

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению практических работ
по дисциплине «Менеджмент и маркетинг сферы услуг»
для студентов направления подготовки
43.03.01 Сервис

Направленность (профиль) «Логистика»

Ставрополь, 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
3. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
4. ЛИТЕРАТУРА И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование универсальных (УК-3) и общепрофессиональных (ОПК-2, ОПК-4) компетенций будущего направления подготовки 43.03.01 Сервис направленность (профиль) «Логистика», формирование у студентов системного видения организации и ее окружения, а также факторов, оказывающих воздействие на принятие управленческих решений; понимания влияния исторического экономического и социального контекстов на применяемые методы и инструменты менеджмента; теоретических знаний об основах управленческой деятельности, функциях и принципах менеджмента, в том числе в сфере профессиональной деятельности, связанной с профилем подготовки; компетенций эффективного выполнения управленческих функций, знакомство студентов с комплексными знаниями по экономике впечатлений в туристической сфере, с современными подходами к работе в индустрии впечатлений.

Задачами освоения дисциплины являются: раскрыть теоретическое и предметное содержание экономики сервиса, дать навыки проектирования продуктов, ориентированных на впечатления в событийном и туристском менеджменте; знакомство учащихся с ключевыми инструментами управления сервисными проектами и продуктами; подготовка студентов в области управленческих знаний, позволяющая выпускнику успешно осуществлять работу в сфере менеджмента и маркетинга; знакомство студентов с комплексными знаниями в сервисной экономике; знакомство с современными подходами к работе в сфере услуг.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практическое занятие является одной из форм проведения групповых занятий со студентами, имеющей своими целями более глубокое усвоение обучаемыми лекционного материала, развитие у них умения целенаправленной работы с научной, учебной литературой для самостоятельного добывания новых знаний, приобретение навыков публичных выступлений, ведения дискуссий и т.д.

Практические занятия предполагают использование различных форм работы: обсуждение теоретических вопросов, решение задач, обсуждение докладов, анализ информации. Практические занятия проводятся с целью углубления и закрепления теоретических знаний, привития навыков анализа обстоятельств дела в конкретно заданной ситуации, что весьма важно для будущей практической деятельности. Они, являясь самостоятельной формой обучения студентов, углубляют знания, полученные на лекциях, способствуют самостоятельной работе с нормативным материалом, опубликованной практикой и литературой.

Занятия проводятся в форме опроса студентов по теоретическим вопросам, обозначенным в планах, а также обсуждения вариантов решения практических заданий (ситуаций), которые были предложены в качестве подготовки к занятию. Готовясь к занятиям, студенты должны изучить:

- материалы лекции по предполагаемой теме, а также план практического занятия;
- соответствующие теме занятия положения нормативно-правовых актов;
- основные положения теории;
- рекомендованную в планах практических занятий базовую, а также дополнительную литературу и методические разработки для студентов, подготовленные кафедрой.

При подготовке к практическому занятию студент обязан, изучив действующее законодательство и рекомендованную литературу, письменно изложить в специальной тетради решение задач, заданных преподавателем. Их изложение не должно сводиться лишь к краткому ответу на вопрос. Необходимым признается такое обоснование вывода, которое в принципе является доказательным.

Практические занятия строятся по следующей схеме:

- вначале преподаватель объявляет тему и задачи практического занятия;
- производит опрос студентов по теоретическим вопросам, обозначенным в плане занятия, а также проверяет наличие у студентов письменных решений задач. Данные решения обсуждаются в форме дискуссии непосредственно на занятии;
- по окончании занятия подводятся итоги дискуссии и общие итоги.

Применительно к отдельным темам занятия, с учетом специфики обсуждаемой темы, указанная схема может корректироваться. Однако основе занятия, в любом случае, лежит решение практических ситуаций. Их количество

определяется преподавателем с учетом всех особенностей изучаемой темы и масштабности ее проблемных вопросов.

Отвечающий на занятии студент обязан кратко изложить содержание практической ситуации.

Лучше всего целенаправленно готовиться к выступлению по определенному вопросу, изучая другие вопросы с целью лучше разобраться в предмете выступления. Темы выступлений (докладов) можно согласовать с преподавателем заранее. Докладчики могут разграничить между собой материал, вопросы, согласовать последовательность выступлений. Чтобы во время выступления чувствовать себя увереннее, следует подготовить опорный конспект в виде развернутого плана, в который можно включить также представляемые в выступлении схемы, определения, формулы, графики и др. На занятии можно сделать не обязательно большое, развернутое выступление, полностью раскрывающее какой-либо вопрос, но и небольшое дополнение, уточнение, задавать вопросы в процессе обсуждения.

Если не удалось выступить на занятии, следует подготовить письменную работу по согласованию с преподавателем. Это может быть:

- словарь терминов,
- графики с комментариями,
- формулы с комментариями и примерами,
- структурно-логические схемы,
- развернутые планы ответов на вопросы темы,
- аннотации статей по теме занятия (краткое, не более 1 стр., самостоятельное изложение содержания статьи) и др.

Конспекты лекций, опорные конспекты к выступлениям и другие записи по изучаемому предмету целесообразно группировать по темам и накапливать для подготовки к экзамену в специальной папке.

Планирование практических занятий осуществляется с учётом установленного количества часов. Основные этапы планирования и подготовки занятий:

- Разработка системы занятий по теме или разделу.
- Определение задач и целей занятия.
- Определение оптимального объема учебного материала, расчленение на ряд законченных в смысловом отношении блоков, частей.

- Разработка структуры занятия, определение его типа и методов обучения. Нахождение связей данного материала с другими дисциплинами и использование этих связей при изучении нового материала.

- Определение объема и форм самостоятельной работы на занятии. Определение форм и методов контроля знаний студентов. Определение формы подведения итогов.

- Определение самостоятельной работы по данной теме.

При проведении практических занятий преподаватель уделяет внимание формулировкам выводов, способности студентов сравнивать, анализировать, находить несоответствия, оценивает уровень знаний студентов.

При подведении итогов преподаватель знакомит студентов с результатами

выполнения заданий, оценивает качество выполненной работы каждым студентом.

Студенты, не подготовившиеся к практическому занятию, равно как и не имеющие письменных решений каких-либо практических ситуаций, заданных преподавателем, должны в отдельном порядке отчитаться за занятие.

После развернутого обсуждения всех наиболее важных вопросов занятия, а также вопросов, касающихся казусов и вариантов его решения, преподаватель подводит итоги дискуссии.

3. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

1 семестр

Практическое занятие по теме 1. Введение в теорию организации и менеджмента. Эффективный руководитель.

Вопросы для обсуждения:

Предмет управления (менеджмента) как науки. Понятие менеджмента и управления. Элементы и атрибуты организации. Организация как объект управления. Функциональные процессы в организации. Внутриорганизационные процессы. Организация как открытая система. Виды управленческой деятельности и управленческие функции. Взаимодействие человека и организации. Личностный и ролевой аспекты взаимодействия человека и организационного окружения. Модели жизненного цикла организации и эволюция управленческих подходов. Модель И. Адизеса. Роли, функции и задачи менеджера в современной организации. Роли менеджера (по Г. Минцбергу). Эффективный менеджер (по П. Друкеру).

Практическое занятие по теме 2. Эволюция теории и практики менеджмента.

Вопросы для обсуждения

История управления (менеджмента) и эволюция менеджмента как науки. Научные школы: школа научной организации управления, школа административного управления, школа человеческих отношений, бихевиористская школа, школа науки управления или количественный подход. 14 основных принципов управления по Файолю. Процессный подход. Системный подход. Ситуационное управление. Влияние экономического и социального развития на инструменты менеджмента. Основные направления развития менеджмента в начале XXI века. Концепция «7S». Теория Оучи (теория «Z»). Использование теорий менеджмента в современной работе менеджера

Темы рефератов

1. Понятие об услуге и сервисной деятельности.
2. Функции сферы услуг. Основные понятия.
3. Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг.
4. Общероссийские классификаторы услуг населению
5. Виды потребителей по фактическому потреблению услуги и по наличию услуги на местности.

Контрольные вопросы

1. Приведите пример одной (любой) потребности и определите ее структуру.
2. Объясните, какие группы потребностей присущи каждому человеку в современном обществе.
3. Ответьте на вопрос: цена и ценность – это тождественные понятия?
4. Какие исследовательские подходы раскрывают взаимосвязь ожидаемой и воспринятой услуги?
5. Назовите особенности обслуживания на известных Вам предприятиях питания, поддерживающих национальные стандарты сервиса.
6. В чем заключаются отличия работы аниматора с группами разных возрастов?

Практическое занятие по теме 3. Внутренняя и внешняя среда организации.

Вопросы для обсуждения:

Понятие управленческой ситуации. Внутренние ситуационные факторы управления. Миссия, цели и задачи организации. Проектирование работы в организации и технологии работ. Люди в организации. Взаимозависимость внутренних переменных. Внешняя среда организации. Теория стейкхолдеров. Характеристики внешней среды. Прямые и косвенные факторы внешней среды. Социальная ответственность бизнеса.

Темы рефератов

1. Структура системы сервиса на предприятии.
2. Принципы современного сервиса. Основные задачи системы сервиса.
3. Основные подходы к осуществлению сервиса.
4. Принципы гарантийного обслуживания.
5. Виды сервиса по времени осуществления. Виды сервиса по содержанию работ. Фирменный сервис

Контрольные вопросы

1. Определите структуру системы сервиса на предприятии общественного питания и в туристической компании. В чем различия и сходства? Поясните, почему.
2. В чем заключается необходимость соблюдения принципов сервиса на предприятии?
3. Какой подход к осуществлению сервиса на предприятии Вам близок и почему?
4. Приведите примеры, какие предприятия применяют какие виды сервиса. Объясните, чем обусловлен выбор предприятием предоставления клиентам каждого из известных видов сервиса

Практическое занятие по теме 4. Коммуникации в организации.

Вопросы для обсуждения:

Понятие коммуникаций. Виды и роли коммуникаций. Коммуникации между организацией и внешней средой, коммуникации внутри организации, межличностные и групповые коммуникации. Модель процесса коммуникации. Коммуникационные каналы, их емкость. Формальные и неформальные коммуникации в организациях. Эксплицитная и имплицитная коммуникация. Командные коммуникации. Коммуникационные сети. Проблемы построения эффективной коммуникации и их преодоление. Роль обратной связи в коммуникациях. Роль информационных технологий в управленческих коммуникациях. Вопросы коммуникации в глобальных организациях. Управление конфликтом.

Темы рефератов

1. Формы организации системы сервиса.
2. Структура службы сервиса.
3. Этапы развития службы сервиса. Функции сервис-центра.
4. Обслуживание как сервисная система. Понятие «контактной зоны» как сферы осуществления сервисной деятельности.

