

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
Б1.В.ДВ.7.2 Организация обслуживания**

<b>Цель изучения дисциплины</b>	представление системы знаний о факторах, условиях и формах удовлетворения потребностей человека посредством рациональной организации обслуживания на предприятиях туриндустрии.
<b>Место дисциплины в учебном плане</b>	<b>Б1.В.ДВ.7.2</b>
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-17, ПК-19, ПК-21, ПК-31
<b>Знания, умения, навыки, получаемые в результате освоения дисциплины</b>	<p><b>. знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности; понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности, особенности и состав туристского продукта и его составных элементов; особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме;</li> <li>– основные законодательные акты, регулирующие туристскую деятельность в РФ, государственные стандарты, правила оказания услуг и иные нормативные и технологические документы, регламентирующие деятельность в туристской индустрии</li> <li>– основные индивидуальные потребности и психофизиологические возможности человека, их взаимосвязь с социальной активностью человека, структуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов; основные классификации услуг и их характеристики; теорию обслуживания;</li> <li>– основные классификации услуг и их характеристики;</li> <li>– основные методы и приемы общения с потребителями, основанные на психологических особенностях поведения потребителей</li> <li>– основные теории мотиваций</li> <li>– составляющие процесса принятия решений клиентом;</li> <li>– теоретические основы проектирования, организации и реализации стратегий и программ для разных типов туристских продуктов, соответствующих запросам потребителей, нормативно-техническую базу туристско-рекреационного проектирования;</li> <li>– теорию обслуживания;</li> <li>– технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии</li> <li>– характеристику процессов продвижения и реализации турпродукта: механизмы, приемы, процедуру и документацию.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристской индустрии и потребителей (клиентов);</li> <li>– анализировать процессы и тенденции современной социокультурной среды, применять в профессиональной и других видах деятельности базовые понятия, знания и закономерности осмысления</li> </ul>

исторического процесса и актуальной общественно-политической практики, использовать знания истории в профессиональной деятельности

- выявить основные и специфические потребности потребителя.
- обеспечить оптимальную инфраструктуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов;
- обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний данные, необходимые для продвижения и реализации турпродуктов
- описывать индивидуальные мотивации человека и приводить примеры
- определять типы потребителей;
- организовывать взаимодействие в группе, обеспечивать межличностные взаимоотношения с учетом социально-культурных особенностей общения, применять коммуникативные техники и технологии делового общения
- оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности;
- оценить соответствие основные условий деятельности туристского предприятия и качества предоставляемых услуг требованиям нормативной документации
- планировать эффективные коммуникации на основе индивидуального подхода к потребителям

**владеть:**

- образной эмоциональной речью как средством воздействия на занимающихся, использования приемом межличностных отношений и общения в коллективе.
- навыками грамотного письма и устной речи, способностью к коммуникациям в профессиональной деятельности, культурой речи.
- навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами туристской индустрии, соответствия стандартов качества на предприятиях туристской индустрии требованиям нормативной документации;
- сопоставлять полученные результаты с имеющимися; обобщает результаты; разрабатывает собственную траекторию повышения квалификации и мастерства;
- навыком оценки и самооценки результатов.
- оперативной информацией о текущем состоянии отдельных участников туристской деятельности в России и за рубежом,
- навыками разрешения проблемных ситуаций, возникающих в ходе реализации туристского продукта, мониторинга туристской индустрии
- навыками создания новых услуг с использованием современных технологий и методов проектирования
- организовывать, координировать, контролировать процесс обслуживания разных типов и видов потребителей

**Содержание дисциплины**

1 Услуга как специфический продукт 2 Особенности организации туристских услуг 3 Государственное регулирование туристской деятельности 4 Типовые туристские договоры и их содержание 5 Особенности взаимоотношений турфирмы с клиентом 6 Организационная культура сервисной деятельности 7 Виды туристских организаций 8 Качество обслуживания туристов и безопасность туристских услуг и пути

	его повышения 9 Гостиничный сервис и организация питания 10 Транспортное обслуживание туристов 11 Экскурсионное обслуживание туристов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен