

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА»

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»

«СОГЛАСОВАНО»

Директор ИМиА

«26» 06 2020 г.

О.А. Бодров

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по РОПиМД

«26» 06 2020 г.

А.В. Корячко

Заведующий кафедрой ЭМОП

«26» 06 2020 г.

Е.Н. Евдокимова



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.01.02 «СИСТЕМЫ ПОСТПРОДАЖНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ  
И СЕРВИСА»**

Направление подготовки  
38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки  
«Производственный менеджмент»

Уровень подготовки  
Академическая магистратура

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очно-заочная

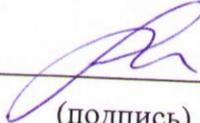
Рязань 2020

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа составлена с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного Приказом Минобрнауки России № 322 от 30.03.2015 г. (ред. от 09.09.2015 г., от 13.07.2017 г.).

Разработчики:

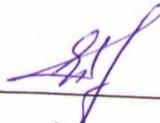
К.Э.Н. доцент  
кафед. ЭМОП  
(должность, кафедра)

  
(подпись)

М.В. Курочкина  
(Ф.И.О.)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры 02 июня 2020 г., протокол № 8

Заведующий кафедрой ЭМОП

  
(подпись)

/ Е.Н. Евдокимова /  
(Ф.И.О.)

## 1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа по дисциплине «Системы постпродажного обслуживания и сервиса» является составной частью основной профессиональной образовательной программы «Производственный менеджмент» в рамках направления подготовки бакалавров 38.04.02 «Менеджмент», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденным Приказом Минобрнауки России № 322 от 30.03.2015 г. (ред. от 09.09.2015 г., от 13.07.2017 г.).

Цель дисциплины – формирование у студентов систематических знаний о сфере услуг и принципах работы с потребителями как важнейшей составляющей успешной деятельности организации.

Задачи дисциплины:

- дать общие сведения о современных тенденциях в области применения предпродажного и послепродажного обслуживания продукции в деятельности организаций;
- изучить принципы, стратегии, функции в области сервисной деятельности;
- сформировать комплексные знания в сфере организации обеспечения клиентов запасными частями, разработки стратегии послепродажного обслуживания и организации ремонта

### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-4	способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– области применения, специфику и инструментарий количественных и качественных методов при проведении прикладных исследований и управлении бизнес-процессами организаций;</li> </ul> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выбирать количественные и качественные методы для прикладных исследований и управления бизнес-процессами в конкретных организациях;</li> </ul> <p><i>владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками исследования сложных систем с использованием количественных и качественных методов.</li> </ul>

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина реализуется в рамках вариативной части Блока 1 учебного плана ОПОП, являясь дисциплиной по выбору. Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в результате изучения следующих дисциплин: «Информационное обеспечение деятельности предприятия», «Менеджмент организационно-производственных систем», «Управление трудовыми процессами», «Планирование и прогнозирование на предприятии», «Корпоративные финансы», «Управление производственными рисками», «Проектирование бизнес-процессов на предприятии», «Организация НИОКР и внедрения новых изделий», а также первичные навыки, полученные при прохождении учебной практики.

Содержание подготовки по данному курсу логически связано с такими дисциплинами, изучаемой параллельно, «Проектное управление на предприятии», «Организация технического обслуживания и ремонта на предприятии» \ «Управление материально-техническим обеспечением производства», «Маркетинговые исследования товарных рынков» \ «Маркетинговые коммуникации», «Управление стратегическими изменениями» \ «Современный стратегический анализ». Материал дисциплины формирует основы для прохождения технологической и преддипломной практик, выполнения НИР, подготовки к защите и защиты выпускной квалификационной работы.

### 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зачетных единицы (з.е.), 108 часов.

Вид учебной работы	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	108
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе:	22,35
лекции	4
практические занятия	16
лабораторные работы	-
групповые консультации перед промежуточной аттестацией	2
иная контактная работа (промежуточная аттестация)	0,35
2. Самостоятельная работа обучающихся (всего), в том числе:	85,65
подготовка курсового проекта (работы)	-
подготовка к промежуточной аттестации	35,65
иная самостоятельная работа	50
Вид промежуточной аттестации обучающегося	экзамен

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

#### 4.1. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

##### Тема 1. Сервисная деятельность

Сервисная деятельность: сущность, основные понятия, история развития в РФ. Истоки развития сервисной деятельности, теория постиндустриального общества, этапы развития сервиса, сервисной деятельности в РФ. Понятие об услуге в сервисной деятельности, характеристика сферы услуг, структура сферы услуг и классификация их видов, общероссийские классификаторы услуг, оказываемых населению. Сервис как феномен. Отличительные характеристики сервисной деятельности. Этапы определения ценности услуги для потребителя, модель ценности услуги, духовные, личные, социальные услуги. Факторы, влияющие на формирование услуг.

##### Тема 2. Потребность и услуги

Роль сервиса в удовлетворении потребностей человека. Философия сервиса – иное мировоззрение человека. Роль сервисной деятельности в обеспечении качества жизни, уровня социально-экономического развития страны. Ожидание потребителя от обслуживания. Качество услуги – оценка потребителя. Составляющие качества услуги. Понятие «контактная зона». Сервис как форма объект-субъектного взаимодействия. Общение как взаимовлияние отношений в сервисной деятельности. Проблема конфликтных ситуаций. Речевое воздействие. Общение как фактор отношений в сервисной деятельности. Культура общения и внутренняя культура человека, как фактор качества сервисной деятельности.

##### Тема 3. Потребительская среда в сфере услуг

Определение потребительской среды в сфере услуг. Клиенты и их потребности. Факторы, влияющие на покупательское поведение. Процесс принятия решения потребителем. Факторы, влияющие на процесс принятия решения: индивидуальные, психологические и социальные. Процесс осознания проблемы потребителем. Воздействие культуры на поведение потребителя. Влияние этнической культуры на поведение потребителя. Особенности обслуживания потребителей с учетом категории предприятия предоставления услуг. Соотношение потребностей, способностей, возможностей и средств удовлетворения потребностей человека. Жизненно-стилевые группы. Типы потребителей по привычкам, запросам, желаниям. Типы потребителей по социальному происхождению, статусу, доходам, возрасту. Типы потребителей по духовным ценностям, открытости и динамичности, верности к традициям и покою. Особенности обслуживания с учетом категории потребителей и отрасли сервиса.

##### Тема 4. Сервисная политика предприятия

Пред- и послепродажный сервис. Предпродажный сервис: подготовка товара к продаже,

придание товарного вида после транспортировки, монтаж, наладка регулировка. Послепродажный сервис: гарантийное и послегарантийное обслуживание. Основные компоненты предпродажного и послепродажного обслуживания. Принципы технического обслуживания. Принципы гарантийного обслуживания. Эксплуатационные инструкции.

#### **Тема 5. Разработка стратегии послепродажного обслуживания**

Жизненный цикл сервисных услуг. Разработка объема и качества предоставляемых послепродажных услуг. Организация послепродажного обслуживания. Цели эффективного послепродажного обслуживания и его схема. Принципиальная схема смешанного обслуживания. Потоки информации в сфере смешанного сервиса.

#### **Тема 6. Организация обеспечения клиентов запасными частями**

Специфика запчастей как товара. Разработка системы обеспечения клиентов запчастями. Принципы эффективной работы склада запчастей. Нормы хранения запасных частей на складах.

#### **Тема 7. Организация ремонта**

Сущность и задачи ремонта. Формы организации и виды ремонтного обслуживания. Особенности и нормативное регулирование гарантийного обслуживания.

#### **Тема 8. Служба сервиса и ее функции**

Основные варианты организации системы сервиса. Организационная структура сервисного центра.

### **4.2. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)**

Тема	Общая трудоемкость, всего часов	Контактная работа обучающихся с преподавателем			Самостоятельная работа
		всего	лекции	практические занятия	
Тема 1. Сервисная деятельность	8,5	2,5	0,5	2	6
Тема 2. Потребность и услуги	8,5	2,5	0,5	2	6
Тема 3. Потребительская среда в сфере услуг	8,5	2,5	0,5	2	6
Тема 4. Сервисная политика предприятия	8,5	2,5	0,5	2	6
Тема 5. Разработка стратегии послепродажного обслуживания	8,5	2,5	0,5	2	6
Тема 6. Организация обеспечения клиентов запасными частями	8,5	2,5	0,5	2	6
Тема 7. Организация ремонта	9,5	2,5	0,5	2	7
Тема 8. Служба сервиса и ее функции	9,5	2,5	0,5	2	7
Подготовка к промежуточной аттестации, групповые консультации и промежуточная аттестация	38	2,35	-	-	35,65
Всего:	108	22,35	4	16	57,65

### **Виды практических и самостоятельных работ**

Тема	Вид занятий*	Содержания	Часы
Тема 1. Сервисная деятельность	СР	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям	6
	ПР	Выполнение заданий и ответы на контрольные вопросы	2
Тема 2. Потребность и услуги	СР	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям	6
	ПР	Дискуссия по теме «Роль услуг в	2

Тема	Вид занятий*	Содержания	Часы
		современном обществе»	
Тема 3. Потребительская среда в сфере услуг	СР	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям	6
	ПР	Выполнение заданий и ответы на контрольные вопросы	2
Тема 4. Сервисная политика предприятия	СР	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям	6
	ПР	Дискуссия на тему «Стратегия сервиса как конкурентное преимущество организации»	2
Тема 5. Разработка стратегии послепродажного обслуживания	СР	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям	6
	ПР	Выступление с докладами по теме	2
Тема 6. Организация обеспечения клиентов запасными частями	СР	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям	6
	ПР	Выступление с докладами по теме	2
Тема 7. Организация ремонта	СР	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям	7
	ПР	Выступление с докладами по теме	2
Тема 8. Служба сервиса и ее функции	СР	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям	7
	ПР	Дискуссия на тему «Организация службы сервиса: проблемы и решения»	2

\* СР – самостоятельная работа, ПР – практические занятия

Выбор форм и видов работы с обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала.

## 5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Семиглазов В. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие / В. А. Семиглазов. – Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2016. – 164 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/72148.html>

2. Синявец Т.Д. Организационная диагностика и проектирование сервисных организаций [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Т.Д. Синявец. – Электрон. текстовые данные. – Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2015. – 246 с. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/75023.html>

3. Методическое обеспечение дисциплины (см. документ «Методическое обеспечение по дисциплине «Системы постпродажного обслуживания и сервиса»).

## 6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы приведены в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ «Оценочные материалы по дисциплине «Системы постпродажного обслуживания и сервиса»).