Контрольные вопросы

1. Опишите структуру службы сервиса на торговом предприятии и сервисном центре производственного предприятия. Поясните, в чем заключаются отличия отделов.
2. Какие функции выполняет служба сервиса на предприятии?

3. Приведите пример работы сервисной службы предприятий, которая произвела на Вас положительное/отрицательное впечатление. Выявите сильные и слабые стороны работы служб.

4. Как объясните фразу «Обслуживание как сервисная система»?

5. Какие задачи выполняет контактная зона предприятия?

Практическое занятие по теме 5. Принятие управленческих решений.

Вопросы для обсуждения:

Понятие решения. Виды управленческих решений. Уровни принятия решений в организации. Классификация управленческих решений. Процесс принятия решений. Стили принятия решений. Среда, в которой принимаются решения. Учет интересов стейкхолдеров. Этапы рационального принятия решения. Принятие управленческих решений в условиях многокритериальности. Проблема, ограничение, риск и неопределенность при принятии решений. Этическая дилемма. Модели, методы и инструменты принятия решений. Формальные и неформальные методы. Количественные, качественные и смешанные методы. Понятие искусственный интеллект. Теории принятия решения: рациональная модель, модель ограниченной рациональности Г.Саймона, модель Г.Минцберга.

Темы рефератов

1. Определение потребительской среды в сфере услуг.
2. Факторы, влияющие на потребительское поведение.
3. Процесс принятия решения потребителем.
4. Программы обучения клиента.
5. Основные правила составления коммерческого предложения.
6. Обслуживание во время продаж. Демонстрация товара. Организация и проведение презентаций.

Контрольные вопросы

1. Дайте определение понятию «поведение потребителя».
2. Поясните, чем характеризуется поведение потребителя на рынке услуг.
3. Какие группы потребителей можно выделить, исходя из специфики принятия ими решения о приобретении услуги?
4. Опишите структуру процесса принятия решения для каждой группы потребителей.
5. Назовите и проанализируйте факторы, оказывающие прямое воздействие на поведение потребителя.
6. Назовите и проанализируйте факторы, оказывающие косвенное воздействие на потребителя.
7. Перечислите виды коммерческих предложений, обоснуйте их применение.
8. Назовите основные принципы составления коммерческого предложения.
9. Назовите основные принципы составления презентации

Практическое занятие по теме 6. Планирование как функция менеджмента.

Вопросы для обсуждения:

Планирование в организации. Постановка целей. Уровни целей и планов в организации. Краткосрочные и долгосрочные планы. Стратегические, тактические и оперативные планы. Иерархия целей. Принципы традиционной установки целей. Концепция цепочки конечных ценностей. Подход управления по целям. Взаимосвязь планирования и эффективности деятельности организации. Роль планирования в деятельности Директора по логистике.

Темы рефератов

1. Основные методы предоставления услуг.
2. Формы обслуживания.
3. Процесс личной продажи. Методы личных продаж. Представление продукта.
4. Модель «AIDA».
5. Преодоление возможных возражений клиента.
6. Завершение процесса продажи и установление следующего контакта с клиентом.
7. Оценка эффективности работы с клиентом.
8. Работа с рекламациями. Принципы эффективного разрешения конфликтных ситуаций

Контрольные вопросы

1. Обоснуйте применение основных методов предоставления услуг на сервисном предприятии.
2. Поясните, как выбор формы обслуживания влияет на политику ценообразования, продуктовую, сбытовую политику и политику продвижения товара/услуги.
3. Какие основные принципы обуславливают успех в личной продаже?
4. Какие технологии личных продаж применяются при представлении товара и услуги?
5. Перечислите основные возможные возражения клиента и варианты работы с ними.
6. Назовите принципы работы с рекламациями клиентов

Практическое занятие по теме 7: Организация как функция менеджмента.

Организационная деятельность в компании. Организационная деятельность на разных этапах жизненного цикла организации». Понятие «организационная структура». Факторы, определяющие особенности организационной структуры. Зависимость организационной структуры от ситуационных факторов. Организационная конфигурация и ее разновидности по Г. Минцбергу. Принципы проектирования организационной структуры: специализация труда, департаментализация, централизация и децентрализация, масштаб управляемости и контроля, делегирование полномочий, формализация. Взаимоотношения линейных и штабных работников. Типы организационных структур, их преимущества и недостатки. Современные тенденции развития организационных структур. Взаимосвязь между стратегией и структурой организации. Влияние технологий на организационную структуру. Модели проектирования работы: построение работы, расширение масштаба работы, ротация рабочих мест, обогащение труда, социотехническая схема. Роль планирования в деятельности Директора по логистике.

Практическое занятие по теме 8: Мотивация как функции менеджмента.

Понятие мотивация. Процесс мотивации. Соотношение между мотивированием и стимулированием. Содержательные теории мотивации. Пирамида А. Маслоу. Теория К. Алдерфера. Теория Д. МакКлелланда. Двухфакторная модель Ф. Герцберга. Процессные теории мотивации. Теория ожидания В. Врума. Теория Портера – Лоулера. Теория справедливости С. Адамса. Управление по целям (П. Друкер, Э. Локк). Мотивационная теория подкрепления. Сложность построения комплексной теории мотивации. Современные проблемы мотивации сотрудников организации. Теория поколений. Наделение властью. Обогащение труда. Мотивация с учетом культурных различий.

Практическое занятие по теме 9: Контроль как функция менеджмента. Лидерство в организации.

