

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«КОЛЛЕДЖ «КРАСНОСЕЛЬСКИЙ»**

**РАССМОТРЕНО И ПРИНЯТО**  
на заседании Педагогического Совета  
СПб ГБПОУ «Колледж «Красносельский»

Протокол № 9 от 25.06 2020 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор СПб ГБПОУ  
«Колледж «Красносельский»

Г.И. Софина  
2020 г.  
Приказ № 88 от 25.06 2020 г.



**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
ПО ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

по дисциплине

ОПД.01 Сервисная деятельность

для обучающихся по специальности

43.02.13 Технология парикмахерского искусства

**СОГЛАСОВАНО**

Эксперт(ы) от работодателя:



Санкт-Петербург

2020 г.

## **Содержание**

1. Пояснительная записка
2. Планирование практических занятий
3. Критерии оценки выполненных заданий и степени овладения запланированными умениями
4. Практические задания

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Методические рекомендации по организации и проведению практических работ предназначены для реализации учебного плана по подготовке обучающихся по специальности **43.02.13 «Технология парикмахерского искусства»**.

Практические работы предназначены для обобщения, систематизации, углубления, закрепления полученных теоретических знаний на уроках учебной дисциплины ОП.01 **Сервисная деятельность**, и формирования умений применять полученные знания на уроках учебной и производственной практик, выработки самостоятельности, ответственности, творческой инициативы при решении конкретных профессиональных задач в коммерческой организации при оказании услуг.

Методические рекомендации по организации и проведению практических работ составлены в соответствии с рабочей программой, на базе основного общего образования и могут быть использованы при подготовке обучающихся на базе полного среднего образования.

В данном пособии дано описание 10 практических работ охватывающих темы:

<u>Тема 1</u> Сущность сервисной деятельности
<u>Тема 2</u> Сервис как деятельность и потребность человека
<u>Тема 3</u> Качество сервисных услуг и эффективность сервисной деятельности
<u>Тема 4</u> Основы культурного профессионального общения
<u>Тема 5</u> Понятие контактной зоны

Практические работы включают в себя: цель работы, задание, порядок выполнения, оформление работы, краткие теоретические сведения, тесты, список литературы, вспомогательные средства для выполнения работы.

### **Правила выполнения ЗАДАНИЙ НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ**

Практические занятия выполняются обучающимися в соответствии с учебным расписанием занятий. Пропущенные практические занятия выполняются по согласованию с преподавателем в дни консультаций преподавателя.

Результатом выполненного задания является отчет согласно инструкции практического занятия. Отчет оформляется аккуратно, в полном соответствии с общепринятыми требованиями. Рисунки, схемы выполняются простым карандашом с применением чертежного инструмента, обозначения и записи выполняются шариковой ручкой. Допускается оформление одного отчета группой из 3 – 4 обучающихся,

если это предусмотрено инструкцией. Минимум знаний, необходимых для защиты выполненного задания отражают контрольные вопросы или тесты в конце практического занятия.

Основными этапами практического занятия являются:

- проверка знаний студентов – их теоретической подготовленности к занятию;
- инструктаж, проводимый преподавателем;
- выполнение заданий, работ, упражнений, решение задач;
- последующий анализ и оценка выполненных работ и степени овладения студентами запланированными умениями.

В результате выполнения практических заданий обучающийся должен:

**Уметь:**

- соблюдать в профессиональной деятельности правила обслуживания клиентов
- определять критерии качества оказываемых услуг
- анализировать профессиональные ситуации с позиции участвующих в них индивидов

- управлять конфликтами и стрессами в процессе профессиональной деятельности  
-выполнять требования этики и профессиональной деятельности
- составлять резюме, анкету

**Знать:**

- социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности;
- потребности человека и принципы их удовлетворения в деятельности организации сервиса;
- сущность услуги как специфического продукта
- понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности;
- правила обслуживания населения;

Перечень общих компетенций элементы, которых формируются в рамках дисциплины:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.

ОК 11. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

**В рамках исполнения практических по дисциплине:**

У обучающихся сформировано понимание важности проведения опросов, уточнения моментов.

У обучающихся есть понимание о способах и источниках получения информации. Отработан навык выявления потребности.

При коммуникациях с клиентами у обучающихся сформирован навык подхода к клиентам услуг с учетом различных возрастов, конфессий, культур, ожиданий и предпочтений.

Отработаны стандарты взаимодействия на примере бизнес кейсов.

Сформирован навык формирования клиентской базы, консолидация и анализ полученной информации.

**1. Планирование практических занятий**

№ п/п	Наименование практического занятия	Кол-во часов
1	Практическая работа 1. Структура региональной сферы сервиса и классификация сервисной деятельности. Общероссийские классификаторы услуг населению.	1
2	Практическая работа № 2. Определение потребительской среды в сфере сервиса. Клиенты и их потребности. Факторы, влияющие на покупательское поведение.	1

3	Практическая работа № 3 Процесс планирования и организации сервисной деятельности и система сервисных операций. Система предоставления услуг.	1
4	Практическая работа № 4. Общероссийские стандарты качества. Объекты стандартизации и номенклатура показателей качества услуг.	1
5	Практическая работа № 5 Тема: Информационные технологии в сфере сервиса. Области применения новых технологий в сервисной деятельности	1
6	Практическая работа № 6 Тема: Разработка проекта эффективного функционирования сервисной организации.	2
7	Практическая работа 7. Модель расхождения качества услуг.	1
8	Практическая работа 8. Характеристика инноваций в сфере услуг	2
	Итого	10

### **Практическая работа № 1**

#### **Тема: Структура региональной сферы сервиса и классификация сервисной деятельности. Общероссийские классификаторы услуг населению.**

Цель: изучить классификацию сервисной деятельности и систему ОКУН.

Задачи:

1. Сформировать знания: понятийно-категориального аппарата, теории и концепции территориальной организации; принципы планирования производственно-хозяйственной деятельности, классификацию предприятий сервиса, изменения конъюнктуры рынка, социальную политику государства и региона, стратегии развития предприятий сервисной направленности; методику проведения исследований, социально-психологические особенности потребителя, национально-региональные и демографические факторы.
2. Сформировать умения: пользоваться понятийно-категориальным аппаратом, теориями и концепциями территориальной организации; определять основные принципы планирования производственно-хозяйственной деятельности, анализировать классификацию предприятий сервиса, изменения конъюнктуры рынка, социальную политику государства и региона, стратегии развития предприятий сервисной направленности; участвовать в проведении исследований, выявлять социально-психологические особенности потребителя, национально-региональные и демографические факторы.
3. Сформировать навыки владения: понятийно-категориальным аппаратом дисциплины, теорией и концепциями территориальной организации ; планированием производственно-хозяйственной деятельности, анализом классификации предприятий сервиса, изменений конъюнктуры рынка, социальной политики государства и региона, стратегий развития предприятий сервисной направленности; методикой проведения исследований, изучения социально-психологические особенности потребителя, национально-региональные и демографические факторы.

#### **Задание:**

1. Подготовить реферативный конспект первоисточника по одной – двум темам на выбор
2. Групповое обсуждение реферативного конспекта первоисточника в форме семинара – конференции.

#### **Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

##### **Основные источники (печатные издания):**

1. Панина Н.И. Парикмахер-универсал: учеб. пособие, Панина Н.И., Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2015
2. Основы парикмахерского дела: учебное пособие, Панина Н.И. Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2014

### **Дополнительные источники (печатные издания)**

1. Учебник – Маркетинг, авторы: Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. Издательство Академия 2014 г.
2. Учебник – Основы Маркетинга, автор: Н.П. Котерова. Издательство Академия 2014 г.
3. Учебник – Экономика, авторы: А.И. Гомола, В.Е. Кириллов, П.А. Жанин. Издательство Академия 2013.
4. Учебник – Основы экономики и предпринимательства, автор: Л.Н. Череданова. Издательство Академия 2013.

### **Интернет-ресурсы:**

1. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/>
2. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/>
3. Библиотека менеджмента <http://www.managment.aanet.ru/>
4. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» <http://www.dis.ru>
5. Архивы журналов (электр. Вар.) <http://www.cfin.ru/press/>
6. Журнал «Практический маркетинг» <http://www.bci-marketing.aha.ru/>
7. Корпоративный менеджмент <http://www.cfin.ru/>
8. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (архив) <http://www.cfin.ru/press/marketing/index.shtml>
9. Консалтинговая компания (БизнесКонсалтингГрупп) <http://www.bkg.ru>
10. ГЛОССАРИЙ Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru>
11. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/lib/lib8.htm>
12. Российская ассоциация маркетинга <http://www.ram.ru>
13. Энциклопедия маркетинга [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
14. Маркетолог On-line [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru)
15. Е-журнал по маркетингу <http://4p.ru>
16. Гильдия маркетологов [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)
17. Энциклопедия рекламных знаний [www.ereklama.ru](http://www.ereklama.ru)
18. PR, маркетинг, реклама, политика [www.7st.ru](http://www.7st.ru)
19. Маркетинг в сетях <http://marketing.al.ru>
20. Корпоративный маркетинг [www.marketing.mix.ru](http://www.marketing.mix.ru)
21. Система межрегиональных маркетинговых центров [www.marketcenter](http://www.marketcenter)

### **Практическая работа № 2**

**Тема: Определение потребительской среды в сфере сервиса. Клиенты и их потребности. Факторы, влияющие на покупательское поведение.**

Цель: определить факторы, влияющие на покупательское поведение.