## 7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### *а) основная учебная литература:*

1. Семиглазов В. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие / В. А. Семиглазов. – Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2016. – 164 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/72148.html>
2. Синявец Т.Д. Организационная диагностика и проектирование сервисных организаций [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Т.Д. Синявец. – Электрон. текстовые данные. – Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2015. – 246 с. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/75023.html>

### *б) дополнительная учебная литература:*

3. Васильев Г.А. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Е.М. Деева. – Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 192 с. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/71172.html>
4. Васильева Е. А. Маркетинг в сервисе: практикум / Е. А. Васильева, А. В. Васильева. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 208 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/72806.html>
5. Антощенко В. Ух ты! Сервис / В. Антощенко. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 303 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/82789.html>
6. Джоббер Д. Продажи и управление продажами: учебное пособие для вузов / Д. Джоббер, Дж. Ланкастер. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 621 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/81832.html>
7. Джон Шоул Первоклассный сервис как конкурентное преимущество / Шоул Джон; перевод И. Евстигнеева; под редакцией В. Григорьевой. – 5-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 344 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/86759.html>
8. Лутфуллина Г.Г. Принципы управления качеством продукции [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.Г. Лутфуллина. – Электрон. текстовые данные. – Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2009. – 88 с. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/62558.html>
9. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т.Н. Костюченко [и др.]. – Электрон. текстовые данные. – Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, Секвойя, 2017. – 138 с. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/76044.html>
10. Сервисная деятельность: учебное пособие / В. А. Фурсов, Н. В. Лазарева, И. В. Калинин, О. А. Кудряшов. – Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. – 148 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/63244.html>
11. Казакевич, Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие / Т. А. Казакевич. – СПб.: Интермедия, 2015. – 186 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/30207.html>
12. Мальшина Н. А. Сервисология: потребности человека: учебное пособие для бакалавров / Н. А. Мальшина, Н. И. Ермакова. – 2-е изд. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. – 144 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/83145.html>
13. Виноградова С. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие для бакалавров / С. А. Виноградова, Н. В. Сорокина, Т. С. Жданова. – 2-е изд. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. – 207 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/83130.html>
14. Руденко Л. Л. Сервисная деятельность: учебное пособие / Л. Л. Руденко. – 2-е изд. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. – 208 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная

система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/83149.html>

15. Процессное управление в сервисе: учебное пособие / О. В. Ильина, Т. В. Копылова, Т. С. Хныкина, Г. Ю. Стародубцев. – СПб.: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2018. – 105 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/83306.html>

## **8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Обучающимся предоставлена возможность индивидуального доступа к следующим электронно-библиотечным системам:

– Электронная библиотека РГРТУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: из корпоративной сети РГРТУ – по паролю. – URL: <https://elib.rsreu.ru/>

– Электронно-библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: доступ из корпоративной сети РГРТУ – свободный, доступ из сети Интернет – по паролю. – URL: <https://iprbookshop.ru/>.

## **9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **9.1. Описание последовательности действий студента («сценарий изучения дисциплины»)**

1) написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины;

2) подготовка к практическим занятиям: необходимо изучить рекомендованные преподавателем источники (основную и дополнительную литературу, интернет-ресурсы) и выполнить подготовительные задания;

3) при изучении дисциплины очень полезно самостоятельно изучать материал, который еще не прочитан на лекции, не применялся на практическом занятии. Тогда лекция будет гораздо понятнее. Однако легче при изучении курса следовать изложению материала на лекции. Для понимания материала и качественного его усвоения рекомендуется такая последовательность действий:

- после прослушивания лекции и окончания учебных занятий, при подготовке к занятиям следующего дня, нужно сначала просмотреть и обдумать текст лекции, прослушанной сегодня (10-15 минут).
- при подготовке к следующей лекции, нужно просмотреть текст предыдущей лекции (10-15 минут),
- в течение периода времени между занятиями выбрать время (минимум 1 час) для самостоятельной работы, проверить термины, понятия с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

### **9.2. Рекомендации по работе с литературой**

Теоретический материал курса становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекции и изучению конспекта, изучается и дополнительная рекомендованная литература (законодательство, научные и публицистические статьи и др.). Литературу по курсу рекомендуется изучать в библиотеке или с помощью сети Интернет (источники, которые могут быть скачены без нарушения авторских прав).

## **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ**

В рамках реализации образовательной программы при проведении занятий по дисциплине используются следующие информационные технологии:

- удаленные информационные коммуникации между студентами и преподавателем, ведущим лекционные и практические занятия, посредством электронной почты, позволяющие осуществлять оперативный контроль графика выполнения и содержания контрольных заданий, решение организационных вопросов, удаленное консультирование;
- поиск актуальной информации для выполнения самостоятельной работы и контрольных заданий.

### **Перечень лицензионного программного обеспечения:**

- операционная система Windows XP (Microsoft Imagine, 700102019);
- Kaspersky Endpoint Security (Коммерческая лицензия на 1000 компьютеров №2304-180222-115814-600-1595);
- LibreOffice, лицензия LGPLv3.

### **Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:**

- Справочная правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: доступ из корпоративной сети РГРТУ – свободный;
- Справочная правовая система «Консультант Плюс Регион» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: доступ из корпоративной сети РГРТУ – свободный.

## **11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Для освоения дисциплины необходимы следующие материально-технические ресурсы:

- 1) учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная аудиторной доской;
- 2) помещение для самостоятельной работы, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ.