Контроль как функция менеджмента. Связь функции контроля с другими функциями менеджмента. Типы контроля. Системный подход. Процесс контроля. Цикл Деминга. Управление по отклонениям. Поведенческие аспекты контроля. Методы контроля. Характеристики эффективного контроля. Информационная система менеджмента для планирования и контроля. Роль информационных технологий в совершенствовании систем контроля. Понятие лидерства. Менеджеры и лидеры. Ранние теории руководства: теории признаков и бихевиористские теории. Ситуативные теории руководства. Модель Фидлера. Модель ситуационного лидерства П. Херси и К. Бланшара. Теория «путь-цель» Р. Хауза и Т. Митчелла. Концепции лидерского поведения. Типология лидерства по Р. Лейкерту. Континуум лидерского поведения по Таннебауму и Шмидту. Теория лидерских качеств Р. Стогдилла. Исследования университета штата Огайо. Управленческая решетка Р. Блейка и Дж. Моутон. Современные теории лидерства. Транзакционное и трансформационное руководство. Управленческая власть. Теория харизматического лидерства. Теория преобразующего лидерства. Роль лидерства в управлении командой. Формирование культуры доверия. Особенности стилей руководства в условиях разных культур. Лидерство и управление конфликтами

Тест для проверки уровня обученности

1. Коллективные средства размещения:

- a) дома отдыха;
- b) спортивные базы;
- c) комнаты в квартирах;
- d) коттеджи;
- e) квартира.

2. Индивидуальные средства размещения:

- a) мотели;
- b) пансионаты;
- c) собственные жилища;
- d) помещения арендованные у частных лиц;
- e) круизные суда.

3. Дополнительные гостиничные услуги:

- a) киноконцертный зал;
- b) библиотека;
- c) проживание;
- d) парикмахерская;
- e) химчистка.

4. К вертикальным коммуникациям в гостинице относятся:

- a) этаж;
- b) балкон;
- c) рестораны;
- d) лестницы;

е) лифты.

5. Для осуществления быстрой и высококачественной уборки гостиница должна располагать:

- а) полноценным инвентарем;
- б) автопарком;
- в) современными моющими средствами;
- г) анимационной службой;
- е) современными видами уборочных машин.

6. Гостиничный номер апартаменты:

- а) президентский номер;
- б) спальня, гостиная, кабинет;
- в) стандартный однокомнатный номер;
- г) номер-люкс;
- е) полулюкс.

7. Первоначальная уборка в номере начинается с:

- а) гостиной;
- б) санузла;
- в) прихожей;
- г) столовой;
- е) спальни.

8. Система классификации гостиниц в РФ:

- а) по часам;
- б) по звездам;
- в) по коронам;
- г) по буквам;
- е) по знакам.

9. Обязанности портье:

- а) контролирует своевременную оплату всех видов услуг;
- б) проверяет данные паспорта;
- в) отвечает за хранение ключей от номера;
- г) составляет кассовые отчеты;
- е) контролирует сроки действия виз.

10. Классификация услуг гостиниц системы «букв» распространена в:

- а) США;
- б) Великобритании;
- в) России;
- г) Китае;
- е) Греции.

11. По какому критерию выделяют транзитные и целевые гостиницы:

- a) месторасположению;
- b) уровню комфорта;
- c) функциональному назначению;
- d) уровню цен;
- e) продолжительности деятельности.

12. Для каких гостиниц важнейшим требованием является расположение вблизи административных, общественных и других центров городов и поселений:

- a) туристских;
- b) курортных;
- c) делового назначения;
- d) спортивных.

13. Главная задача гостиничного предприятия состоит:

- a) в предоставлении временного жилья;
- b) в предоставлении питания;
- c) в предоставлении развлекательных услуг;
- d) в предоставлении дополнительных услуг;
- e) в предоставлении вспомогательных услуг.

14. Гостиницы квартирного типа, сдаваемые в аренду отдыхающим:

- a) кондоминиумы;
- b) таймшеры;
- c) кемпинги;
- d) мотели;
- e) флайтели.

15. Первые гостиницы в Древней Греции и в Древнем Риме:

- a) караван-сарай;
- b) гостевые ямы;
- c) постоялые дворы.

16. Мощная компьютерная система для гостиничного предприятия:

- a) «Галилео»;
- b) «Цитрус»;
- c) «Неон»;
- d) «Таймшер».

17. Гостиничные предприятия вместимостью от 100 до 500 номеров:

- a) малые;
- b) средние;
- c) большие;
- d) гиганты.

18. Самая крупная группа отелей:

- a) гостиных дворов;
- b) гостиниц-казино;
- c) коммерческих гостиниц;
- d) мотелей;
- e) экзотических гостиниц.

19. Гостиница на воде, в качестве которой используется судно:

- a) ротель;
- b) флотель ;
- c) флайтель;
- d) ботель.

20. Отели класса «люкс»:

- a) Sofitel;
- b) Ibis;
- c) Mercure;
- d) Novotel;
- e) Pullman.

21. Служба гостиницы имеющая собственное экскурсионное бюро:

- a) вспомогательная;
- b) приема и размещения;
- c) коммерческая;
- d) дополнительных и сопутствующих услуг;
- e) инженерная.

22. Риск, возникающий при осуществлении предпринимателями и инвесторами своей деятельности на территории иностранных государств:

- a) политический;
- b) страновой;
- c) промышленный;
- d) экономический.

2 семестр

Практическое занятие по теме 1. Менеджмент сферы услуг

Особенности сферы услуг.

Менеджмент в туризме.

Менеджмент гостиничной деятельности.

Сетевой бизнес в сервисе. Франчайзинг в сервисе.

Практическое занятие по теме 2. Виды менеджмента.

Финансовый менеджмент.
Инновационный менеджмент.
Налоговый менеджмент.
Менеджмент персонала.
Антикризисный менеджмент

Практическое занятие по теме 3. Основы маркетинга

Базовые понятия маркетинга
Этапы развития маркетинга
Задачи, функции и принципы маркетинга
Виды маркетинга.

Практическое занятие по теме 4. Маркетинговая стратегия

Сегментирование
Таргетирование
Позиционирование

Практическое занятие по теме 5. Поведение потребителей

Понятие потребительского рынка. Модель покупательского поведения
Факторы, влияющие на поведение конечных потребителей
Процесс принятия решения о покупке
Принятие решения о покупке товара-новинки. Индивидуальные различия людей в готовности восприятия новшеств.

Практическое занятие по теме 6. Маркетинговые исследования

Определение маркетинговых исследований
Классификация и типы маркетинговых исследований
Этапы проведения маркетинговых исследований

Практическое занятие по теме 7. Маркетинговая среда. Анализ рынка

Факторы макросреды фирмы
Анализ внешней среды
Анализ конкурентов
Матрица General Electric/McKinsey и SWOT-анализ

Практическое занятие по теме 8. Риски в маркетинге

Понятие рисков в маркетинговой деятельности
Виды рисков маркетинговой деятельности

3 семестр

Практическое занятие по теме 1. Продуктовая стратегия компании

Понятие товара

Торговая марка

Упаковка и маркировка товара

Сервис и гарантийное обслуживание

Концепция жизненного цикла товара (ЖЦТ) и цели маркетинга на разных этапах ЖЦТ

Стратегии товарного ассортимента

Матрица БКГ (Бостонской консалтинговой группы)

Практическое занятие по теме 2. Ценовая политика

Формирование цен.

Дифференциация цен.

Политика изменения текущих цен.

Практическое занятие по теме 3. Сбытовая политика фирмы

Понятие канала распределения, его функции. Уровни канала распределения

Традиционные каналы распределения и вертикальные маркетинговые системы (ВМС)

Виды ВМС

Товародвижение и его цели

Оптовая и розничная торговля

Практическое занятие по теме 4. Маркетинговые коммуникации

Комплекс маркетинговых коммуникаций (комплекс стимулирования).

Этапы разработки эффективной коммуникации.

Разработка комплексного бюджета стимулирования и отбора элементов комплекса стимулирования.

Современная классификация подсистем маркетинговых коммуникаций:

ATL/BTL/TTL- коммуникации и их характеристика

Факторы, определяющие структуру комплекса стимулирования

Практическое занятие по теме 5. Практический маркетинг в сфере услуг

Качество услуг.

Брэндинг и лояльность потребителей.

Каналы предоставления услуг.

Продвижение фирмы и ее услуг на рынок.

Работа с жалобами клиентов

Практическое занятие по теме 6. Управление маркетингом услуг

Современные маркетинговые исследования.

Сегментация рынка в сфере услуг.

Позиционирование и репозиционирование.

Аудит маркетинга услуг

Практическое занятие по теме 7. Инновационный маркетинг

Современные инструменты маркетинга.
Особенности современных потребителей.
Искусственный интеллект в маркетинге

Практическое занятие по теме 8. Маркетинг услуг сегодня и завтра

Перспективы развития мирового рынка услуг.
Информационные технологии в маркетинге.
Интерактивный маркетинг.
Клиентинг.

4. ЛИТЕРАТУРА И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Менеджмент : учебник / А. В. Трачук, К. В. Саяпина, О. В. Астафьева [и др.] ; под ред. А. В. Трачука, К. В. Саяпиной. — Москва : КноРус, 2023. — 493 с. — ISBN 978-5-406-11115-4. — URL: <https://book.ru/book/947541>. — Текст : электронный.

2. Менеджмент : учебник / А. Г. Бездудная, Н. С. Зинчик, О. В. Кадырова [и др.] ; под ред. А. Г. Бездудной. — Москва : КноРус, 2023. — 254 с. — ISBN 978-5-406-10873-4. — URL: <https://book.ru/book/947401>. — Текст : электронный.

3. Костромина, Е. А. Маркетинг услуг : учебное пособие / Е. А. Костромина, И. А. Имшинецкая. — Москва : МУИВ, 2023. — 127 с. — ISBN 978-5-9580-0672-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/433724>

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Семенова, А. А., Учебно-методическое пособие по дисциплине «Теория менеджмента» : учебно-методическое пособие / А. А. Семенова, В. Ю. Гарнова, М. Н. Кузина. — Москва : Русайнс, 2024. — 185 с. — ISBN 978-5-466-05212-1. — URL: <https://book.ru/book/952790> (дата обращения: 27.03.2024). — Текст : электронный.

2. Петросян, Д. С., Основы менеджмента : учебное пособие / Д. С. Петросян. — Москва : Русайнс, 2024. — 239 с. — ISBN 978-5-466-04544-4. — URL: <https://book.ru/book/951898>. — Текст : электронный.

3. Хан, Р. С. Маркетинг в сфере услуг : учебное пособие / Р. С. Хан, А. А. Федосенко. — Ростов-на-Дону : Донской ГТУ, 2021. — 62 с. — ISBN 978-5-7890-1859-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/237728>.

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ:

1. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ – Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru/?ysclid=m8ysss95dpy769259796>

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по организации самостоятельной работы
по дисциплине «Менеджмент и маркетинг сферы услуг»
для студентов направления подготовки
43.03.01 Сервис
Направленность (профиль) «Логистика»

Ставрополь, 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

2. ВАРИАНТЫ САМОСТОЯТЕЛЬНО ВЫПОЛНЯЕМОЙ РАБОТЫ

3. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

4. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

ВВЕДЕНИЕ

Выполнение самостоятельной работы требует проявления творчества, умения отбирать необходимый материал и анализировать информацию.

Учебный план высших учебных заведений предусматривает студентами направления 43.03.01 «Сервис» самостоятельное решение ситуационных заданий по дисциплине «Менеджмент и маркетинг сферы услуг», которая является важным звеном в выработке студентами навыков самостоятельного изучения науки и приобретении опыта самостоятельного получения и накопления знаний, что необходимо будущему дипломированному специалисту в его трудовой деятельности.

Настоящие методические указания обозначают порядок выполнения и оформления самостоятельной работы. Теоретическая часть работы должна отражать понимание студентом теоретического и экономического значения исследуемых вопросов в сфере сервисной деятельности. В итоге студент должен показать свою подготовленность к самостоятельному выполнению конкретной исследовательской и аналитической работы по изучению результатов деятельности сервисных предприятий в условиях рыночных отношений.

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

Выполнение самостоятельной работы, является самостоятельной учебной работой студента, при этом цель ее выполнения состоит в систематизации знаний и представлений об особенностях технологий сервисной деятельности.

Самостоятельная работа состоит из решения задач и ситуационных заданий. Выбор варианта самостоятельной работы производится по таблице 1, на пересечении столбцов и строк, содержащих заглавную букву фамилии студента и последнюю цифру номера зачетной книжки.

Перед выполнением самостоятельной работы студенту необходимо:

- изучить теоретический и практический материал в соответствующих источниках литературы по данной дисциплине;
- ознакомиться со статистическими данными, публикуемыми в периодической печати и в статистических сборниках;
- ознакомиться со статьями периодической печати, освещающими вопросы самостоятельной работы.

Выполняемая самостоятельная работа должна соответствовать варианту, содержание вопросов должно быть раскрыто полностью, при этом необходимо избегать шаблонного переписывания текстов учебников. Для доказательства определенной закономерности, обоснования выводов требуется привести цифровой материал, который служит доказательной базой. При решении поставленных задач необходимо использовать знания, полученные при самостоятельном изучении материала. Работа должна быть написана грамотно и разборчивым почерком. Ответы на вопросы самостоятельной работы должны быть конкретными, точными, без лишних отступлений. В процессе самостоятельного изучения материала и выполнения самостоятельной работы студенты могут пользоваться консультацией преподавателей института.

2. ВАРИАНТЫ САМОСТОЯТЕЛЬНО ВЫПОЛНЯЕМОЙ РАБОТЫ

Таблица 1 – Таблица вариантов

Первая буква фамилии студента	Номер задания	Теоретические вопросы
А, Ж, Н, Т	1	1, 8
Б, Е, Ё, З	2	2, 9
В, И, М, П	3	3, 10
Г, К, Р, Ц	4	4, 11
Д, Л, С, Ш,	5	5, 12
У, Ф, Э, Ю	6	6, 13
О, Х, Ч, Щ, Я	7	7, 14

Задачи

Практическое задание 1.

Определите особые потребности у следующих клиентов и предложите варианты удовлетворения этих потребностей на предприятиях питания при обслуживании: группа школьников. Составить портрет потребителя и дерево потребностей для определенной категории клиентов.

Практическое задание 2.

Определите особые потребности у следующих клиентов и предложите варианты удовлетворения этих потребностей на предприятиях питания при обслуживании: родители с детьми. Составить портрет потребителя и дерево потребностей для определенной категории клиентов.

Практическое задание 3.

Определите особые потребности у следующих клиентов и предложите варианты удовлетворения этих потребностей на предприятиях питания при обслуживании: семейная пара из Германии. Составить портрет потребителя и дерево потребностей для определенной категории клиентов.

Практическое задание 4.

Определите особые потребности у следующих клиентов и предложите варианты удовлетворения этих потребностей на предприятиях питания при обслуживании: бизнесмен. Составить портрет потребителя и дерево потребностей для определенной категории клиентов.

Практическое задание 5.

Определите особые потребности у следующих клиентов и предложите варианты удовлетворения этих потребностей на предприятиях питания при

обслуживании: турист из Китая. Составить портрет потребителя и дерево потребностей для определенной категории клиентов.

Практическое задание 6.

Определите особые потребности у следующих клиентов и предложите варианты удовлетворения этих потребностей на предприятиях питания при обслуживании: вегетарианец. Составить портрет потребителя и дерево потребностей для определенной категории клиентов.

Практическое задание 7.

Определите особые потребности у следующих клиентов и предложите варианты удовлетворения этих потребностей на предприятиях питания при обслуживании: семейная группа с детьми. Составить портрет потребителя и дерево потребностей для определенной категории клиентов.

Теоретические вопросы

1. Сервисная деятельность и потребности человека.
2. Глобальные информационные сети и сервисная деятельность.
3. Особенности психологии управления в сервисной деятельности.
4. Особенности культуры обслуживания в сфере услуг.
5. Сервисный маркетинг: особенности и проблемы развития.
6. Контактная зона и коммуникативное пространство в сервисной деятельности.
7. Особенности развития сферы услуг в условиях современного рынка.
8. Этикет и его роль в развитии сервисной деятельности.
9. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности.
10. Сервис и основные формы человеческой деятельности.
11. Теория и практика сервиса с учетом национально-региональных особенностей обслуживания.
12. Этико-психологические особенности взаимоотношений специалиста по сервису и клиента.
13. Структура организаций сервисного обслуживания.
14. Бенчмаркинг в сфере услуг.

3. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

(1 СЕМЕСТР – РАЗДЕЛ «МЕНЕДЖМЕНТ»)

1. Субъект и объект управления
2. Подходы к определению понятия «менеджмент»
3. Ситуационный, системный и процессный подходы в менеджменте
4. Виды управленческих решений
5. Зарождение науки об управлении.
6. Школа научного управления (1885-1920 гг.)
7. Классическая (административная) школа управления
8. Школа человеческих отношений (1930-1950-е гг.)
9. Количественная школа (1950-е гг. по настоящее время)
10. Цели, принципы и виды менеджмента
11. Стратегическое управление
12. Тактика менеджмента
13. Организация как функция менеджмента
14. Делегирование полномочий и ответственности
15. Сущность и типы организационных структур
16. Особенности организационных структур управления в социально-культурном сервисе и туризме
17. Принципы построения организационных структур управления предприятием
18. Особенности управления персоналом в сервисе и туризме
19. Создание системы мотивации труда в сфере сервиса
20. Способы управления конфликтами
21. Коллектив и его особенности
22. Управление стрессами
23. Влияние, власть и лидерство
24. Методы и стили управления
25. Понятие и сущность самоменеджмента

3 семестр (вопросы к экзамену, раздел Менеджмент и маркетинг сферы услуг)

1. Особенности сферы услуг.
2. Менеджмент в туризме.
3. Менеджмент гостиничной деятельности.
4. Сетевой бизнес в сервисе. Франчайзинг в сервисе.
5. Финансовый менеджмент.
6. Инновационный менеджмент.
7. Налоговый менеджмент.
8. Менеджмент персонала.
9. Антикризисный менеджмент
10. Базовые понятия маркетинга
11. Этапы развития маркетинга
12. Задачи, функции и принципы маркетинга

13. Виды маркетинга.
14. Сегментирование
15. Таргетирование
16. Позиционирование
17. Понятие потребительского рынка. Модель покупательского поведения
18. Факторы, влияющие на поведение конечных потребителей
19. Процесс принятия решения о покупке
20. Принятие решения о покупке товара-новинки.
21. Индивидуальные различия людей в готовности восприятия новшеств.
22. Определение маркетинговых исследований
23. Классификация и типы маркетинговых исследований
24. Этапы проведения маркетинговых исследований
25. Факторы макросреды фирмы
26. Анализ внешней среды
27. Анализ конкурентов
28. Матрица General Electric/McKinsey и SWOT-анализ
29. Понятие рисков в маркетинговой деятельности
30. Виды рисков маркетинговой деятельности
31. Понятие товара
32. Торговая марка
33. Упаковка и маркировка товара
34. Сервис и гарантийное обслуживание
35. Концепция жизненного цикла товара (ЖЦТ) и цели маркетинга
36. Стратегии товарного ассортимента
37. Матрица БКГ (Бостонской консалтинговой группы)
38. Формирование цен.
39. Дифференциация цен.
40. Политика изменения текущих цен.
41. Понятие канала распределения, его функции. Уровни канала распределения
42. Традиционные каналы распределения и вертикальные маркетинговые системы
43. Товародвижение и его цели
44. Оптовая и розничная торговля
45. Комплекс маркетинговых коммуникаций (комплекс стимулирования).
46. Этапы разработки эффективной коммуникации.
47. Разработка комплексного бюджета стимулирования и отбора элементов
48. комплекса стимулирования.
49. Современная классификация подсистем маркетинговых коммуникаций
50. Факторы, определяющие структуру комплекса стимулирования
51. Качество услуг.
52. Брэндинг и лояльность потребителей.
53. Каналы предоставления услуг.
54. Продвижение фирмы и ее услуг на рынок.
55. Работа с жалобами клиентов

- 56.Современные маркетинговые исследования.
- 57.Сегментация рынка в сфере услуг.
- 58.Позиционирование и репозиционирование.
- 59.Аудит маркетинга услуг
- 60.Современные инструменты маркетинга.
- 61.Особенности современных потребителей.
- 62.Искусственный интеллект в маркетинге
- 63.Перспективы развития мирового рынка услуг.
- 64.Информационные технологии в маркетинге.
- 65.Интерактивный маркетинг.

1. Критерии оценивания компетенций*

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он, владея современными подходами к разработке технологий процесса обслуживания и системы клиентских отношений с учетом требований потребителя; условиями обеспечения необходимого качества процессов обслуживания; социокультурными традициями различных социальных групп, нормативно-правовым обеспечением сервисной деятельности, определяет потребность в технологических новациях и информационном обеспечении в сфере сервиса; умея анализировать процесс обслуживания потребителей, оценивать его соответствие требованиям потребителей, разрабатывать процесс оказания услуг в соответствии с заявленным качеством, владея навыками разработки сервисного продукта, соответствующего необходимым правовым нормам, требованиям к его качественным характеристикам, ориентации на ожидания потребителей, осуществляет поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную сервисную деятельность; владея теоретическими основами организации процесса обслуживания потребителей, их психологическими особенностями; основными принципами и методами организации различных видов сервисной деятельности, осуществляет основные функции управления сервисной деятельностью

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; он исчерпывающе, последовательно, четко и логично излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на высоком уровне; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий. Компетенции УК-3 и ОПК-2, ОПК-4 освоены на высоком уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он, владея современными подходами к разработке технологий процесса обслуживания и системы клиентских отношений с учетом требований потребителя; социокультурными традициями различных социальных групп, нормативно-правовым обеспечением сервисной деятельности, определяет потребность в технологических новациях и информационном обеспечении в сфере сервиса; умея анализировать процесс обслуживания потребителей, оценивать его соответствие требованиям потребителей, владея навыками разработки сервисного продукта, соответствующего необходимым правовым нормам, требованиям к его качественным характеристикам, осуществляет поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную сервисную деятельность; владея теоретическими основами организации процесса обслуживания потребителей, основными принципами организации различных видов сервисной деятельности, осуществляет основные функции управления сервисной деятельностью

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено на достаточном уровне, с незначительными пробелами; он последовательно излагает материал, испытывая незначительные трудности; справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, допуская неточности; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на среднем уровне; проявляет самостоятельность при выполнении заданий. Компетенции УК-3 и ОПК-2, ОПК-4 освоены на среднем уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он владеет; социокультурными традициями различных социальных групп, нормативно-правовым обеспечением сервисной деятельности, определяет потребность в технологических новациях и информационном обеспечении в сфере сервиса, но испытывает затруднения; фрагментарно умея анализировать процесс обслуживания потребителей и оценивать его соответствие требованиям потребителей, осуществляет поиск технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную сервисную деятельность; владеет теоретическими основами организации процесса обслуживания потребителей, испытывает затруднения при осуществлении основных функций управления сервисной деятельностью.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено на низком уровне, со значительными пробелами; он непоследовательно излагает материал, испытывая значительные трудности; справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, допуская ошибки; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на низком уровне. Компетенции УК-3 и ОПК-2, ОПК-4 освоены на минимальном уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он, не способен определять потребность в технологических новациях и информационном обеспечении в сфере сервиса; не способен анализировать процесс обслуживания потребителей, оценивать его соответствие требованиям потребителей, осуществлять поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную сервисную деятельность; владеет фрагментарными знаниями об основах организации процесса обслуживания потребителей, не способен самостоятельно осуществлять основных функций управления сервисной деятельностью. Компетенции УК-3 и ОПК-2, ОПК-4 не освоены.

При наличии задолженностей по текущей аттестации по данной дисциплине студент к сдаче экзамена не допускается. Текущая аттестация студентов проводится преподавателями, ведущими практические занятия по дисциплине, в следующих формах: собеседование и защита практических работ. Основанием для снижения оценки являются: выполнение задания не в полном объеме; несвоевременность предоставления выполненных работ, слабое знание тем и основной терминологии; пассивность участия в групповой работе; отсутствие умения применить теоретические знания для решения практических задач.

2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения экзамена осуществляется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в СКФУ.

В экзаменационный билет включаются два теоретических вопроса.

Для подготовки по билету отводится до 30 минут.

При подготовке к ответу студенту предоставляется право пользования программой дисциплины.

При проверке практического задания/задачи, оцениваются последовательность и рациональность выполнения, точность расчетов и др.

При проверке уровня владения знаниями, оцениваются

- свобода владения теоретическим материалом:

- умение подкрепляет свой ответ знаниями из смежных дисциплин,
- правильность постановки понятийного аппарата,
- полнота и развернутость ответ на поставленный вопрос.

4. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Менеджмент : учебник / А. В. Трачук, К. В. Саяпина, О. В. Астафьева [и др.] ; под ред. А. В. Трачука, К. В. Саяпиной. — Москва : КноРус, 2023. — 493 с. — ISBN 978-5-406-11115-4. — URL: <https://book.ru/book/947541>. — Текст : электронный.
2. Менеджмент : учебник / А. Г. Бездудная, Н. С. Зинчик, О. В. Кадырова [и др.] ; под ред. А. Г. Бездудной. — Москва : КноРус, 2023. — 254 с. — ISBN 978-5-406-10873-4. — URL: <https://book.ru/book/947401>. — Текст : электронный.
3. Костромина, Е. А. Маркетинг услуг : учебное пособие / Е. А. Костромина, И. А. Имшинецкая. — Москва : МУИВ, 2023. — 127 с. — ISBN 978-5-9580-0672-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/433724>

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Семенова, А. А., Учебно-методическое пособие по дисциплине «Теория менеджмента» : учебно-методическое пособие / А. А. Семенова, В. Ю. Гарнова, М. Н. Кузина. — Москва : Русайнс, 2024. — 185 с. — ISBN 978-5-466-05212-1. — URL: <https://book.ru/book/952790> (дата обращения: 27.03.2024). — Текст : электронный.
2. Петросян, Д. С., Основы менеджмента : учебное пособие / Д. С. Петросян. — Москва : Русайнс, 2024. — 239 с. — ISBN 978-5-466-04544-4. — URL: <https://book.ru/book/951898>. — Текст : электронный.
3. Хан, Р. С. Маркетинг в сфере услуг : учебное пособие / Р. С. Хан, А. А. Федосенко. — Ростов-на-Дону : Донской ГТУ, 2021. — 62 с. — ISBN 978-5-7890-1859-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/237728>.

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ:

1. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ – Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru/?ysclid=m8yys95dpy769259796>