1. Сформировать знания: особенностей сервисной деятельности и развития региона, потребительского рынка; основы стратегии развития предприятий сервисной направленности; методику проведения исследований, социально-психологические особенности потребителя, национально-региональные и демографические факторы.
2. Сформировать умения: определять особенности сервисной деятельности и развития региона, потребительского рынка; анализировать стратегии развития предприятий сервисной направленности; участвовать в проведении исследований, выявлять социально-психологические особенности потребителя, национально-региональные и демографические факторы.
3. Сформировать навыки владения: анализом сервисной деятельности и тенденций развития региона, потребительского рынка; разрабатывать стратегии развития предприятий сервисной направленности; методикой проведения исследований, изучения социально-психологические особенности потребителя, национально-региональные и демографические факторы.

**Задание:**

1. Проанализировать направления развития потребительского рынка в ПФО при возможных изменениях рыночных условий (введение на рынок товаров-аналогов, взаимозаменяемых товаров и услуг, изменение моды и т.п.).
2. Спрогнозировать расширение или сокращение объема продаж, углубление и обновление ассортимента товаров, услуг, изменение ценовой стратегии в отношении потребителя.
3. Изучить актуальные рыночные проблемы, требующие оперативные меры (например, при дефиците товаров), затрагивающие регион.
4. Изучить структуру потребительского рынка и сегментирование рынка в ПФО.
5. Проанализировать основные формы и методы сбыта продукции в регионе. Технология: В процессе группового обсуждения ответить на вышеуказанные вопросы. Подгруппы выбирают каждая свой вопрос и в процессе обсуждения предлагают по несколько примеров из практики функционирования предприятий сервиса на предложенный вопрос и озвучивают результат задания. В процессе обсуждения полученных результатов задания учебная группа должна найти ответы на предложенные вопросы.

### **Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

#### **Основные источники (печатные издания):**

3. Панина Н.И. Парикмахер-универсал: учеб. пособие, Панина Н.И., Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2015
4. Основы парикмахерского дела: учебное пособие, Панина Н.И. Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2014

#### **Дополнительные источники (печатные издания)**

5. Учебник – Маркетинг, авторы: Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. Издательство Академия 2014 г.
6. Учебник – Основы Маркетинга, автор: Н.П. Котерова. Издательство Академия 2014 г.
7. Учебник – Экономика, авторы: А.И. Гомола, В.Е. Кириллов, П.А. Жанин. Издательство Академия 2013.
8. Учебник – Основы экономики и предпринимательства, автор: Л.Н. Череданова. Издательство Академия 2013.

#### **Интернет-ресурсы:**

22. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/>
23. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/>
24. Библиотека менеджмента <http://www.managment.aaanet.ru/>
25. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» <http://www.dis.ru>
26. Архивы журналов (электр. Вар.) <http://www.cfin.ru/press/>
27. Журнал «Практический маркетинг» <http://www.bci-marketing.aha.ru/>
28. Корпоративный менеджмент <http://www.cfin.ru/>
29. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (архив) <http://www.cfin.ru/press/marketing/index.shtml>
30. Консалтинговая компания (БизнесКонсалтингГрупп) <http://www.bkg.ru>
31. ГЛОССАРИЙ Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru>
32. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/lib/lib8.htm>
33. Российская ассоциация маркетинга <http://www.ram.ru>
34. Энциклопедия маркетинга [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
35. Маркетолог On-line [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru)
36. Е-журнал по маркетингу <http://4p.ru>
37. Гильдия маркетологов [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)
38. Энциклопедия рекламных знаний [www.ereklama.ru](http://www.ereklama.ru)
39. PR, маркетинг, реклама, политика [www.7st.ru](http://www.7st.ru)
40. Маркетинг в сетях <http://marketing.al.ru>
41. Корпоративный маркетинг [www.marketing.mix.ru](http://www.marketing.mix.ru)

### **Практическая работа № 3**

#### **Тема: Процесс планирования и организации сервисной деятельности и система сервисных операций. Система предоставления услуг.**

Цель: изучить основные этапы планирования и организации сервисной деятельности и комплекс сервисных операций.

1. Сформировать знания: особенностей сервисной деятельности и развития региона, потребительского рынка; основы стратегии развития предприятий сервисной направленности; методику проведения исследований, социально-психологические особенности потребителя, национально-региональные и демографические факторы.
2. Сформировать умения: определять особенности сервисной деятельности и развития региона, потребительского рынка; анализировать стратегии развития предприятий сервисной направленности; участвовать в проведении исследований, выявлять социально-психологические особенности потребителя, национально-региональные и демографические факторы.
3. Сформировать навыки владения: анализом сервисной деятельности и тенденций развития региона, потребительского рынка; разрабатывать стратегии развития предприятий сервисной направленности; методикой проведения исследований, изучения социально-психологические особенности потребителя, национально-региональные и демографические факторы.

#### **Задание:**

Разработать концепцию сервисного предприятия с учетом интересов клиентов, общества, государства, региона, владельцев и персонала предприятия сервиса. Задача: В процессе группового обсуждения привести примеры концепций сервисного предприятия, демонстрируя знание лекционного материала по этапам планирования и организации хозяйственно-производственной деятельности. Технология: Учебная группа делится на три подгруппы, которым необходимо, используя теоретический материал лекции привести примеры моделей и концепций предприятий сервиса.

#### **Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

##### **Основные источники (печатные издания):**

5. Панина Н.И. Парикмахер-универсал: учеб. пособие, Панина Н.И., Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2015
6. Основы парикмахерского дела: учебное пособие, Панина Н.И. Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2014

##### **Дополнительные источники (печатные издания)**

9. Учебник – Маркетинг, авторы: Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. Издательство Академия 2014 г.
10. Учебник – Основы Маркетинга, автор: Н.П. Котерова. Издательство Академия 2014 г.
11. Учебник – Экономика, авторы: А.И. Гомола, В.Е. Кириллов, П.А. Жанин. Издательство Академия 2013.
12. Учебник – Основы экономики и предпринимательства, автор: Л.Н. Череданова. Издательство Академия 2013.

##### **Интернет-ресурсы:**

43. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/>
44. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/>
45. Библиотека менеджмента <http://www.managment.aaanet.ru/>
46. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» <http://www.dis.ru>
47. Архивы журналов (электр. Вар.) <http://www.cfin.ru/press/>
48. Журнал «Практический маркетинг» <http://www.bci-marketing.aha.ru/>
49. Корпоративный менеджмент <http://www.cfin.ru/>



50. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (архив) <http://www.cfin.ru/press/marketing/index.shtml>
51. Консалтинговая компания (БизнесКонсалтингГрупп) <http://www.bkg.ru>
52. ГЛОССАРИЙ Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru>
53. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/lib/lib8.htm>
54. Российская ассоциация маркетинга <http://www.ram.ru>
55. Энциклопедия маркетинга [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
56. Маркетолог On-line [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru)
57. Е-журнал по маркетингу <http://4p.ru>
58. Гильдия маркетологов [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)
59. Энциклопедия рекламных знаний [www.ereklama.ru](http://www.ereklama.ru)
60. PR, маркетинг, реклама, политика [www.7st.ru](http://www.7st.ru)
61. Маркетинг в сетях <http://marketing.al.ru>
62. Корпоративный маркетинг [www.marketing.mix.ru](http://www.marketing.mix.ru)
63. Система межрегиональных маркетинговых центров [www.marketcenter](http://www.marketcenter)

#### **Практическая работа № 4**

#### **Тема: Общероссийские стандарты качества. Объекты стандартизации и номенклатура показателей качества услуг.**

Цель: изучить требования, предъявляемые к стандартам качества услуг населению.

1. Сформировать знания: процессов сервисной деятельности, ресурсов и средств с учетом требований потребителя в регионе; основ производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителя, в том числе с учетом социальной политики государства и региона; методики проведения исследований, социально-психологических особенностей потребителя, национально-региональные и демографические факторы).
2. Сформировать умения: применять навыки организации сервисной деятельности, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя в регионе; планировать производственно-хозяйственную деятельность предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителя, в том числе с учетом социальной политики государства и региона; проводить исследования социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов.
3. Сформировать навыки владения: навыками организации сервисной деятельности, выбора ресурсов и средств с учетом требований потребителя в регионе; навыками планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителя, в том числе с учетом социальной политики государства и региона; навыками проведения исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов .

#### **Задание:**

На основе Общероссийского классификатора услуг населению ОК 002-93 (ОКУН), утвержденного постановлением Госстандарта РФ от 28 июня 1993 г. №163 (с изменениями и дополнениями), провести анализ требований к:

1. Бытовым услугам.
2. Транспортным услугам.
3. Услугам связи.
4. ЖКХ.
5. Услугам учреждений культуры.
6. Туристских услуг и средств размещения для временного проживания туристов.
7. Услуг физической культуры и спорта.
8. Медицинских, санаторно-оздоровительных услуг.

9. Услуг правового характера.
10. Услуг банков.
11. Услуг в системе образования.
12. Услуг торговли и общественного питания, услуг рынков. Письменная работа.

### **Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

#### **Основные источники (печатные издания):**

7. Панина Н.И. Парикмахер-универсал: учеб. пособие, Панина Н.И., Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2015
8. Основы парикмахерского дела: учебное пособие, Панина Н.И. Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2014

#### **Дополнительные источники (печатные издания)**

13. Учебник – Маркетинг, авторы: Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. Издательство Академия 2014 г.
14. Учебник – Основы Маркетинга, автор: Н.П. Котерова. Издательство Академия 2014 г.
15. Учебник – Экономика, авторы: А.И. Гомола, В.Е. Кириллов, П.А. Жанин. Издательство Академия 2013.
16. Учебник – Основы экономики и предпринимательства, автор: Л.Н. Череданова. Издательство Академия 2013.

#### **Интернет-ресурсы:**

64. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/>
65. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/>
66. Библиотека менеджмента <http://www.managment.aaanet.ru/>
67. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» <http://www.dis.ru>
68. Архивы журналов (электр. Вер.) <http://www.cfin.ru/press/>
69. Журнал «Практический маркетинг» <http://www.bci-marketing.aha.ru/>
70. Корпоративный менеджмент <http://www.cfin.ru/>
71. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (архив) <http://www.cfin.ru/press/marketing/index.shtml>
72. Консалтинговая компания (БизнесКонсалтингГрупп) <http://www.bkg.ru>
73. ГЛОССАРИЙ Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru>
74. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/lib/lib8.htm>
75. Российская ассоциация маркетинга <http://www.ram.ru>
76. Энциклопедия маркетинга [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
77. Маркетолог On-line [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru)
78. Е-журнал по маркетингу <http://4p.ru>
79. Гильдия маркетологов [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)
80. Энциклопедия рекламных знаний [www.ereklama.ru](http://www.ereklama.ru)
81. PR, маркетинг, реклама, политика [www.7st.ru](http://www.7st.ru)
82. Маркетинг в сетях <http://marketing.al.ru>
83. Корпоративный маркетинг [www.marketing.mix.ru](http://www.marketing.mix.ru)
84. Система межрегиональных маркетинговых центров [www.marketcenter](http://www.marketcenter)

### **Практическая работа № 5**

#### **Тема: Информационные технологии в сфере сервиса. Области применения новых технологий в сервисной деятельности.**

Цель: изучить особенности применения информационных технологий в сфере сервиса.

Задачи:

1. Сформировать знания: процессов сервисной деятельности, ресурсов и средств с учетом требований потребителя в регионе; основ производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителя,

в том числе с учетом социальной политики государства и региона; социально-психологических особенностей потребителя, национально-региональные и демографические факторы.

2. Сформировать умения: применять навыки организации сервисной деятельности, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя в регионе; планировать производственно-хозяйственную деятельность предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителя, в том числе с учетом социальной политики государства и региона; проводить исследования социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов.

3. Сформировать навыки владения: навыками организации сервисной деятельности, выбора ресурсов и средств с учетом требований потребителя в регионе; навыками планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителя, в том числе с учетом социальной политики государства и региона; навыками проведения исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов.

#### **Задание:**

Изучение программного комплекса: работа с клиентами; ведение платежей, подготовка выходных документов, сервисные режимы.

#### **Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

##### **Основные источники (печатные издания):**

9. Панина Н.И. Парикмахер-универсал: учеб. пособие, Панина Н.И., Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2015
10. Основы парикмахерского дела: учебное пособие, Панина Н.И. Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2014

##### **Дополнительные источники (печатные издания)**

17. Учебник – Маркетинг, авторы: Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. Издательство Академия 2014 г.
18. Учебник – Основы Маркетинга, автор: Н.П. Котерова. Издательство Академия 2014 г.
19. Учебник – Экономика, авторы: А.И. Гомола, В.Е. Кириллов, П.А. Жанин. Издательство Академия 2013.
20. Учебник – Основы экономики и предпринимательства, автор: Л.Н. Череданова. Издательство Академия 2013.

##### **Интернет-ресурсы:**

85. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/>
86. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/>
87. Библиотека менеджмента <http://www.managment.aaanet.ru/>
88. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» <http://www.dis.ru>
89. Архивы журналов (электр. Вер.) <http://www.cfin.ru/press/>
90. Журнал «Практический маркетинг» <http://www.bci-marketing.aha.ru/>
91. Корпоративный менеджмент <http://www.cfin.ru/>
92. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (архив) <http://www.cfin.ru/press/marketing/index.shtml>
93. Консалтинговая компания (БизнесКонсалтингГрупп) <http://www.bkg.ru>
94. ГЛОССАРИЙ Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru>
95. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/lib/lib8.htm>
96. Российская ассоциация маркетинга <http://www.ram.ru>
97. Энциклопедия маркетинга [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)

98. Маркетолог On-line [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru)
99. Е-журнал по маркетингу <http://4p.ru>
100. Гильдия маркетологов [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)
101. Энциклопедия рекламных знаний [www.ereklama.ru](http://www.ereklama.ru)
102. PR, маркетинг, реклама, политика [www.7st.ru](http://www.7st.ru)
103. Маркетинг в сетях <http://marketing.al.ru>
104. Корпоративный маркетинг [www.marketing.mix.ru](http://www.marketing.mix.ru)
105. Система межрегиональных маркетинговых центров [www.marketcenter](http://www.marketcenter.ru)

### **Практическая работа № 6**

**Тема: Разработка проекта эффективного функционирования сервисной организации.**

Цель: разработка проекта эффективного функционирования предприятия сервиса. Задачи: Задачи:

1. Сформировать знания: процессов сервисной деятельности, ресурсов и средств с учетом требований потребителя в регионе; основ производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителя, в том числе с учетом социальной политики государства и региона; методики проведения исследований, социально-психологических особенностей потребителя, национально-региональные и демографические факторы.

2. Сформировать умения: применять навыки организации сервисной деятельности, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя в регионе; планировать производственно-хозяйственную деятельность предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителя, в том числе с учетом социальной политики государства и региона; проводить исследования социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов.

3. Сформировать навыки владения: навыками организации сервисной деятельности, выбора ресурсов и средств с учетом требований потребителя в регионе; навыками планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителя, в том числе с учетом социальной политики государства и региона; навыками проведения исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов.

#### **Задание:**

1. Провести SWOT-анализ сервисного предприятия (по выбору студента) 2. Групповое обсуждение SWOT-анализа в форме семинара – конференции.

#### **Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

##### **Основные источники (печатные издания):**

11. Панина Н.И. Парикмахер-универсал: учеб. пособие, Панина Н.И., Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2015
12. Основы парикмахерского дела: учебное пособие, Панина Н.И. Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2014

##### **Дополнительные источники (печатные издания)**

21. Учебник – Маркетинг, авторы: Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. Издательство Академия 2014 г.
22. Учебник – Основы Маркетинга, автор: Н.П. Котерова. Издательство Академия 2014 г.
23. Учебник – Экономика, авторы: А.И. Гомола, В.Е. Кириллов, П.А. Жанин. Издательство Академия 2013.

24. Учебник – Основы экономики и предпринимательства, автор: Л.Н. Череданова.  
Издательство Академия 2013.

#### **Интернет-ресурсы:**

106. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/>
107. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/>
108. Библиотека менеджмента <http://www.managment.aaanet.ru/>
109. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» <http://www.dis.ru>
110. Архивы журналов (электр. Вар.) <http://www.cfin.ru/press/>
111. Журнал «Практический маркетинг» <http://www.bci-marketing.aha.ru/>
112. Корпоративный менеджмент <http://www.cfin.ru/>
113. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (архив)  
<http://www.cfin.ru/press/marketing/index.shtml>
114. Консалтинговая компания (БизнесКонсалтингГрупп) <http://www.bkg.ru>
115. ГЛОССАРИЙ Служба тематических толковых словарей  
<http://www.glossary.ru>
116. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/lib/lib8.htm>
117. Российская ассоциация маркетинга <http://www.ram.ru>
118. Энциклопедия маркетинга [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
119. Маркетолог On-line [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru)
120. Е-журнал по маркетингу <http://4p.ru>
121. Гильдия маркетологов [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)
122. Энциклопедия рекламных знаний [www.ereklama.ru](http://www.ereklama.ru)
123. PR, маркетинг, реклама, политика [www.7st.ru](http://www.7st.ru)
124. Маркетинг в сетях <http://marketing.al.ru>
125. Корпоративный маркетинг [www.marketing.mix.ru](http://www.marketing.mix.ru)
126. Система межрегиональных маркетинговых центров [www.marketcenter](http://www.marketcenter)

#### **Практическая работа № 7.**

##### **Модель расхождения качества услуг.**

Сформировать знания: процессов сервисной деятельности, ресурсов и средств с учетом требований потребителя в регионе; основ производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителя, в том числе с учетом социальной политики государства и региона; социально-психологических особенностей потребителя, национально-региональные и демографические факторы.

2. Сформировать умения: применять навыки организации сервисной деятельности, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя в регионе; планировать производственно-хозяйственную деятельность предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителя, в том числе с учетом социальной политики государства и региона; проводить исследования социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов.

3. Сформировать навыки владения: навыками организации сервисной деятельности, выбора ресурсов и средств с учетом требований потребителя в регионе; навыками планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителя, в том числе с учетом социальной политики государства и региона; навыками проведения исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов.

##### **Задание.**

1. Проанализируйте рекомендуемую литературу и пройденный материал и на основе знаний постройте модель расхождения качества услуг. 2. Предложите методы и формы совершенствования культуры обслуживания клиентов.

## Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

### Основные источники (печатные издания):

13. Панина Н.И. Парикмахер-универсал: учеб. пособие, Панина Н.И., Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2015
14. Основы парикмахерского дела: учебное пособие, Панина Н.И. Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2014

### Дополнительные источники (печатные издания)

25. Учебник – Маркетинг, авторы: Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. Издательство Академия 2014 г.
26. Учебник – Основы Маркетинга, автор: Н.П. Котерова. Издательство Академия 2014 г.
27. Учебник – Экономика, авторы: А.И. Гомола, В.Е. Кириллов, П.А. Жанин. Издательство Академия 2013.
28. Учебник – Основы экономики и предпринимательства, автор: Л.Н. Череданова. Издательство Академия 2013.

### Интернет-ресурсы:

127. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/>
128. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/>
129. Библиотека менеджмента <http://www.managment.aaanet.ru/>
130. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» <http://www.dis.ru>
131. Архивы журналов (электр. Вар.) <http://www.cfin.ru/press/>
132. Журнал «Практический маркетинг» <http://www.bci-marketing.aha.ru/>
133. Корпоративный менеджмент <http://www.cfin.ru/>
134. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (архив) <http://www.cfin.ru/press/marketing/index.shtml>
135. Консалтинговая компания (БизнесКонсалтингГрупп) <http://www.bkg.ru>
136. ГЛОССАРИЙ Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru>
137. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/lib/lib8.htm>
138. Российская ассоциация маркетинга <http://www.ram.ru>
139. Энциклопедия маркетинга [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
140. Маркетолог On-line [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru)
141. Е-журнал по маркетингу <http://4p.ru>
142. Гильдия маркетологов [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)
143. Энциклопедия рекламных знаний [www.ereklama.ru](http://www.ereklama.ru)
144. PR, маркетинг, реклама, политика [www.7st.ru](http://www.7st.ru)
145. Маркетинг в сетях <http://marketing.al.ru>
146. Корпоративный маркетинг [www.marketing.mix.ru](http://www.marketing.mix.ru)
147. Система межрегиональных маркетинговых центров [www.marketcenter](http://www.marketcenter)

## **Практическая работа №8.**

### **Характеристика инноваций в сфере услуг.**

Цель: изучить основные этапы планирования и организации сервисной деятельности и комплекс сервисных операций.

1. Сформировать знания: особенностей сервисной деятельности и развития региона, потребительского рынка; основы стратегии развития предприятий сервисной направленности; методику проведения исследований, социально-психологические особенности потребителя, национально-региональные и демографические факторы.
2. Сформировать умения: определять особенности сервисной деятельности и развития региона, потребительского рынка; анализировать стратегии развития предприятий сервисной направленности; участвовать в проведении исследований, выявлять социально-психологические особенности потребителя, национально-региональные и демографические факторы.
3. Сформировать навыки владения: анализом сервисной деятельности и тенденций развития региона, потребительского рынка; разрабатывать стратегии развития предприятий сервисной направленности; методикой проведения исследований, изучения социально-психологические особенности потребителя, национально-региональные и демографические факторы.

#### **Задание.**

1. Составить характеристику инноваций в сфере услуг на основе пройденного материала. Подготовить презентацию.
2. Подготовить семинар в формате круглого стола на тему «Проблемы и перспективы развития инфраструктуры региональной сферы сервиса (на примере конкретного региона).

#### **Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

##### **Основные источники (печатные издания):**

15. Панина Н.И. Парикмахер-универсал: учеб. пособие, Панина Н.И., Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2015
16. Основы парикмахерского дела: учебное пособие, Панина Н.И. Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2014

##### **Дополнительные источники (печатные издания)**

29. Учебник – Маркетинг, авторы: Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. Издательство Академия 2014 г.
30. Учебник – Основы Маркетинга, автор: Н.П. Котерова. Издательство Академия 2014 г.
31. Учебник – Экономика, авторы: А.И. Гомола, В.Е. Кириллов, П.А. Жанин. Издательство Академия 2013.
32. Учебник – Основы экономики и предпринимательства, автор: Л.Н. Череданова. Издательство Академия 2013.

##### **Интернет-ресурсы:**

148. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/>
149. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/>
150. Библиотека менеджмента <http://www.managment.aaanet.ru/>
151. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» <http://www.dis.ru>
152. Архивы журналов (электр. Вар.) <http://www.cfin.ru/press/>
153. Журнал «Практический маркетинг» <http://www.bci-marketing.aha.ru/>
154. Корпоративный менеджмент <http://www.cfin.ru/>
155. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (архив) <http://www.cfin.ru/press/marketing/index.shtml>
156. Консалтинговая компания (БизнесКонсалтингГрупп) <http://www.bkg.ru>
157. ГЛОССАРИЙ Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru>

158. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/lib/lib8.htm>  
 159. Российская ассоциация маркетинга <http://www.ram.ru>  
 160. Энциклопедия маркетинга [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)  
 161. Маркетолог On-line [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru)  
 162. Е-журнал по маркетингу <http://4p.ru>  
 163. Гильдия маркетологов [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)  
 164. Энциклопедия рекламных знаний [www.ereklama.ru](http://www.ereklama.ru)  
 165. PR, маркетинг, реклама, политика [www.7st.ru](http://www.7st.ru)  
 166. Маркетинг в сетях <http://marketing.al.ru>  
 167. Корпоративный маркетинг [www.marketing.mix.ru](http://www.marketing.mix.ru)  
 168. Система межрегиональных маркетинговых центров [www.marketcenter](http://www.marketcenter)

### КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ВЫПОЛНЕННЫХ ЗАДАНИЙ И СТЕПЕНИ ОВЛАДЕНИЯ НАВЫКАМИ И КОМПЕТЕНЦИЯМИ

Вид работ	Критерии оценки	Баллы
Выполнение задания	Задание выполнено полностью с отличным качеством оформления, рациональным использованием времени, самостоятельным планированием и организацией.	5
	Задание выполнено с незначительными недочетами, хорошее качество оформления, соблюдение отведенного на выполнение задания времени, самостоятельное планирование и выполнение задания при несущественной помощи преподавателя.	4
	Удовлетворительное выполнение задания, помощь преподавателя в планировании и выполнении задания, отдельные ошибки и неточности в формулировках, оформлении, нарушения в организации и планировании работы.	3
	Неудовлетворительное выполнение задания, с грубыми ошибками в отчете и защите работы, без соблюдения, отведенного на выполнение задания времени, неумение самостоятельно организовывать и планировать работу.	2
Выполнение задания с нарушениями сроков сдачи.	Задание выполнено во время консультаций, позже установленного срока оценивается по аналогичным критериям.	3

### ИСПОЛЬЗУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ:

**Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

**Основные источники (печатные издания):**

17. Панина Н.И. Парикмахер-универсал: учеб. пособие, Панина Н.И., Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2015
18. Основы парикмахерского дела: учебное пособие, Панина Н.И. Москва, ООО ОИЦ «Академия», 2014

**Дополнительные источники (печатные издания)**

33. Учебник – Маркетинг, авторы: Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. Издательство Академия 2014 г.
34. Учебник – Основы Маркетинга, автор: Н.П. Котерова. Издательство Академия 2014 г.



35. Учебник – Экономика, авторы: А.И. Гомола, В.Е. Кириллов, П.А. Жанин.  
Издательство Академия 2013.
36. Учебник – Основы экономики и предпринимательства, автор: Л.Н. Череданова.  
Издательство Академия 2013.

**Интернет-ресурсы:**

169. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/>
170. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/>
171. Библиотека менеджмента <http://www.managment.aaanet.ru/>
172. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» <http://www.dis.ru>
173. Архивы журналов (электр. Вер.) <http://www.cfin.ru/press/>
174. Журнал «Практический маркетинг» <http://www.bci-marketing.aha.ru/>
175. Корпоративный менеджмент <http://www.cfin.ru/>
176. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (архив)  
<http://www.cfin.ru/press/marketing/index.shtml>
177. Консалтинговая компания (БизнесКонсалтингГрупп) <http://www.bkg.ru>
178. ГЛОССАРИЙ Служба тематических толковых словарей  
<http://www.glossary.ru>
179. Библиотека маркетинга <http://www.bma.ru/lib/lib8.htm>
180. Российская ассоциация маркетинга <http://www.ram.ru>
181. Энциклопедия маркетинга [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
182. Маркетолог On-line [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru)
183. Е-журнал по маркетингу <http://4p.ru>
184. Гильдия маркетологов [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)
185. Энциклопедия рекламных знаний [www.ereklama.ru](http://www.ereklama.ru)
186. PR, маркетинг, реклама, политика [www.7st.ru](http://www.7st.ru)
187. Маркетинг в сетях <http://marketing.al.ru>
188. Корпоративный маркетинг [www.marketing.mix.ru](http://www.marketing.mix.ru)
189. Система межрегиональных маркетинговых центров [www.marketcenter](http://www.marketcenter)