сервісних підприємств.

Варіант 4

1. Готельна діяльність як напрям сервісної діяльності. Моделі організації готельного обслуговування.

2*. Аналіз речення і асортиментів послуг двох-трьох сервісних підприємств.

Варіант 5

1. Інформаційні технології в різних напрямках сервісної діяльності.

2*. Аналіз речення і асортиментів послуг двох-трьох сервісних підприємств.

Варіант 6

1. Ресторанний бізнес як напрям сервісної діяльності. Види обслуговування в ресторані. Види і функції меню.

2*. Аналіз речення і асортиментів послуг двох-трьох сервісних підприємств.

Варіант 7

1. Сервісна діяльність у сфері дозвілля і відпочинку. Види підприємств. Особливості сервісу.

2*. Аналіз речення і асортиментів послуг двох-трьох сервісних підприємств.

Варіант 8

1. Матеріальне забезпечення і оснащення сервісної діяльності. Категорії обслуговування (люкс, бізнес, ошадливий).

2*. Аналіз речення і асортиментів послуг двох-трьох сервісних підприємств.

Варіант 9

1. Послуга як основа сервісної діяльності. Особливості послуг. Види послуг.

2*. Аналіз речення і асортиментів послуг двох-трьох сервісних підприємств.

Варіант 10

1. Послуга як основа сервісної діяльності. Особливості послуг. Види послуг.

2*. Аналіз речення і асортиментів послуг двох-трьох сервісних підприємств.

*Примітки: 1. За допомогою пошукових сайтів знайти в мережі Інтернет сайти, де подано сервісні підприємства (див. ключові слова дисципліни). Рекомендується вибрати сайти фірм, що репрезентують такий самий вид обслуговування.

2. Описати кожний сайт (якій належить фірмі, сфера її діяльності, мета створення сайту, його дизайнерське рішення, інформативність, додаткові функції і посилання, актуальність).

3. Описати основні пропоновані послуги і асортимент підприємства. Які можливості надає сайт відвідувачу?

4. Зробити висновки про ефективність функціонування кожного сайту, здійснити порівняльний аналіз сайтів.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Визначення поняття “сервіс”.
2. Послуги: поняття, види, відмітні риси.
3. Ринок послуг.
4. Життєвий цикл послуги.
5. Принципи сервісного обслуговування.
6. Функції сервісного обслуговування.
7. Концепції сервісного обслуговування.
8. Види сервісної діяльності.
9. Сприйняття споживачем сервісного обслуговування.
10. Особливості здійснення маркетингу.
11. Етикет у сфері обслуговування.
12. Естетика в сервісі.
13. Контактна зона.
14. Конкуренція у сфері обслуговування.
15. Оцінка конкурентоспроможності послуг.
16. Комунікації у сфері соціального сервісу.
17. Основні завдання інноваційної політики сервісного підприємства.
18. Асортиментна політика сервісного підприємства.
19. Розробка нової послуги.

20. Поняття культури сервісу.
21. Розвиток сервісу.
22. Залежність соціального сервісу від демографічних, кліматичних та інших особливостей регіону.
23. Правова база у сфері сервісу і послуг.
24. Сервіс в Україні.
25. Сервіс за кордоном.
26. Визначення сервісної діяльності.
27. Відмітні характеристики товару і послуги.
28. Особливості ресторанного бізнесу.
29. Соціальний сервіс країн СНД.
30. Особливості готельного бізнесу.
31. Особливості сервісу у сфері організації відпочинку і дозвілля.
32. Особливості сервісу на пасажирському транспорті.
33. Етапи розробки нової послуги.
34. Моделі організації готельного обслуговування.
35. Способи організації ресторанного обслуговування.
36. Елементи сервісного обслуговування.
37. Процедури соціального сервісного обслуговування.
38. Поняття соціального сервісного обслуговування.
39. Види соціального сервісного обслуговування.
40. Забезпечення споживчої переваги на ринку сервісу і послуг.
41. Особливості задоволення споживчого попиту на ринку сервісу і послуг.
42. Види комунікаційної взаємодії при наданні соціального сервісного обслуговування.
43. Критерії конкурентоспроможності сервісу і послуг.
44. Розробка нової послуги.
45. Розробка асортиментів послуг.
46. Особливості інноваційної політики сервісного підприємства.
47. Основні, додаткові, супутні послуги: поняття, особливості.
48. Інноваційна політика у сфері соціального сервісу і послуг.
49. Критерії культури обслуговування.
50. Естетична концепція соціального сервісного підприємства.
51. Професійна етика працівників “контактної зони”.
52. Психологічний портрет фахівця сфери обслуговування.
53. Психологічні прийоми в сервісному обслуговуванні.
54. Концепція етики сервісного підприємства.
55. Світовий ринок послуг: стан, проблеми, перспективи.