№ п\п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензированного программного обеспечения.
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, №115, лабораторный корпус	Специализированная мебель (30 посадочных мест), аудиторная доска, флипчарт – 2 шт., пробковая доска, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, проектор, экран. ПК: ноутбук Samsung Intel Pentium B950 /4Gb – 1 шт.	Продукты Microsoft по программе DreamSpark Membership ID 700565239 (операционные системы семейства Windows). Kaspersky Endpoint Security (Коммерческая лицензия на 1000 компьютеров №2922-190228-101204-557-1191). Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» (договор об информационной поддержке №1342/455-100 от 28.10.2011 г.) Свободное ОП: 7Zip-Manager, OpenOffice, LibreOffice.
2	Учебная аудитория для проведения занятий	Специализированная мебель (24 посадочных мест),	Операционная система Windows (Microsoft Imagine, номер

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензированного программного обеспечения.
	лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, №319, лабораторный корпус	аудиторная доска, экран, проектор Toshiba TDP-T45. ПК: Intel Pentium G3260/4Gb – 1 шт. Возможность подключения к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ.	подписки 700102019, бессрочно). Kaspersky Endpoint Security (Коммерческая лицензия на 1000 компьютеров №2922-190228-101204-557-1191). Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» (договор об информационной поддержке №1342/455-100 от 28.10.2011 г.) Свободное ПО: 7Zip-Manager, OpenOffice, LibreOffice
3	Помещение для самостоятельной работы, №105, лабораторный корпус	Специализированная мебель (8 посадочных мест). ПК: Intel Pentium G620 – 1 шт., E 7200 DG31 – 1 шт. Возможность подключения к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ.	Операционная система Windows (Microsoft Imagine, номер подписки 700102019, бессрочно). Kaspersky Endpoint Security (Коммерческая лицензия на 1000 компьютеров №2922-190228-101204-557-1191). Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» (договор об информационной поддержке №1342/455-100 от 28.10.2011 г.) Свободное ПО: 7Zip-Manager, OpenOffice, LibreOffice
4	Помещение для самостоятельной работы, №502, лабораторный корпус (компьютерный класс)	Специализированная мебель (37 посадочных мест), аудиторная доска. ПК: Intel Celeron CPVJ1800 – 25 шт. Возможность подключения к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ.	Операционная система WindowsXP (MicrosoftImagine, номер подписки 700102019, бессрочно) Kaspersky Endpoint Security Коммерческая лицензия на 1000 компьютеров №2304-180222-115814-600-1595) Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» (договор об информационной поддержке №1342/455-100 от 28.10.2011 г.) Свободное ОП: LibreOffice

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА»

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б1.В.ДВ.01.02 «СИСТЕМЫ ПОСТПРОДАЖНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ И  
СЕРВИСА»**

Направление подготовки  
38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки  
«Производственный менеджмент»

Уровень подготовки  
Академическая магистратура

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очно-заочная

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Оценочные материалы – это совокупность учебно-методических материалов (контрольных заданий, описаний форм и процедур), предназначенных для оценки качества освоения обучающимися данной дисциплины как части ОПОП ВО.

Цель – оценить соответствие знаний, умений и уровня приобретенных компетенций обучающихся целям и требованиям основной образовательной программы в ходе проведения промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена. В билет включаются тестовые вопросы и практические задания по темам курса. При необходимости, проводится теоретическая беседа с обучаемым для уточнения оценки. Выполнение заданий на практических занятиях в течение семестра и заданий на самостоятельную работу является обязательным условием для допуска к экзамену.

## 2. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства
Тема 1. Сервисная деятельность	ПК-4	Экзамен
Тема 2. Потребность и услуги	ПК-4	Экзамен
Тема 3. Потребительская среда в сфере услуг	ПК-4	Экзамен
Тема 4. Сервисная политика предприятия	ПК-4	Экзамен
Тема 5. Разработка стратегии послепродажного обслуживания	ПК-4	Экзамен
Тема 6. Организация обеспечения клиентов запасными частями	ПК-4	Экзамен
Тема 7. Организация ремонта	ПК-4	Экзамен
Тема 8. Служба сервиса и ее функции	ПК-4	Экзамен

## 3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Сформированность компетенции в рамках освоения данной дисциплины оценивается по трехуровневой шкале:

- 1) пороговый уровень является обязательным для всех обучающихся по завершении освоения дисциплины;
- 2) продвинутый уровень характеризуется превышением минимальных характеристик сформированности компетенций по завершении освоения дисциплины;
- 3) эталонный уровень характеризуется максимально возможной выраженностью компетенций и является важным качественным ориентиром для самосовершенствования.

### Уровень освоения компетенций, формируемых дисциплиной:

*а) описание критериев и шкалы оценивания тестирования:*

За каждый тестовый вопрос назначается максимально 1 балл в соответствии со следующим правилом:

- 1 балл – ответ на тестовый вопрос полностью правильный;
- 0,5 балла – отчет на тестовый вопрос частично правильный (выбраны не все правильные варианты, указаны частично верные варианты);
- 0 баллов – ответ на тестовый вопрос полностью не верный.

*б) описание критериев и шкалы оценивания решения расчетной задачи:*

Шкала оценивания	Критерий
5 баллов (эталонный уровень)	Задача решена верно

Шкала оценивания	Критерий
3 балла (продвинутый уровень)	Задача решена верно, но имеются технические неточности в расчетах
1 балла (пороговый уровень)	Задача решена верно, с дополнительными наводящими вопросами преподавателя
0 баллов	Задача не решена

На экзамен выносятся 20 тестовых вопросов и 1 расчетная задача. Максимально студент может набрать 25 баллов. Итоговый суммарный балл студента, полученный при прохождении промежуточной аттестации, переводится в традиционную форму по системе «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Шкала оценивания	Критерий	
отлично (эталонный уровень)	20 – 25 баллов	Обязательным условием является выполнение всех предусмотренных в течении семестра заданий (на практических занятиях и при самостоятельной работе)
хорошо (продвинутый уровень)	15 – 19 баллов	
удовлетворительно (пороговый уровень)	7 – 14 баллов	
неудовлетворительно	0 – 6 баллов	Студент не выполнил всех предусмотренных в течении семестра текущих заданий (на практических занятиях и при самостоятельной работе)

#### 4. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП содержание компетенций
ПК-4	способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

*а) типовые тестовые вопросы:*

- В практике управления бизнес-процессами, связанными с сервисной деятельностью, «жесткий сервис»:
  - включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);**
  - включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;
  - сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.
- Для решения задачи эффективного управления сервисной деятельностью применяются качественные методы анализа потребительских ценностей. В основе таких методов – базовая иерархическая модель потребностей, отображаемая в виде лестницы из пяти ступеней:
  - потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, физиологические потребности, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении;
  - физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении);**
  - потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации

(самоутверждении), физиологические потребности.

3. Реклама, экспертиза, психодиагностика, имиджмейкерские услуги, художественно-оформительские услуги – это область сервиса в:
  - a. материально-преобразовательной деятельности;
  - b. познавательной деятельности;
  - c. **ценностно-ориентационной деятельности**
4. Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это:
  - a. **контактная зона;**
  - b. зал ожидания;
  - c. комната для посетителей
5. Сервис — это:
  - a. **это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг;**
  - b. любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой;
  - c. предпродажное и гарантийное обслуживание.
6. В практике управления бизнес-процессами, связанными с сервисной деятельностью, «мягкий сервис»:
  - a. включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
  - b. **включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;**
  - c. сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.
7. Определите, какой из видов сервиса относится к видам сервиса по удовлетворению тех или иных потребностей:
  - a. послегарантийный сервис;
  - b. предпродажный сервис;
  - c. **базовый сервис;**
  - d. гуманитарный сервис.
8. Что из перечисленного относят к прямым методам исследования рынка услуг?
  - a. **контакты с поставщиками;**
  - b. технические справочники;
  - c. опрос экспертов
9. Что из нижеперечисленного не относится к предпродажному обслуживанию?
  - a. разработка каталогов и прейскурантов;
  - b. **доставка товара к месту продажи;**
  - c. распаковка и расконсервация;
  - d. подготовка товара к продаже
10. Какой вид сервиса не существует?
  - a. предпродажный;
  - b. послепродажный;
  - c. **внутрипродажный;**
  - d. все вышеперечисленные варианты верны
11. Требования к мониторингу эффективности бизнес-процессов предпродажного и постпродажного обслуживания означает, что организация должна:
  - a. знать поставщиков для своей продукции
  - b. повышать качество комплектующих
  - c. **определять удовлетворенность своей продукцией**
12. Для организации эффективной службы предпродажного/постпродажного обслуживания необходимо учитывать требования к определению последовательности процессов. Это означает, что организация должна:
  - a. определять общий поток процессов
  - b. **определять подразделения, рассматриваемые как элементы структуры организации, повышающей качество продукции**
  - c. определять взаимосвязанные процессы, способствующие повышению энергоемкости

- организации
13. Одним из основных направлений стратегического развития сервиса выступает:
    - a. совершенствование разного рода технологий: управленческих, организационных и др.;
    - b. ориентир на потребителя, изучение его потребностей и вкусов;
    - c. **совершенствование типов управления, умножение разновидностей управления сервисными предприятиями.**
  14. Важная роль услуг в рамках предпродажного и постпродажного обслуживания в экономике обусловлена следующими факторами:
    - a. высокой доходностью (ликвидностью) услуг, которые, как правило, потребляются в момент их производства;
    - b. услуга не может быть предложена клиенту в осязаемой форме до завершения процесса его обслуживания;
    - c. **относительно невысокой материалоемкостью (включая так называемые нематериальные услуги), что увеличивает объем добавленной стоимости, а, следовательно, национальный доход;**
    - d. коротким сроком получения платы за выполненные услуги.
  15. Какой из методов не используется для разработки и анализа процесса обслуживания:
    - a. диаграммное проектирование;
    - b. **точки соприкосновения;**
    - c. потребительский сценарий;
    - d. программное моделирование;
    - e. реинжиниринг

*б) типовые практические задания:*

Задача 1.

Определите комплексный показатель обслуживания покупателей фирмой ООО «Алмаз», если анкетный опрос покупателей дал следующие результаты: отличное обслуживание – 960 чел, хорошее – 1870, удовлетворительное – 290, неудовлетворительное – 170.

*Решение:*

Показатель обслуживания покупателей имеет следующую градацию: при коэффициенте, равном 0,9 и выше, качество обслуживания считается отличным, от 0,89 до 0,8 – хорошим, от 0,79 до 0,7 – удовлетворительным и ниже 0,7 – неудовлетворительным.

Показатель обслуживания покупателей рассчитывается как средневзвешенная величина оценки обслуживания. Для расчета величины данного показателя определяем, прежде всего, серединные величины интервалов:

- для оценки «отлично» интервал составляет от 0,90 до 1,00, следовательно, середина интервала равна:  $(0,90+1,00)/2=0,95$ ;
- для оценки «хорошо» это значение составляет 0,85;
- для оценки «удовлетворительно» - 0,75;
- для оценки «неудовлетворительно» - 0,35.

Теперь у нас есть все данные для расчета комплексного показателя обслуживания:

$K_{\text{обсл}}=(0,95*960+0,85*1870+0,75*290+0,35*170)/(960+1870+290+170)=0,84$ .

Чем выше значение рассчитанного показателя, тем лучше обслуживание. Предел значимости показателя может быть равен 1, когда все покупатели оценили качество обслуживания как «отличное». В данном случае значение показателя составляет 0,84, что свидетельствует о хорошем обслуживании.

Задача 2.

В таблице приведен общий список услуг, которые могут быть оказаны фирмой в процессе поставки товаров, а также время, необходимое для оказания каждой отдельной услуги (чел/час).

Перечень услуг, фактически оказываемых фирмой: № 3, 9, 15, 21, 27, 29, 30.

Определите уровень обслуживания.

№ услуги	Время, необходимое для оказания услуги, чел/час, $t_i$	№ услуги	Время, необходимое для оказания услуги, чел/час, $t_i$
1	0,5	17	1
2	1	18	4
3	2	19	4
4	2	20	2
5	1	21	0,5
6	0,5	22	0,5
7	4	23	1
8	0,5	24	0,5
9	1	25	3
10	1	26	2
11	2	27	0,5
12	1	28	0,5
13	3	29	4
14	2	30	1
15	0,5	31	0,5
16	1	32	2
Итого:	23	Итого:	27

Решение:

Уровень обслуживания можно определить по следующей формуле:

$$U_p = \frac{\sum_{i=1}^n t_i}{\sum_{i=1}^N t_i} \cdot 100\%$$

где N – количество услуг, которое теоретически может быть оказано; n – фактическое количество оказываемых услуг;  $t_i$  – время выполнения i-той услуги.

Время, необходимое для выполнения всего объема услуг равно 50 чел/час. Время, необходимое для выполнения услуг, предоставляемой фирмой равно  $2 + 1 + 0,5 + 0,5 + 0,5 + 4 + 1 = 9,5$  чел/час. Рассчитаем уровень обслуживания:  $U_p = (9,5/50) \cdot 100\% = 19\%$ .

Задача 3.

Впишите в соответствующие столбцы таблицы характеристики, отражающие состояние товарной единицы: 1. Монтаж. 2. Упаковка. 3. Основная выгода. 4. Послепродажное обслуживание. 5. Марочное название. 6. Внешнее оформление. 7. Поставки и кредитование. 8. Гарантия. 9. Свойства. 10. Качество.

Ядро товара	Товар в полном смысле	Товар в реальном исполнении	Товар с подкреплением

Задача 4.

Оценить на основе ABC-анализа затраты на сервис и постпродажное обслуживание клиентов. Фирма продает один вид продукции по цене за единицу 650 руб. и производственными затратами 330 руб. В отчетном периоде каждому из трех основных покупателей продано по 1 000 единиц. Общая сумма накладных расходов по сбыту составила 451 500 руб., в том числе на транспортировку продукции 187 500 руб., ее погрузку и выгрузку 168 000 руб., послепродажное обслуживание 96 000 руб. Показатели по процессам продаж характеризуют данные таблицы.

Показатели	Клиент 1	Клиент 2	Клиент 3
Сервис доставки, км	1000	250	-
Сервис погрузка-выгрузка, т	70	30	20
Постпродажное обслуживание, ч	120	40	60

Решение:

Финансовый результат продаж на основе ABC, руб.

Показатели	Клиент 1	Клиент 2	Клиент 3	Итого
Выручка	650000	650000	650000	1950000
Производственные затраты	350000	350000	350000	1050000
Накладные расходы, в т.ч.	300240	96780	54480	451500

Доставка	150000	37500	0	187500
Погрузка-выгрузка	97440	42000	28560	168000
Постпродажное обслуживание	52800	17280	25920	96000
Прибыль	-240	203220	245520	448500

Таким образом, сервис и постпродажное обслуживание клиента 1 стали убыточными, так как он находится дальше всех, имеет максимальные объемы отгрузки, а также максимальные затраты времени и послепродажное обслуживание, убыток от работы с ним перекрываются другими клиентами.

#### Задача 5.

Бригада ремонтников из  $n = 2$  человек обслуживает  $t = 4$  станка. Предполагается, что поломки станков образуют простейший поток заявок с интенсивностью  $\lambda = 0,1$  раз/ч. Время ремонта каждого станка есть случайная величина, которая подчиняется экспоненциальному закону распределения с параметром  $\mu = 0,5$  станка/ч. Определите параметры системы массового обслуживания и рассчитайте число свободных от обслуживания ремонтников.

*Ответ:* 1,338.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА»

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»

**МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.01.02 «СИСТЕМЫ ПОСТПРОДАЖНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ И  
СЕРВИСА»**

Направление подготовки  
38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки  
«Производственный менеджмент»

Уровень подготовки  
Академическая магистратура

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очно-заочная

## 1. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

### Практическое задание 1. Сервисная деятельность

Цель: сформировать целостное представление о генезисе и современных тенденциях развития сервисной деятельности в РФ

#### *Контрольные вопросы и задания:*

1. Дать определение услуги, материальной услуги (привести три примера, отличающиеся от приведённых в ГОСТ Р 50646-94), социальнокультурной услуги (привести три примера, отличающиеся от приведённых в ГОСТ Р 50646-94). Чем отличается время обслуживания от времени исполнения услуги?
2. Привести пример объекта стандартизации в области стандартизации услуг.
3. Привести пример объекта сертификации в сфере сертификации услуг.
4. Проанализировать и классифицировать виды услуг. Привести пример групп однородных услуг.
5. Опишите существующие технические документы на услуги.
6. Для выбранной Вами социально-культурной услуги приведите показатели её качества и возможные методы определения качества услуги.
7. Назовите объекты стандартизации.
8. Назовите и охарактеризуйте номенклатуру основных групп показателей качества по характеризующим свойствам услуг.
9. Перечислите требования к качеству торговых услуг. Какие относятся общим и специфическим?
10. Перечислите требования к качеству торговых услуг. Какие относятся к обязательным и рекомендательным?
11. Перечислите методы измерения показателей качества, которые определяют общероссийские стандарты на услуги.
12. Назовите способы подтверждения качества товара. Каким образом государственные стандарты, премии, сертификаты, награды влияют на мнение потребителя о качестве товара?

#### *Рекомендуемая литература*

1. Васильев Г.А. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Е.М. Деева. – Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 192 с. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/71172.html>
2. Синявец Т.Д. Организационная диагностика и проектирование сервисных организаций [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Т.Д. Синявец. – Электрон. текстовые данные. – Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2015. – 246 с. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/75023.html>

### Практическое задание 2. Потребность и услуги.

Цель: на конкретном примере проанализировать сервисное предприятие, определить уровень удовлетворения потребностей и разработать рекомендации по повышению культуры сервиса.

#### *Задание*

1. Изучить спектр услуг, предоставляемых сервисным учреждением города Рязани.
2. Провести анализ стоимости услуг.
3. Провести анализ целевой аудитории.
4. Дать оценку культуры сервиса.
5. Сформировать отчет по результатам анализа, в т.ч. указать следующее:
  - определение объекта и предмета исследования
  - определение проблемы. постановка задач и целей исследования
  - ход проведения исследований

- схемы, диаграммы, графики и таблицы, демонстрирующие исследуемую ситуацию
- выводы о предпочтениях потенциальных (реальных) потребителей данного вида услуг.

*Контрольные вопросы:*

1. В чем состоит роль сервиса в удовлетворении потребностей человека? в обеспечении качества жизни? уровня социально-экономического развития страны?
2. Что ожидает потребитель от обслуживания?
3. Каковы составляющие качества услуги?
4. Что такое «контактная зона»?
5. Как влияет культура общения и внутренняя культура человека на качество сервисной деятельности?

*Рекомендуемая литература*

1. Джоббер Д. Продажи и управление продажами: учебное пособие для вузов / Д. Джоббер, Дж. Ланкастер. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 621 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/81832.html>
2. Джон Шоул Первоклассный сервис как конкурентное преимущество / Шоул Джон; перевод И. Евстигнеева; под редакцией В. Григорьевой. – 5-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 344 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/86759.html>
3. Лутфуллина Г.Г. Принципы управления качеством продукции [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.Г. Лутфуллина. – Электрон. текстовые данные. – Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2009. – 88 с. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/62558.html>

Практическое занятие 3.  
Потребительская среда в сфере услуг

Цель: изучить теорию и практику сервиса и постпродажного обслуживания с учетом различных особенностей потребителей и потребительской среды.

Задание:

1. Дать характеристику видам сервисной деятельности в странах с продолжительной, холодной зимой и с коротким, прохладным летом, где предъявляются особые требования к жилищу: зимой помещения должны сохранять тепло, но летом в них следует предусмотреть возможность беспрепятственного проникновения солнечных лучей.
2. Охарактеризовать требования к сервису в регионах мира с влажным, жарким климатом, если говорить о потребительских требованиях к жилищу, то здесь предпочитают дома из легких строительных материалов, которые позволяли бы часто проветривать помещения или даже оставлять их открытыми большую часть года.
3. Привести примеры видов сервисной деятельности, использующие благоприятные природно-климатические условия как необходимое условие удовлетворения потребностей клиентов и неотъемлемую часть бизнеса.
4. Охарактеризовать характер и содержание сервисной деятельности, на которую влияет плотность, структура размещения людей на территории (городские и сельские поселения).
5. Дать характеристику роли демографических факторов в развитии сервисной деятельности, связаны с численным составом и рядом воспроизводственных характеристик населения той или иной страны (структура населения, уровень рождаемости и смертности, перемещения на территории населения в силу разных причин, включая и социально-экономические).
6. Привести примеры влияния национальной культуры страны на потребительское поведение, на примере любой страны.

*Контрольные вопросы:*

1. Какие факторы влияют на потребительское поведение?
2. Как реализуется процесс принятия решения потребителя о покупке?
3. Какие можно выделить типы потребителей по различным категориям классификации?
4. Какие можно выделить особенности обслуживания потребителей с учетом категории предприятия предоставления услуг?

### *Рекомендуемая литература*

1. Васильев Г.А. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Е.М. Деева. – Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 192 с. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/71172.html>
2. Джон Шоул Первоклассный сервис как конкурентное преимущество / Шоул Джон; перевод И. Евстигнеева; под редакцией В. Григорьевой. – 5-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 344 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/86759.html>

## **2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ДИСКУССИИ**

**Дискуссия** – один из наиболее эффективных способов для обсуждения острых, сложных и актуальных на текущий момент вопросов в любой профессиональной сфере, обмена опытом и творческих инициатив. Такая форма занятий позволяет лучше усвоить материал, найти необходимые решения в процессе эффективного диалога.

### **Правила ведения дискуссии**

Дискуссия – это деловой обмен мнениями, в ходе которого каждый выступающий должен стараться рассуждать как можно объективнее. Каждое высказывание должно быть подкреплено фактами. В обсуждении следует предоставить каждому участнику возможность высказаться. Каждое высказывание, позиция должны быть внимательно рассмотрены всеми участниками дискуссии. Необходимо внимательно слушать выступления других, размышлять над ними и начинать говорить только тогда, когда появляется уверенность в том, что каждое ваше слово будет сказано по делу. В ходе обсуждения недопустимо «переходить на личности», «навешивать ярлыки», допускать уничижительные высказывания и т.д. Отстаивайте свои убеждения в энергичной и яркой форме, не унижая при этом достоинство лица, высказавшего противоположное мнение. При высказывании другими участниками дискуссии мнений, не совпадающих с вашим, сохраняйте спокойствие, исходя из того, что каждый человек имеет право на собственное мнение. Любое выступление должно иметь целью разъяснение разных точек зрения и примирение спорящих. Говорите только по заданной теме, избегая любых бесполезных уклонений в сторону. Сразу же следует начинать говорить по существу, лаконично придерживаясь четкой логики, воздерживаясь от пространных вступлений. Остроту дискуссии придают точные высказывания. Следует вести себя корректно. Не используйте отведенное для выступления время для высказывания недовольства тому или иному лицу, тем более отсутствующим.

## **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ ПУБЛИЧНОГО ДОКЛАДА**

**Доклад** – это краткое публичное устное изложение результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности студента, представляет собой сообщение о сути вопроса или исследования применительно к заданной тематике. Доклады направлены на более глубокое самостоятельное изучение обучающимися лекционного материала или рассмотрения вопросов для дополнительного изучения. Данный метод обучения используется в учебном процессе при проведении практических занятий в форме семинаров. Его задачами являются:

- формирование навыков самостоятельной работы, работы с источниками литературы, их систематизация;
- развитие навыков логического мышления;
- углубление теоретических знаний по проблеме исследования;
- развитие навыков публичного выступления, умения уверенно использовать научной терминологией.

Доклад должен представлять аргументированное изложение определенной темы, быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение. В ходе доклада должны быть сделаны ссылки на использованные источники. В зависимости от тематики доклада он может иметь мультимедийное сопровождение, в ходе доклада

могут быть приведены иллюстрации, таблицы, схемы, макеты, документы и т. д.

### Примерные темы докладов по темам

К теме 5 «Разработка стратегии послепродажного обслуживания»:

- Жизненный цикл сервисных услуг.
- Разработка объема и качества предоставляемых послепродажных услуг.
- Организация послепродажного обслуживания.
- Цели эффективного послепродажного обслуживания и его схема.
- Принципиальная схема смешанного обслуживания.
- Потoki информации в сфере смешанного сервиса.

К теме 6 «Организация обеспечения клиентов запасными частями»:

- Специфика запчастей как товара.
- Разработка системы обеспечения клиентов запчастями.
- Принципы эффективной работы склада запчастей.
- Нормы хранения запасных частей на складах

К теме 7 «Организация ремонта»:

- Сущность и задачи ремонта.
- Формы организации и виды ремонтного обслуживания.
- Особенности и нормативное регулирование гарантийного обслуживания.

### 3. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ЭКЗАМЕНУ

1. Понятие, цель и задачи сервисной деятельности в системе экономических отношений.
2. Социально-экономические предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.
3. Классификации видов сервисной деятельности.
4. Услуга как результат сервисной деятельности: понятие и характерные черты.
5. Основные подходы к определению и структуре сервисного продукта.
6. «Природа» предоставления услуги и «доставка» услуг по К. Лавлоку.
7. Структура сферы услуг и ее функции.
8. Определение ценности предпродажного и постпродажного обслуживания для клиента.
9. Потребительское поведение при принятии решения о покупке в зависимости от доступности пред- и постпродажного обслуживания.
10. Структура системы сервиса на предприятии. Фирменный сервис.
11. Контактная зона: понятие, структура, характерные черты.
12. Структура процесса работы с рекламациями клиентов.
13. Принципы эффективного разрешения конфликтных ситуаций.
14. Основные методы предоставления предпродажного и постпродажного обслуживания.
15. Формы пред- и постпродажного обслуживания потребителей.
16. Подходы к определению качества товаров и услуг (Э. Деминг, Д. Гарвин, Ф. Кросби).
17. Соотношение качества и удовлетворенности клиента. Модель качества услуги (Л. Бери, В. Зайтамль).
18. Определение и виды сервисных гарантий. Восстановление услуги, гарантии при ее предоставлении.
19. Объекты стандартизации и номенклатура показателей качества услуг.
20. Нормативно-правовая база сервисной деятельности в России.
21. Зона толерантности: понятие, возможности применения (Л. Бери, В. Зайтамль, Р. Джонстон).