56. Провідні компанії зарубіжних ринків послуг.
57. Сучасні тенденції, прогнози і перспективи розвитку сервісної діяльності.
58. Сервісна діяльність у сфері дозвілля і відпочинку. Види підприємств.
59. Матеріальне забезпечення і оснащення соціального сервісної діяльності. Категорії обслуговування (люкс, бізнес, ощадливий).
60. Особливості сервісу у сфері дозвілля і відпочинку.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. *Хаксвер К.* Управление и организация в сфере услуг: Пер. с англ. / Под ред. В. В. Кулибановой. — 2-е изд. — СПб.: Питер, 2002. — 752 с.
2. *Правила бытового обслуживания населения в РФ* от 08.06.93 № 536.
3. *Концепция* реорганизации и развития туризма в Российской Федерации // Турифо. — 1996. — № 1.
4. *Аксютин Ю. В.* Туристский бизнес: развитие и совершенствование управления (на примере Хабаровского края): Дис. ... канд. экон. наук. — Хабаровск: Изд-во ХГАЭиП, 2000.
5. *Гостиничный и туристический бизнес* / Под ред. проф. А. Д. Чудновского. — М.: ЭКМОС, 1998. — 352 с.
6. *Иловайский, Н. Д., Киселев А. Н.* Сервис на транспорте (железнодорожном): Учебник. — М.: Маршрут, 2003. — 585 с.
7. *Калиновская Н. А., Чернов В. А.* Туризм и экономика региона: Монография. — Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2001. — 144 с.
8. *Папирян Г. А.* Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны): Учебник. — М.: Экономика, 2000. — 207 с.
9. *Папирян Г. А.* Международные экономические отношения: Экономика туризма: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 1998. — 208 с.
10. *Песоцка Е. В.* Маркетинг услуг: Учеб. пособие. — М.; СПб.: Питер, 2000. — 68 с.
11. *Сенин В. С.* Организация международного туризма: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 400 с.
12. *Федцов В. Г.* Культура сервиса: Учеб.-практ. пособие. — М.: ПРИОР, 2001. — 208 с.

Додаткова

13. *Амосова А. А.* Научить, проверить, оценить: О менеджменте качества в столичном отделе “Националь” // Служба кадров. — 2003. — № 5. — С. 26–29.
14. *Апатцев В. И., Левин С. Б.* Система оценки уровня сервисного обслуживания клиентов на железнодорожном транспорте // Наука и техника транспорта. — 2003. — № 1. — С. 4–11.
15. *Арасланов Т. Н.* Цель и основные составляющие портфельного анализа деятельности сервисных предприятий // Менеджмент в России и за рубежом. — 2003. — № 1. — С. 59–65.
16. *Гришин Г. Г.* Расширение диапазона услуг, повышение доходности // Железнодорожный транспорт. — 2002. — № 7. — С. 46–47.
17. *Деятельность сервис-центров вокзалов железных дорог России // Организация движения и пассажирские перевозки (ЭИ/ЦНИИТЭИ МПС).* — 1997. — № 2. — С. 1–25.
18. *Дригалкин В.* HTML: Сервис и украшательство // Компьютеры + программы. — 2003. — № 7–8. — С. 72–75.
19. *Ефремов А. А.* Организация охраны труда в сфере малого предпринимательства: Сервисное обслуживание // Справочник специалиста по охране труда. — 2004. — № 1. — С. 41–44.
20. *Зайнашева З. Н.* Обеспечение конкурентоспособности сервиса потребителей товаров // Стандарты и качество. — 2003. — № 3. — С. 46–48.
21. *Зимин С. С.* Туризм нуждается в поддержке // ТОЗ-Бродяга. — 1999. — № 10–11. — С. 3.
22. *Как составить план по маркетингу сервисной компании.* — М.: Дело, 1997. — 80 с.
23. *Камалов Р. А.* Центр транспортных услуг // Железнодорожный транспорт. — 1997. — № 2. — С. 8–13.
24. *Кирсановский В. М.* Сервис-центры на вокзалах // Железнодорожный транспорт. — 1997. — № 6. — С. 21–23.
25. *Концептуальные основы подготовки кадров по специальности “Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм” / В. В. Кузин, С. А. Гониянц, А. И. Исмаилов, В. Г. Щербаков // Теория и практика физической культуры.* — 2003. — № 5. — С. 47–49.
26. *Котлер Ф., Боуэн Д.* Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник. — М.: ЮНИТИ, 1998. — 600 с.
27. *Кулибанова В. В.* Маркетинг: сервисная деятельность: Учеб. пособие. — СПб., 2000. — 120 с.

28. *Курс на фирменное транспортное обслуживание // Железнодорожный транспорт.* — 1997. — № 5. — С. 10–15.
29. *Левченко А. С., Комендант С. Б., Строчков В. А.* Качественное обслуживание клиентуры — залог устойчивого положения на рынке транспортных услуг (опыт Куйбышевской железной дороги) // *Вестн. ВНИИЖТ.* — 1997. — № 5. — С. 3–8.
30. *Ляпунов И. К.* О цветах рекламы туризма и ее символах // *Рекламный мир.* — 1995. — № 9–10. — С. 8–12.
31. *Маркова В. Д.* *Маркетинг услуг.* — М.: Финансы и статистика, 1996. — 128 с.
32. *Морозов М. А., Морозова Н. С.* Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. *Оргтехника: Учебник / М. А. Морозов.* — М.: Академия, 2002. — 240 с.
33. *Орлов Б. И.* “Детский сад” на борту самолета // *Гражданская авиация.* — 2003. — № 10. — С. 31.
34. *Чернышев Б. Н.* Управление персоналом в сервисных организациях // *Управление персоналом.* — 2003. — № 12. — С. 68–71.
35. *Совершенствование работы сервис-центров // Организация движения и пассажирские перевозки (ЭИ/ЦНИИТЭИ МПС).* — 1998. — № 2. — С. 1–21.
36. *Совершенствование системы фирменного транспортного обслуживания пассажиров // Организация движения и пассажирские перевозки: ЭИ/ЦНИИТЭИ МПС.* — 1999. — № 1. — С. 23–29.
37. *Третьяк С. Н., Шуковская М. А.* Непроизводственная инфраструктура в составе национальной экономики России: *Монография.* — Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2001. — 130 с.
38. *Шухасова И.* Таймшер — туризм, отдых, доход // *Voyage.* — 1995. — № 2. — С. 24–25.

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	3
Навчально-тематичний план вивчення дисципліни “Соціальний сервіс”	5
Програмний матеріал до вивчення дисципліни “Соціальний сервіс”	6
Вказівки до виконання контрольної роботи	8
Варіанти контрольних робіт	8
Питання для самоконтролю	10
Список рекомендованої літератури	12

Відповідальний за випуск
Редактор
Комп’ютерне верстання

Ю. В. Нешкуненко
І. В. Хронюк
Т. Г. Замура

МАУП

Зам. № ВКЦ-2311

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП