

Министерство образования, науки и молодежной политики  
Краснодарского края  
государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
Краснодарского края  
«Кропоткинский техникум технологий и железнодорожного транспорта»

### ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации  
(в форме экзамена)

по дисциплине

ОП.01 Сервисная деятельность по видам транспорта

по специальности СПО

43.02.06 Сервис на транспорте (по видам транспорта)

Срок обучения 2 года 10 месяцев  
на базе основного общего образования

Форма обучения: очная

Рассмотрена на заседании  
педагогического совета  
Протокол № 1 от 30 августа 2024г.  
Рассмотрена на заседании МК  
Железнодорожных профессий  
протокол № 1 от 29 августа 2024г.  
Председатель МК \_\_\_\_\_ / А.С. Чумаченко /

Утверждена  
Директор ГБПОУ «КТТ и ЖТ»  
\_\_\_\_\_ /В.А. Шахбазян/

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (в форме дифференцированного зачета) по социально-гуманитарной дисциплине ОП.01 Сервисная деятельность по видам транспорта основной профессиональной образовательной программы по профессии СПО 43.02.06 Сервис на транспорте (по видам транспорта), разработан на основе рабочей программы дисциплины ОП.01 Сервисная деятельность по видам транспорта, преподавателями А.С. Чумаченко, В.В. Одинокова – 2024 г и в соответствии с положениями «Об оценочных средствах для текущего контроля и промежуточной аттестации в ГБПОУ «КТТ и ЖТ», положением «О периодичности и порядке текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся в ГБПОУ «КТТ и ЖТ».

Организация-разработчик: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Краснодарского края «Кропоткинский техникум технологий и железнодорожного транспорта».

Автор: А.С. Чумаченко, В.В. Одинокова преподаватели ГБПОУ «КТТ и ЖТ».

## I. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонды оценочных средств предназначены для проверки результатов обучения по учебной ОП.01 Сервисная деятельность по видам транспорта основной образовательной программы по специальности среднего профессионального образования 43.02.06 Сервис на транспорте (по видам транспорта).

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки	Критерии оценок (шкала оценок)
<b>Умения:</b>		
<p>соблюдать в профессиональной деятельности правила обслуживания клиентов;</p>	<p>Выполнение практических заданий на практических занятиях «Применение правил сервисного обслуживания при выполнении профессиональной деятельности», «Оформление договора на оказание сервисных услуг».</p> <p>Опрос по вопросам к темам 2.2-2.3.</p> <p>Подготовка реферата, доклада, сообщения, презентации по темам 2.2-2.3.</p>	<p><b>Критерии оценки устного опроса</b></p> <p>Оценка «5» ставится, если обучающийся полностью освоил учебный материал, умеет изложить его своими словами, самостоятельно подтверждает ответ конкретными примерами, правильно и обстоятельно отвечает на дополнительные вопросы преподавателя; студент полностью владеет материалом, умеет привести примеры по теме;</p> <p>Оценка «4» ставится, если обучающийся в основном усвоил учебный материал, допускаются незначительные ошибки при его изложении своими словами, конкретными примерами, студент дает правильный ответ на дополнительные вопросы преподавателя; студент владеет материалом, но не может привести примеры по теме;</p>
<p>определять критерии качества оказываемых услуг;</p>	<p>Выполнение практических заданий на практических занятиях «Выполнение работ по оценке качества аэропортовых услуг, предоставляемых пассажирам».</p> <p>Опрос по вопросам к теме 2.5.</p> <p>Подготовка реферата, доклада, сообщения, презентации по теме 2.5.</p>	<p>Оценка «3» ставится, если обучающийся не усвоил существенную часть учебного материала, допускает значительные ошибки при его изложении своими словами, затрудняется подтвердить ответ конкретными примерами, слабо отвечает на дополнительные вопросы; студент владеет материалом не полностью, не может привести примеры по теме,</p> <p>Оценка «2» ставится, если обучающийся почти не усвоил учебный материал, не может подтвердить ответ конкретными примерами, не отвечает на большую часть дополнительных вопросов преподавателя; студент не владеет материалом, не может привести примеры по теме.</p>
<p>использовать различные средства делового общения;</p>	<p>Выполнение практических заданий на практических занятиях «Применение стандартов сервиса и этики делового общения при заполнении</p>	<p>Оценка «1» ставится, если обучающийся не усвоил учебный материал, не может подтвердить ответ конкретными примерами, не отвечает на большую часть дополнительных вопросов преподавателя; студент не владеет материалом, не может привести примеры по теме.</p>

	транспортной документации». Опрос по вопросам к теме 3.1-3.2.	<p><b>Критерии оценки практического занятия</b></p> <p>Оценка «5» ставится, если студент полностью владеет материалом, умеет привести примеры; более 80% работы выполнено без ошибок;</p> <p>Оценка «4» ставится, если студент владеет материалом, но не может привести примеры; более 70% работы выполнено без ошибок.</p> <p>Оценка «3» ставится, если студент владеет материалом не полностью, не может привести примеры, более 50% работы выполнено без ошибок.</p> <p>Оценка «2» ставится, если студент не владеет материалом, не может привести примеры; все работа выполнена с грубыми ошибками.</p> <p><b>Критерии оценки реферата</b></p> <p>Оценка 5 ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.</p> <p>Оценка 4 – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.</p> <p>Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на</p>
анализировать профессиональные ситуации с позиций участвующих в них индивидов;	Выполнение практических заданий на практических занятиях «Применение методов индивидуального обслуживания в работе авиадиспетчера», «Применение правил обслуживания пассажиров на воздушном транспорте, в местах вылета и прилета воздушного транспорта».	
управлять конфликтами и стрессами в процессе профессиональной деятельности;	Выполнение практических заданий на практических занятиях «Решение нестандартных ситуаций в профессиональной деятельности», «Разрешение конфликтов в процессе профессиональной деятельности». Опрос по вопросам к теме 3.1, 3.4. Подготовка реферата, доклада, сообщения, презентации по теме 3.4.	
выполнять требования этики в профессиональной деятельности.	Выполнение практических заданий на практических занятиях «Применение стандартов сервиса и этики делового общения при заполнении транспортной документации», «Применение правил сервисного обслуживания при выполнении профессиональной деятельности». Опрос по вопросам к теме 3.2.	

	Подготовка реферата, доклада, сообщения, презентации по теме 3.2.	дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
<b>Знания:</b>		Оценка 2 – тема реферата не раскрыта,
социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности;	Тестирования «Основы теории услуг», «Классификация видов услуг», устный и письменный опрос.	<p><b>Критерии оценки тестов</b>  «5»: 90 – 100 % задания выполнено;  «4»: 78 – 89 %;  «3»: 50 – 77 %;  «2»: менее 50 %.</p> <p><b>Критерии оценки устного опроса</b>  Оценка «5» ставится, если обучающийся полностью освоил учебный материал, умеет изложить его своими словами, самостоятельно подтверждает ответ конкретными примерами, правильно и обстоятельно отвечает на дополнительные вопросы преподавателя; студент полностью владеет материалом, умеет привести примеры по теме;</p> <p>Оценка «4» ставится, если обучающийся в основном усвоил учебный материал, допускаются незначительные ошибки при его изложении своими словами, конкретными примерами, студент дает правильный ответ на дополнительные вопросы преподавателя; студент владеет материалом, но не может привести примеры по теме;</p> <p>Оценка «3» ставится, если обучающийся не усвоил существенную часть учебного материала, допускает значительные ошибки при его изложении своими словами, затрудняется подтвердить ответ конкретными примерами, слабо отвечает на дополнительные вопросы; студент владеет материалом не полностью, не может привести примеры по теме,</p> <p>Оценка «2» ставится, если обучающийся почти не усвоил учебный материал, не может подтвердить ответ конкретными примерами, не отвечает на большую часть дополнительных вопросов преподавателя; студент не владеет материалом, не может привести примеры по теме.</p>
потребности человека и принципы их удовлетворения в деятельности организаций сервиса;	Выполнение задания по теме «Контактная зона». Выполнение практических заданий на практических занятиях «Применение правил этикета делового общения по телефону».	
сущность услуги как специфического продукта;	Опрос по вопросам к темам 1.1-3.4.	
понятие "контактной зоны" как сферы реализации сервисной деятельности;	Подготовка реферата, доклада, сообщения, презентации по темам 1.1-3.4.	
правила обслуживания населения;		
организацию обслуживания потребителей услуг;		
способы и формы оказания услуг;		
нормы и правила профессионального поведения и этикета;		
особенности делового общения и его специфику в сфере обслуживания;		
этику взаимоотношений в		

<p>Трудовом коллективе, общении потребителями;</p>	<p>В С</p>	
<p>критерии составляющие качества услуг;</p>	<p>И</p>	
<p>психологические особенности делового общения и его специфику в сфере обслуживания.</p>		

**Критерии оценки практического занятия**

Оценка «5» ставится, если студент полностью владеет материалом, умеет привести примеры; более 80% работы выполнено без ошибок;

Оценка «4» ставится, если студент владеет материалом, но не может привести примеры; более 70% работы выполнено

Результаты освоения программы (компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки	Критерии оценок (шкала оценок)
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<p>демонстрация интереса к будущей профессии.</p>	<p>Оценка результатов самостоятельной работы. Оценка результатов практических занятий по разделам «Основы теории услуг», «Организация обслуживания потребителей», «Психологическая и этическая культура сервиса». Устный опрос по темам 1.1-3.4.</p>	<p><b>Отметка «5»</b> - устный ответ, письменная работа, практическая деятельность в полном объеме соответствует учебной программе, допускается один недочет, объем знаний, умений, навыков составляет 90-100% содержания.</p>
<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p>	<p>обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач; демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.</p>	<p>Оценка результатов самостоятельной работы. Оценка результатов практических занятий по разделам «Основы теории услуг», «Организация обслуживания</p>	<p><b>Отметка «4»</b> - устный ответ, письменная работа, практическая деятельность или ее результаты в целом соответствуют требованиям учебной программы, но</p>

		потребителей», «Психологическая и этическая культура сервиса». Устный опрос по темам 1.1-3.4.	имеются одна или две негрубые ошибки, или три недочета и объем знаний, умений, навыков составляет 70-90%
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	демонстрация способности оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Оценка результатов самостоятельной работы. Оценка результатов практических занятий по разделам «Основы теории услуг», «Организация обслуживания потребителей», «Психологическая и этическая культура сервиса». Устный опрос по темам 1.1-3.4.	содержания. <b>Отметку «3»</b> - получает студент, если его устный ответ, письменная работа, практическая деятельность и ее результаты в основном соответствуют требованиям программы, однако имеется: 1 грубая ошибка и два недочета, или 1 грубая ошибка и 1 негрубая, или 2-3 грубых ошибки, или 1 негрубая ошибка и три недочета, или 4-5 недочетов. Обучающийся владеет знаниями, умениями, навыками в объеме 40-70% содержания. <b>Отметка «2»</b> - устный ответ, письменная работа, практическая деятельность и ее результаты частично соответствуют требованиям программы, имеются существенные
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Оценка результатов самостоятельной работы. Оценка результатов практических занятий по разделам «Основы теории услуг», «Организация обслуживания потребителей», «Психологическая и этическая культура сервиса». Устный опрос по темам 1.1-3.4.	недочета, или 1 грубая ошибка и 1 негрубая, или 2-3 грубых ошибки, или 1 негрубая ошибка и три недочета, или 4-5 недочетов. Обучающийся владеет знаниями, умениями, навыками в объеме 40-70% содержания. <b>Отметка «2»</b> - устный ответ, письменная работа, практическая деятельность и ее результаты частично соответствуют требованиям программы, имеются существенные
ОК 5. Использовать информационно- коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	использовать ИКТ в профессиональной деятельности.	Оценка результатов самостоятельной работы. Оценка результатов практических занятий по разделам «Основы теории услуг», «Организация обслуживания	содержания. <b>Отметка «2»</b> - устный ответ, письменная работа, практическая деятельность и ее результаты частично соответствуют требованиям программы, имеются существенные

		потребителей», «Психологическая и этическая культура сервиса». Устный опрос по темам 1.1-3.4.	недостатки и грубые ошибки, объем знаний, умений и навыков обучающегося составляет менее 40% содержания.
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	уметь рационально распределять обязанности; соблюдение норм и правил работы в команде; умение работать в группе, коллективе, взаимодействовать с коллегами.	Оценка результатов самостоятельной работы. Оценка результатов практических занятий по разделам «Основы теории услуг», «Организация обслуживания потребителей», «Психологическая и этическая культура сервиса».	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.	демонстрация целеустремленности, решительности, энергичности, инициативности, организаторских способностей; принятие на себя ответственности за качество профессиональной деятельности.	Оценка результатов самостоятельной работы. Оценка результатов практических занятий по разделам «Основы теории услуг», «Организация обслуживания потребителей», «Психологическая и этическая культура сервиса».	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня.	Оценка результатов самостоятельной работы. Оценка результатов практических занятий по разделам «Основы теории услуг», «Организация обслуживания потребителей», «Психологическая и этическая	

		культура сервиса».	
ПК 1.1. Бронировать перевозку пассажиров на транспорте.	применение правил обслуживания клиентов при бронировании перевозки пассажиров на транспорте.	Оценка результатов практического занятия «Применение правил сервисного обслуживания при выполнении профессиональной деятельности».	
ПК 1.2. Оформлять (переоформлять) билеты пассажирам в прямом и обратном направлениях.	соблюдение правил сервиса при оформлении (переоформлении) билетов пассажирам в прямом и обратном направлениях.	Оценка результатов практического занятия «Применение правил обслуживания пассажиров на воздушном транспорте, в местах вылета и прилета воздушного транспорта».	
ПК 1.3. Бронировать (резервировать) багажные и грузовые перевозки.	демонстрация стандартов сервисной деятельности при бронировании багажных и грузовых перевозок.	Оценка результатов практического занятия «Применение правил сервисного обслуживания при выполнении профессиональной деятельности».	
ПК 1.4. Оформлять (переоформлять) грузовую (почтовую) документацию.	применение стандартов сервиса при оформлении (переоформлении) грузовой (почтовой) документации.	Оценка результатов практического занятия «Применение стандартов сервиса и этики делового общения при заполнении транспортной документации».	
ПК 1.5. Обеспечивать финансовые расчеты с пассажирами и грузоотправителями.	использование различных средств делового общения при обеспечении финансовыми	Оценка результатов практического занятия «Оформление договора на	

	расчетами с пассажирами и грузоотправителями.	оказание сервисных услуг». Подготовка докладов, презентаций по теме 3.1.
ПК 1.6. Бронировать места в гостиницах и аренду автомашин.	применение правил и стандартов обслуживания клиентов при выполнении профессиональной деятельности.	Оценка результатов практического занятия «Применение стандартов сервиса и этики делового общения при заполнении транспортной документации».
ПК 2.1. Организовывать и предоставлять пассажирам информационно-справочное обслуживание в пунктах отправления и прибытия транспорта.	применение правил и стандартов сервисного обслуживания клиентов при организации информационно-справочного обслуживания в пунктах отправления и прибытия транспорта.	Оценка результатов практического занятия «Применение методов индивидуального обслуживания в работе авиадиспетчера». Подготовка презентаций, сообщений на тему 3.3.
ПК 2.2. Организовывать обслуживание особых категорий пассажиров (пассажиров с детьми, инвалидов и пассажиров с ограниченными возможностями) в пунктах отправления и прибытия транспорта.	управлять конфликтами и стрессами при организации обслуживания особых категорий пассажиров (пассажиров с детьми, инвалидов и пассажиров с ограниченными возможностями) в пунктах отправления и прибытия транспорта.	Оценка результатов практического занятия «Применение методик предотвращения конфликтных ситуаций с клиентами в профессиональной деятельности».
ПК 2.3. Организовывать обслуживание пассажиров в VIP-залах и бизнес-салонах пунктов	применение стандартов сервисной деятельности и управление конфликтами при организации	Оценка результатов практического занятия «Применение правил сервисного обслуживания при

отправления и прибытия транспорта.	обслуживания пассажиров в VIP-залах и бизнес-салонах пунктов отправления и прибытия транспорта.	выполнение профессиональной деятельности».	
ПК 3.1. Оказывать первую помощь пострадавшим и принимать необходимые меры при несчастных случаях.	выполнение требований этики и стандартов сервиса при оказании первой помощи пострадавшим.	Оценка результатов самостоятельной работы. Подготовка докладов по теме 3.3.	

## II. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

### Тестовые задания

#### Тестирование по разделу 1 «Основы теории услуг».

- 1) Что характеризует эксклюзивность предоставления услуг?
  - a) индивидуальный контакт потребителя и исполнителя
  - b) оплата услуг
  - c) наличие атмосферы доверия
  - d) наличие договоренности
  - e) проявление творчества исполнителя
- 2) Конкретная услуга представляет собой конкретную потребительскую стоимость лишь в определенный момент
  - a) Верно
  - b) Не верно
- 3) Что/кто играет важную роль в изменчивости услуг?
  - a) Потребитель
  - b) Производитель услуги
  - c) Реклама услуг
  - d) Товары, сопутствующие производству услуг
- 4) Что является важной задачей при совместном потреблении некоторых услуг?
  - a) Поиск новых клиентов и привлечение старых, для создания большой группы людей
  - b) Обеспечение того, чтобы потребители, вовлеченные в процесс потребления услуги, не препятствовали получению удовлетворения другими покупателями
  - c) Понимание того фактора, что потребитель является единственным в своем роде, и каждая услуга в большей или меньшей степени отражает нюансы требований и желаний потребителей.
- 5) На чем базируется реализация производства в сфере обслуживания?
  - a) на прямых контактах между производителями и потребителями
  - b) на товарно-имущественных отношениях производителя и поставщика
  - c) на доверии производителя и потребителя
- 6) Что дает высокое качество обслуживания?
  - a) Постоянные потребители
  - b) Конкурентные преимущества организации

- c) Чувство одобрения
- d) Инвестиции на начальном этапе
- 7) Назовите основные составляющие продукт в СЕРВИСЕ:
  - a) Товары, заранее подготовленные в подразделениях предприятия;
  - b) Продукты сторонних фирм партнеров, участвующих в процессе обслуживания;
  - c) Услуги, оказываемые предприятием Сервиса с целью удовлетворить потребности клиента.
- 8) Что является главным процессом в модели системы обеспечения качества услуг, основанном на процессном подходе?
  - a) Ресурсы сервисной организации
  - b) Результаты оказания услуг
  - c) Процессы жизненного цикла услуг
- 9) Кто является исполнителем услуг?
  - a) организация независимо от ее организационно-правовой формы
  - b) индивидуальный предприниматель
  - c) оба ответа верны
- 10) На какие два подсектора условно разделяют сферу услуг, в зависимости от того, в чем именно проявляются услуги?
  - a) Предоставление платных услуг и бесплатных услуг
  - b) Предоставление государственных услуг и частных услуг
  - c) Производство материальных услуг и производство нематериальных услуг
- 11) Как правильно расшифровывается аббревиатура ОКУН?
  - a) Общественные коммерческие услуги населению
  - b) Общепринятая кластерия услуг-новинок
  - c) Общероссийский классификатор услуг населению
- 12) Выберите все названия уровней товара, которые установил Ф. Котлер:
  - a) Товар с подкреплением/ ожидаемый товар
  - b) Расширенный товар
  - c) Товар-новинка
  - d) Товар по замыслу
  - e) Стандартизированный товар
  - f) Родовой товар
  - g) Потенциальный товар
  - h) Нематериальный товар
  - i) Смысловой товар
- 13) Особый вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями:
  - a) Услуга;
  - b) Сервис;
  - c) Потребность
- 14) Продукт труда, полученный эффект которого выступает не в форме товара, а в форме деятельности, направленной на вещь или на человека – есть:
  - a) Самообслуживание;
  - b) Сервисная деятельность;
  - c) Услуга.
- 15) К какому типу услуг относятся торговля, транспорт и связь?
  - a) Производственные;
  - b) Распределительные;

- с) Потребительские.
- 16) К какому типу услуг относятся телевидение, радио, образование, культура?
- а) Общественные;
- б) Коммуникативные;
- с) Потребительские.
- 17) О какой характеристики услуг идет речь: «Услуги не являются материальными объектами, большинство услуг являются действиями, поэтому услугу невозможно продемонстрировать до ее покупки»
- а) Недолговечность
- б) Неосвязаемость
- с) Непостоянство качества
- д) Неотделимость от источника
- 18) О какой характеристики услуг идет речь: «Реализация и производство в сфере обслуживания базируется на прямых контактах между производителями и потребителями»
- а) Неотделимость от источника
- б) Недолговечность
- с) Неосвязаемость
- д) Непостоянство качества
- 19) Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:
- а) опрос, профессионализм, качество;
- б) услуга, спрос, специалист;
- с) деятельность, потребность и услуга.
- 20) В чем заключается неосвязаемость услуги:
- а) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
- б) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
- с) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.
- 21) Отличительными особенностями услуг являются:
- а) неразрывность производства и потребления услуги;
- б) несохраняемость услуг;
- с) незабываемость услуг.
- 22) Услуга обладает следующими качествами:
- а) способность к хранению и транспортировке;
- б) неотделимость от своего источника;
- с) неизменностью качества.
- 23) Целью сервисной деятельности является:
- а) удовлетворение человеческих потребностей;
- б) исследование рынка услуг;
- с) производство услуг.
- 24) Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:
- а) жилищно-коммунальные услуги;
- б) научно-исследовательские услуги;
- с) услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги;
- 25) Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:
- а) потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, физиологические потребности, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении;

b) физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении);

с) потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности.

26) В чем заключается непостоянство качества услуг:

a) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;

b) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;

с) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.

27) 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;

с) предпродажное и гарантийное обслуживание.

28) К легитимным услугам относят:

a) нелегальные услуги;

b) услуги, имеющие криминальный оттенок;

с) услуги, одобряемые государством и обществом.

29) Услуга – это:

a) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо;

b) осязаемые действия, направленные на товар или человека;

с) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями.

30) Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:

a) уровень развития экономики и хозяйственная система;

b) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;

с) общественные структуры: политические партии.

31) К какому типу услуг относятся услуги, связанные с домашним хозяйством и времяпрепровождением?

a) Потребительские;

b) Массовые;

с) Распределительные

**Ключ к тесту:**

- |        |            |       |
|--------|------------|-------|
| 1. Ade | 12. Abdefg | 23. A |
| 2. A   | 13. B      | 24. A |
| 3. Ab  | 14. C      | 25. B |
| 4. B   | 15. B      | 26. C |
| 5. A   | 16. A      | 27. A |
| 6. Bc  | 17. B      | 28. C |
| 7. C   | 18. A      | 29. A |
| 8. C   | 19. C      | 30. C |
| 9. C   | 20. B      | 31. A |
| 10. C  | 21. Ab     |       |
| 11. C  | 22. B      |       |

### Тестирование по теме «Классификация видов услуг».

1. Дайте определения следующему понятию

Услуга – \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_.

2. Перечислите пять общих типов услуг. К какому виду они относятся:

- 1) \_\_\_\_\_;
- 2) \_\_\_\_\_;
- 3) \_\_\_\_\_;
- 4) \_\_\_\_\_;
- 5) \_\_\_\_\_.

3. Перечислите какие услуги осуществляются в разных сферах деятельности общества:

- 1) \_\_\_\_\_;
- 2) \_\_\_\_\_.

4. Заполните таблицу:

Основные классы услуг	Сферы услуг
1) <i>Осязаемые действия, направленные на тело человека.</i>	
2) <i>Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты.</i>	
3) <i>Неосязаемые действия, направленные на сознание человека.</i>	
4) <i>Неосязаемые действия с неосязаемыми активами.</i>	

5. К какой из перечисленных квалификаций услуг относится это определение.

Услуги различаются по отношению к ним государства и общества:

- а) производственные и непроизводственные;
- б) коммерческие и некоммерческие;
- в) государственные и негосударственные; \_
- г) легитимные и нелегитимные;
- д) чистые и смешанные;
- е) личностные и безличностные.

6. К услугам, ориентированным на производство, относятся: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_;

7. Услуги, ориентированные на общество, включают: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_;

**8.** К услугам, ориентированным на домашнее хозяйство, относятся: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_;

**9.** Услуги личного характера включают: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

**10.** Дайте расшифровку следующим понятиям:

ОК - \_\_\_\_\_;  
ЕСКК - \_\_\_\_\_;  
МСОК - \_\_\_\_\_;  
МКОП - \_\_\_\_\_;  
ОКУН - \_\_\_\_\_;  
ОКДП - \_\_\_\_\_.

**11.** В каком году был утвержден «Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг».

- а) 1991;
- б) 2005;
- в) 2000;
- г) 1993.

**12.** Дополните следующее положение:

Классификация услуг согласно Общероссийскому \_\_\_\_\_ услуг населению, основана на использовании иерархической системы \_\_\_\_\_ с делением услуг на группы, подгруппы, которые, в свою очередь, подразделяются на \_\_\_\_\_ деятельности по целевому функциональному назначению.

**13.** С какого года в России введен в действие Общероссийский классификатор видов Экономической деятельности ОК 029 – 001. Напишите дату и год этого действия.

Ответ: \_\_\_\_\_.

**14.** Какой цифрой обозначаются транспортные услуги по классификации группы услуг населению?

Ответ: \_\_\_\_\_.

## Ключ к тесту:

### 1. Дайте определения следующему понятию

Услуга — деятельность по производству продукта (материального или нематериального), осуществляемая по заказу клиента (потребителя), совместно с клиентом и за клиента, с передачей продукта клиенту с целью обмена.

### 2. 5 видов услуг:

1. Производственные - инжиниринг, лизинг, обслуживание и ремонт оборудования.
2. Распределительные - торговля, транспорт, связь.
3. Профессиональные - банковские, страховые, финансовые, консультационные, рекламные.
4. Потребительские - так называемые массовые услуги, связанные с домашним хозяйством и времяпрепровождением.
5. Общественные - телевидение, радио, образование, культура.

### 3. Перечислите какие услуги осуществляются в разных сферах деятельности общества:

1) услуги производственной сферы (К услугам производственного характера относятся выполнение отдельных операций по производству (изготовлению) продукции, выполнению работ, оказанию услуг, обработке сырья (материалов), контроль над соблюдением установленных технологических процессов, техническое обслуживание основных средств и другие подобные)

2) Услуги непроизводственной сферы (жилищно-коммунальное и бытовое обслуживание населения; пассажирский транспорт; связь (по обслуживанию организаций и непроизводственной деятельности населения); здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение; просвещение; культура; искусство; наука и научное)

### 4. Заполните таблицу:

Основные классы услуг	Сферы услуг
1) Осязаемые действия, направленные на тело человека.	Такие услуги оказывают здравоохранение, пассажирский транспорт, салоны красоты и парикмахерские, спортивные заведения, рестораны и кафе.
2) Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты.	то работа грузового транспорта, ремонт и содержание оборудования, охрана, поддержание чистоты и порядка, ветеринарные услуги.
3) Неосязаемые действия, направленные на сознание человека.	Сюда относятся образование, радио- и телевизионное вещание, информационные услуги, театры, музеи.
4) Неосязаемые действия с неосязаемыми активами.	Это могут быть банковские, юридические и консультационные услуги, страхование.

### 5. К какой из перечисленных квалификаций услуг относится это определение.

Услуги различаются по отношению к ним государства и общества:

г) **легитимные и нелегитимные;**

6. К услугам, ориентированным на производство, относятся: услуги технического обслуживания, услуге по наладке оборудования, услуги складирования, услуги по хранению материально-технических ресурсов, услуги снабжения и другие

7. Услуги, ориентированные на общество, включают: услуги органов государственного управления, социально-культурные услуги, услуги здравоохранения, образовательные услуги, транспортные услуги и др.;

8. К услугам, ориентированным на домашнее хозяйство, относятся: жилищно-коммунальные услуги, бытовые услуги. Например, услуги наладки бытовой техники, услуги химчистки;

9. Услуги личного характера включают: \_ культурно-развлекательные услуги, услуги сферы красоты, непроектные виды бытовых услуг)

10. Дайте расшифровку следующим понятиям:

ОК – общероссийский классификатор

ЕСКК - Единая система классификации и кодирования

МСОК - Международная стандартная отраслевая классификация;

МКОП - Международная конфедерация обществ потребителей

ОКУН - Общероссийский классификатор услуг населению

ОКДП- общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг

11. В каком году был утвержден «Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг». – 1993.

12. Дополните следующее положение:

Классификация услуг согласно Общероссийскому **КЛАССИФИКАТОРУ** услуг населению, основана на использовании иерархической системы **КЛАССИФИКАЦИИ** с делением услуг на группы, подгруппы, которые, в свою очередь, подразделяются на **ВИДЫ** деятельности по целевому функциональному назначению.

13. С какого года в России введен в действие Общероссийский классификатор видов Экономической деятельности ОК 029 – 001. Напишите дату и год этого действия. – введен в действие с 1 февраля 2014 г.

14. Какой цифрой обозначаются транспортные услуги по классификации группы услуг населению? - 02 - услуги пассажирского транспорта;

### Проверочное тестирование по дисциплине «Сервисная деятельность».

1. Главным видом деятельности в постиндустриальном обществе становится:
  - a) Производство товаров
  - b) Оказание услуг
  - c) Эксплуатация техники
2. Одной из основных задач системы сервиса является:
  - a) Консультирование потенциальных покупателей
  - b) Дизайн
  - c) Бесплатные услуги
3. Предпродажный сервис относится к:
  - a) Формам сервиса
  - b) Принципам сервиса
  - c) Видам сервиса
4. Одним из подходов к осуществлению сервиса может быть:
  - a) Производственный подход
  - b) Исследовательский подход
  - c) Сервисный подход
5. Система обеспечения, позволяющая покупателю выбрать для себя оптимальный вариант приобретения и потребления изделия – это:
  - a) Сервис
  - b) Услуга
  - c) Нужда
6. Одним из противоречий сервисной деятельности является:
  - a) Противоречие между стандартизацией и индивидуализацией услуги
  - b) Противоречие между ограниченности материальных ресурсов и сферы обслуживания
  - c) Противоречие между спросом и потребностями
7. Эталон услуги, на который ориентируется исполнитель услуги – это:
  - a) Материальная услуга
  - b) Идеальная услуга
  - c) Неосязаемая услуга
8. Ограниченность материальных ресурсов сервисных фирм не дает расширять сферу:
  - a) Потребностей
  - b) Производства
  - c) Обслуживания
9. Сфера экономики, где производятся блага – это:
  - a) Сфера производства
  - b) Сфера услуг
  - c) Сфера потребностей
10. Структура потребностей содержит:
  - a) 2 компонента
  - b) 3 компонента
  - c) 4 компонента
11. Услуга – это:
  - a) Результат взаимодействия поставщика и заказчика
  - b) Результат взаимодействия на производстве
  - c) Результат взаимодействия секторов экономики
12. Деятельность поставщика услуг – это:
  - a) Функции
  - b) Услуги

- c) Сервис
- 13. Услуги не могут существовать без:
  - a) Торговли
  - b) Товара
  - c) Специфического характера
- 14. Сфере услуг присущи функции:
  - a) Экономические и политические
  - b) Экономические и социальные
  - c) Социальные и политические
- 15. Улучшение условий труда относится к:
  - a) Социальной функции
  - b) Экономической функции
  - c) Политической функции
- 16. Услуги не осуществляются до:
  - a) Начала их использования
  - b) Начала их предоставления
  - c) Окончания их предоставления
- 17. Одной из особенностью услуги является:
  - a) Изменчивость услуг
  - b) Транспортировка услуг
  - c) Мобильность услуг
- 18. Качество и внешний вид услуги:
  - a) Осязаемы
  - b) Постоянны
  - c) Не постоянны
- 19. Одним из отличий услуги от товара является:
  - a) Услуги получают в собственность
  - b) Услуги не получают в собственность
  - c) Товары не получают в собственность
- 20. Повышение эффективности обслуживания достигается за счет:
  - a) Внедрение прогрессивных форм обслуживания
  - b) Удовлетворение платежеспособности
  - c) Минимизации затрат
- 21. Вежливое, внимательное и доброжелательное отношение работников сферы услуг – это:
  - a) Эстетика
  - b) Этика
  - c) Обслуживание
- 22. Благоприятная обстановка и комфорт, создаваемые заказчику – это:
  - a) Эстетика
  - b) Этика
  - c) Обслуживание
- 23. Услуги можно разделить на группы:
  - a) Производственные и оказываемые
  - b) Не производственные и оказываемые
  - c) Материальные и не материальные
- 24. Сочетание методов обслуживания потребителей – это:
  - a) Принципы обслуживания
  - b) Форма обслуживания
  - c) Аспекты обслуживания

25. Прогрессивные формы обслуживания призваны:
- Приближать услугу к потребителю
  - Отдалять услугу от потребителя
  - Предусматривать запрос потребителя
26. Бесконтактное обслуживание потребителей относится к:
- Эффективным формам обслуживания
  - Прогрессивным формам обслуживания
  - Отраслевым формам обслуживания
27. Фактором влияющим на процесс принятия решения может служить:
- Спонтанность
  - Изменение мотивации
  - Длительное время
28. Ступенью принятия решения потребителем является:
- Послепокупочная оценка
  - Послепокупочное решение
  - Послепокупочная мотивация
29. Личностным фактором, влияющим на принятие решения, может быть:
- Обучение
  - Стиль жизни
  - Спонтанность
30. Восприятие как фактор принятия решения относится к:
- Личностным факторам
  - Социальным факторам
  - Психологическим факторам

**Ключ к тесту:**

1	В	11	А	21	В
2	А	12	С	22	А
3	С	13	В	23	С
4	В	14	В	24	В
5	А	15	А	25	А
6	А	16	В	26	В
7	В	17	А	27	В
8	С	18	С	28	А
9	В	19	В	29	В
10	А	20	А	30	С

**Критерии оценки тестов**

- «5»: 90 – 100 % задания выполнено;  
«4»: 78 – 89 %;  
«3»: 50 – 77 %;  
«2»: менее 50 %.

## Психологическое тестирование «Какой у тебя темперамент?».

### 1. Какой у вас характер?

- А) Спокойный, медлительный, обстоятельный, сдержанный, миролюбивый.
- Б) Робкий, застенчивый, обидчивый, впечатлительный, нерешительный.
- В) Энергичный, неугомонный, шаловливый, горячий, задиристый.
- Г) Жизнелюбивый, оптимистичный, компромиссный, общительный, склонный к риску.

### 2. Какие эмоции вы наиболее часто испытываете?

- А) положительные, бурных реакций нет.
- Б) Страх
- В) Гнев, бурные эмоции
- Г) Положительные эмоции, много смеюсь.

### 3. Какие игры вам нравятся?

- А) уединенные, тихие, спокойные.
- Б) уединенные, тихие; подвижные и шумные – только с близкими.
- В) азартные, шумные, подвижные, даже агрессивные.
- Г) всякие, но чтобы было весело.

### 4. Как реагируете на наказание?

- А) практически без эмоций
- Б) негативно, с обидой
- В) на словесные – спокойно, на другие – с бурным протестом.
- Г) спокойно.

### 5. Как ведете себя в неожиданных ситуациях?

- А) малоэмоционально
- Б) пытаюсь избежать этой ситуации (инстинкт самосохранения)
- В) пытаюсь сопротивляться (потребность борьбы)
- Г) проявляю любопытство (выраженное позитивное отношение)

### 6. Насколько вы общительны?

- А) предпочитаю уединение
- Б) предпочитаю уединение, общителен только с близкими.
- В) нуждаюсь в зрителях и сподвижниках
- Г) люблю общество и взрослых, и детей, знакомлюсь быстро.

### 7. Какое положение вы занимаете среди сверстников, есть ли лидерские качества?

- А) авторитета и качеств лидера не имею
- Б) не лидер, авторитет имею в узком кругу друзей
- В) сам себя выдвигаю лидером, но сверстники по-разному к этому относятся
- Г) прирожденный лидер, душа компании

### 8. Особенности памяти

- А) Запоминаю медленно, но запоминаю и почти не забываю целое (хорошая долговременная память)
- Б) запоминаю по-разному, больше вникаю в мелочи (неуверенность в себе мешает долговременной памяти, а то, что много отвлекаюсь, - кратковременной)
- В) быстро запоминаю детали, но быстро забываю (кратковременная память хорошо развита, долговременная – в зачаточном состоянии)
- Г) быстро и легко схватываю целое и долго помню (хорошая долговременная и кратковременная память)

### 9. Как усваивается новое?

- А) медленно, зато обстоятельно
- Б) зависит от обстоятельств

В) схватываю на лету, но быстро забываю

Г) быстро и легко

#### **10. Утомляемость:**

А) очень низкая, почти не устаю

Б) высокая, любая деятельность вызывает упадок сил

В) иногда средняя, а иногда высокая, зависит от моих эмоций

Г) средняя, устаю соразмерно деятельности

#### **11. Особенности речи:**

А) медленная, без жестов, невыразительная

Б) тихая и неуверенная, но выразительная

В) речь эмоциональная, отрывистая, быстрая, постоянно переходит в крик; тараторю, глотаю слова и слоги

Г) с жестами и мимикой, выразительная, живая

#### **12. Движения:**

А) солидные, неторопливые, нерасторопные

Б) суетливые, неточные, неуверенные

В) резкие, порывистые

Г) ритмичные, точные, уверенные

#### **13. Привыкание к школе:**

А) боязнь нового, нежелание перемен, долгая адаптация

Б) долгое привыкание, трудная адаптация

В) легкое привыкание к новой обстановке, неохотное подчинение требованиям взрослых

Г) адаптация легкая и быстрая

#### **14. Особенности сна:**

А) засыпаю быстро, сплю спокойно, состояние после сна вялое, сонное

Б) укладываюсь спать долго, но засыпаю быстро, после сна состояние веселое

В) засыпаю долго и трудно, сон беспокойный, после сна состояние самое разное: от самого плохого, до самого хорошего

Г) засыпаю быстро, сон крепкий, после сна состояние веселое.

### **РЕЗУЛЬТАТЫ**

Большинство ответов А – ФЛЕГМАТИК

Большинство ответов Б – МЕЛАНХОЛИК

Большинство ответов В – ХОЛЕРИК

Большинство ответов Г – САНГВИНИК

Обычно, чистых темпераментов практически не бывает. Каждый человек имеет сочетание двух темпераментов, один из которых - основной, а другой дополнительный. Но постоянное проявление только основного и дополнительного темперамента - скорее исключение, чем правило. Каждая личность содержит в себе все четыре темперамента, но в разной пропорции. Каждый из них выходит на первый план, в зависимости от ситуации. Основной, ведущий темперамент проявляется на близкой психологической дистанции (в знакомой обстановке, с близкими людьми) в комфортной психологической атмосфере. Дополнительный темперамент ярче проявляется в напряжённой и (или) конфликтной ситуации. Например, защищая свои личные интересы, отстаивая своё мнение и т.д. Третий тип темперамента проявляется в официальной обстановке, на далекой психологической дистанции (в отношении с руководством, подчиненными или партнерами из других организаций, просто незнакомыми людьми). Этот тип темперамента можно назвать ролевым, т.к. человек в такой ситуации скован условностями, и, приспосабливаясь к обществу, играет определенную социальную роль. Четвертый тип темперамента, проявляется наиболее редко. Как кратковременная реакция на стрессовые ситуации (крах фирмы и не-

ожиданное увольнение, тяжелая болезнь или смерть близкого человека, какое-либо стихийное бедствие: пожар, наводнение и т.д.).

**САНГВИНИК** – эмоционален и отличается отличной работоспособностью. Он довольно быстро ориентируется в незнакомой обстановке, инициативен, оптимистичен, за короткое время входит в коллектив, создает вокруг себя положительный микроклимат, сравнительно легко переживает неудачи. Вместе с тем, избегает острых проблем, часто упрощает поставленные задачи.

*Сильные стороны* – активен, полон энергии, легко берется за новое дело. Легко переживает неудачи, легок в общении, быстро становится душой компании. Из него получится хороший руководитель или оратор.

*Слабые стороны* – нередко повехностен в общении. Очень зависим от новых впечатлений, без них он станет вялым и безразличным.

**ФЛЕГМАТИК** – спокоен даже в сложнейших ситуациях, невозмутим, стабилен и последователен в стремлениях и отношениях. Придерживается выработанного распорядка, стремится к системе, нетороплив и основателен. Вместе с тем он инертен, медленно переключается с одной работы на другую.

*Сильные стороны* – надежный, уверенный в себе, упорный и настойчивый, может качественно выполнять даже самую монотонную работу. Стрессоустойчив и уравновешен.

*Слабые стороны* – очень ранимый, глубоко и долго переживает любые конфликты. Медлителен, долго принимает решения. Плохо относится к переменам.

**ХОЛЕРИК** – отличается быстротой действий и решений, частой сменой настроения, повышенной возбудимостью. Во взаимоотношениях нередко излишне резок, прямолинеен в оценках. Часто неуживчив, не умеет себя сдерживать, обладает влиянием на окружающих, быстро переходит от одного дела к другому. Любит быть в центре внимания.

*Сильные стороны* – Прирожденный лидер, который страстно отдается своему делу, вкладывая в него всю силу и энергию. Обладает сильным самоконтролем в критических ситуациях. Творчески подходит к решению любых проблем.

*Слабые стороны* – часто не доводит дело до конца, т.к. пытается делать несколько дел одновременно и быстро истощается. Неуравновешен, порой агрессивен. Характерны частые смены настроения.

**МЕЛАНХОЛИК** - быстро утомляем, неуверен в себе, тревожен и мнителен. Хорошо разбирается в оттенках чувств, осторожен и осмотрителен. Скрытен и застенчив, сильно переживает по малейшему поводу. Трудно приспосабливается к новым людям.

*Сильные стороны* – имеет глубокий внутренний мир. Обладает высокой чувствительностью. Хорошо справляется с интеллектуальной деятельностью. Достигает значительных успехов в творчестве.

*Слабые стороны* – чрезвычайно ранимый. Долго и тяжело принимает решения, постоянно сомневается. Податлив по отношению к внешним взаимодействиям.

### **Тест на коммуникабельность.**

Тест дает возможность определить уровень коммуникабельности человека. Содержит 16 вопросов. Полученные очки суммируются, и по классификатору определяется, к какой из семи категорий относятся испытуемые.

Тест классифицирует испытуемых по семи категориям, к которым относятся: явная некоммуникабельность – непригодность к работе в коллективе, что указывает на низкий уровень социализации; замкнутость – неразговорчивость, предпочтительность одиночества; в известной степени общительность – в незнакомой обстановке чувствует себя вполне комфортно, но в спорах и диспутах участвует неохотно; нормальная коммуникабельность – любознатель-

ность, интерес к собеседнику, терпеливость в общении с другими, отстаивание своей точки зрения без вспыльчивости; весьма общителен (порой может быть сверх нормы) – любопытность, разговорчивость, любит высказываться по разным вопросам, что, бывает, вызывает раздражение окружающих, охотно знакомится с новыми людьми; «рубаха-парень» – общительность бьет ключом, всегда в курсе всех дел, любит принимать участие во всех дискуссиях, больше на несерьезные темы; коммуникабельность болезненного характера – говорлив, многословен, вмешивается в дела, к которым не имеет никакого отношения, берется судить о проблемах, в которых совершенно некомпетентен, часто бывает причиной разного рода конфликтов в своем окружении.

В ходе проведения тестирования получились следующие результаты:

В тесте Ряховского обучающиеся набрали приблизительно одинаковое количество баллов (9-18). Среднее значение – 13,5 баллов. Это свидетельствует о примерно одинаковом уровне общительности. Если обратиться к классификатору теста – такое количество баллов свидетельствует о:

Испытуемые любознательны, охотно слушают интересного собеседника, достаточно терпеливы в общении, отстаивают свою точку зрения без вспыльчивости. Без неприятных переживаний идут на встречу с новыми людьми. В то же время не любят шумных компаний; экстравагантные выходки и многословие вызывают у них раздражение. Также респонденты бывают весьма общительны (порой, быть может, даже сверх меры). Иногда даже любопытны, разговорчивы, любят высказываться по разным вопросам, что, бывает, вызывает раздражение окружающих. Охотно знакомятся с новыми людьми. Любят бывать в центре внимания, никому не отказывают в просьбах, хотя не всегда могут их выполнить. Бывает, вспыхивают, но быстро отходят. Чего им недостает, так это усидчивости, терпения и отваги при столкновении с серьезными проблемами. При желании, однако, могут себя заставить не отступать.

При подведении итогов теста можно сказать, что испытуемые находятся на уровне нормальной коммуникабельности, но бывают и чересчур любознательными и вспыльчивыми.

Оценка ответов: "да" – 2 очка, "иногда" – 1 очко, "нет" – 0 очков. Полученные очки суммируются, и по классификатору определяется, к какой категории относится испытуемый.

### **Опросник**

1. Вам предстоит ординарная или деловая встреча. Выбивает ли Вас ее ожидание из колеи?
2. Вызывает ли у вас смутение и неудовольствие поручение выступить с докладом, сообщением, информацией на каком-либо совещании, собрании или тому подобном мероприятии?
3. Не откладываете ли Вы визит к врачу до последнего момента?
4. Вам предлагают выехать в командировку в город, где Вы никогда не бывали. Приложите ли Вы максимум усилий, чтобы избежать этой командировки?
5. Любите ли Вы делиться своими переживаниями с кем бы то ни было?
6. Раздражаетесь ли Вы, если незнакомый человек на улице обратится к Вам с просьбой (показать дорогу, назвать время, ответить на какой-то вопрос)?
7. Верите ли Вы, что существует проблема «отцов и детей» и что людям разных поколений трудно понимать друг друга?
8. Постесняетесь ли Вы напомнить знакомому, что он забыл Вам вернуть деньги, которые занял несколько месяцев назад?
9. В ресторане либо в столовой Вам подали явно недоброкачественное блюдо. Промолчите ли Вы, лишь рассерженно отодвинув тарелку?
10. Оказавшись один на один с незнакомым человеком, Вы не вступите с ним в беседу и будете тяготиться, если первым заговорит он. Так ли это?

11. Вас приводит в ужас любая длинная очередь, где бы она ни была (в магазине, библиотеке, кассе кинотеатра). Предпочитаете ли Вы отказаться от своего намерения или встанете в хвост и будет томиться в ожидании?

12. Бойтесь ли Вы участвовать в какой-либо комиссии по рассмотрению конфликтных ситуаций?

13. У Вас есть собственные сугубо индивидуальные критерии оценки произведений литературы, искусства, культуры, и никаких чужих мнений на этот счет Вы не приемлете. Это так?

14. Услышав где-либо в кулуарах высказывание явно ошибочной точки зрения по хорошо известному Вам вопросу, предпочитаете ли Вы промолчать и не вступать в спор?

15. Вызывает ли у Вас досаду чья-либо просьба помочь разобраться в том или ином служебном вопросе или учебной теме?

16. Охотнее ли Вы излагаете свою точку зрения (мнение, оценку) в письменной форме, чем в устной?

### **Обработка результатов**

«Да» - 2 очка, «иногда» - 1 очко, «нет» - 0 очков.

Полученные очки суммируются, и по классификатору определяется, к какой категории людей относится испытуемый.

Классификатор к тесту В.Ф.Ряховского

30 - 32 очка - Вы явно некоммуникабельны, и это ваша беда, так как страдаете от этого больше Вы сами. Но и близким Вам людям нелегко. На Вас трудно положиться в деле, которое требует групповых усилий. Старайтесь быть общительнее, контролируйте себя.

25 - 29 очков - Вы замкнуты, неразговорчивы, предпочитаете одиночество, поэтому у Вас мало друзей. Новая работа и необходимость новых контактов если и не ввергают Вас в панику, то надолго выводит из равновесия. Вы знаете эту особенность своего характера и бываете недовольны собой. Но не ограничивайтесь только таким недовольством - в вашей власти переломить эти особенности характера. Разве не бывает, что при какой-либо сильной увлеченности Вы приобретаете вдруг полную коммуникабельность? Стоит только встряхнуться.

19 - 24 очков - Вы в известной степени общительны и в незнакомой обстановке чувствуете себя вполне уверенно. Новые проблемы Вас не пугают. И все же с новыми людьми сходитесь с оглядкой, в спорах и диспутах участвуете неохотно. В ваших высказываниях порой слишком много сарказма, без всякого на то основания. Эти недостатки исправимы.

14 - 18 очков - у Вас нормальная коммуникабельность. Вы любознательны, охотно слушаете интересного собеседника, достаточно терпеливы в общении с другими, отстаиваете свою точку зрения без вспыльчивости. Без неприятных переживаний идете на встречу с новыми людьми. В то же время не любите шумных компаний; экстравагантные выходки и многословие вызывают у Вас раздражение.

9 - 13 очков - Вы весьма общительны (порой, быть может, даже сверх меры), любопытны, разговорчивы, любите высказываться по разным вопросам, что, бывает, вызывает раздражение окружающих. Охотно знакомитесь с новыми людьми. Любите бывать в центре внимания, никому не отказываете в просьбах, хотя не всегда можете их выполнить. Бывает, вспылите, но быстро отходите. Чего Вам не достает, так это усидчивости, терпения и отваги при столкновении с серьезными проблемами. При желании, однако, Вы можете себя заставить не отступать.

4 - 8 очков - Вы, должно быть, «рубаха-парень». Общительность бьет из Вас ключом. Вы всегда в курсе всех дел. Вы любите принимать участие во всех дискуссиях, хотя серьезные темы могут вызвать у вас мигрень и даже хандру. Охотно берете слово по любому вопросу, даже если имеете о нем поверхностное представление. Всюду чувствуете себя в своей тарелке. Беретесь за любое дело, хотя не всегда можете успешно довести его до конца. По этой самой причине руководители и коллеги относятся к Вам с некоторой опаской и сомнениями. Задумайтесь над этими фактами.

3 очка и менее - Ваша коммуникабельность носит болезненный характер. Вы говорливы, многословны, вмешиваетесь в дела, которые не имеют к Вам никакого отношения. Беретесь судить о проблемах, в которых совершенно не компетентны. Вольно или невольно Вы часто бываете причиной разного рода конфликтов в Вашем окружении. Вспыльчивы, обидчивы, нередко бываете необъективны. Серьезная работа не для Вас. Людям - и на работе, и дома, и вообще повсюду - трудно с Вами. Да, Вам надо поработать над собой и своим характером! Прежде всего воспитывайте в себе терпеливость и сдержанность, уважительно относитесь к людям, наконец, подумайте о своем здоровье - такой стиль жизни не проходит бесследно

**Тест: Стратегии (стили) поведения в конфликтной ситуации (тест Томаса - Килменна, адаптация Н.В. Гришиной, интерпретация автора).**

В опроснике по выявлению типичных форм поведения в конфликтной ситуации 12 суждений в различных сочетаниях сгруппированы в 30 пар. В каждой паре вам необходимо выбрать то суждение, которое является наиболее типичным для характеристики вашего поведения. То есть, выберите одно из двух суждений, которое в большей мере соответствует вашему поведению. Затем по приведенному в конце опросника ключу определите степень выраженности у вас какой-либо стратегии. Полученные данные не являются конечными и могут изменяться с течением жизни. В интерпретации к полученным данным вы можете получить консультацию о том, в каких случаях какой стиль поведения лучше использовать.

**Тест:**

1. А. Иногда я предоставляю возможность другим взять на себя ответственность за решение спорного вопроса.  
Б. Чем обсуждать то, в чем мы расходимся, я стараюсь обратить внимание на то, с чем мы оба не согласны.
  1. А. Я стараюсь найти компромиссное решение.
  - Б. Я пытаюсь уладить дело с учетом интересов другого и моих собственных.
2. А. Обычно я настойчиво стремлюсь добиться своего.  
Б. Я стараюсь успокоить другого и главным образом сохранить наши отношения.
3. А. Я стараюсь найти компромиссное решение.  
Б. Иногда я жертвую своими собственными интересами ради интересов другого человека.
4. А. Улаживая спорную ситуацию, я все время стараюсь найти поддержку у другого.  
Б. Я стараюсь сделать все, чтобы избежать бесполезной напряженности.
5. А. Я пытаюсь избежать возникновения неприятностей для себя.  
Б. Я стараюсь добиться своего.
6. А. Я стараюсь отложить решение спорного вопроса, чтобы со временем решить его окончательно.  
Б. Я считаю возможным в чем-то уступить, чтобы добиться другого.
7. А. Обычно я настойчиво стремлюсь добиться своего.  
Б. Я первым делом стараюсь ясно определить то, в чем состоят все затронутые интересы и вопросы.
8. А. Думаю, что не всегда стоит волноваться из-за возникающих разногласий.  
Б. Я прилагаю усилия, чтобы добиться своего.
9. А. Я твердо стремлюсь достичь своего.  
Б. Я пытаюсь найти компромиссное решение.
10. А. Первым делом я стараюсь ясно определить то, в чем состоят все затронутые интересы и вопросы.  
Б. Я стараюсь успокоить другого и главным образом наши отношения.

11. А. Зачастую я избегаю занимать позицию, которая может вызвать споры.  
Б. Я даю возможность другому в чем-то остаться при своём мнении, если он также идет мне навстречу.
12. А. Я предлагаю среднюю позицию.  
Б. Я настаиваю, чтобы было сделано по-моему.
13. А. Я сообщаю другому свою точку зрения и спрашиваю о его взглядах.  
Б. Я пытаюсь показать другому логику и преимущества моих взглядов.
14. А. Я стараюсь успокоить другого и главным образом сохранить наши отношения.  
Б. Я стараюсь сделать все необходимое, чтобы избежать напряженности.
15. А. Я стараюсь не задеть чувств другого.  
Б. Я пытаюсь убедить другого в преимуществах моей позиции.
16. А. Обычно я настойчиво стараюсь добиться своего.  
Б. Я стараюсь сделать все, чтобы избежать бесполезной напряженности.
17. А. Если это сделает другого счастливым, я дам ему возможность настоять на своем.  
Б. Я даю возможность другому в чем-то остаться при своём мнении, если он также идет мне навстречу.
18. А. Первым делом я стараюсь ясно определить то в чем состоят все затронутые интересы и спорные вопросы  
Б. Я стараюсь отложить решение спорного вопроса чтобы со временем решить его окончательно.
19. А. Я пытаюсь немедленно преодолеть наши разногласия.  
Б. Я стараюсь найти наилучшее сочетание выгод и потерь для нас обоих.
20. А. Ведя переговоры, я стараюсь быть внимательным к желаниям другого.  
Б. Я всегда склоняюсь к прямому обсуждению проблемы.
21. А. Я пытаюсь найти позицию, которая находится посередине между моей точкой зрения и другого человека.  
Б. Я отстаиваю свои желания.
22. А. Как правило, я озабочен тем, чтобы удовлетворить желания каждой из нас.  
Б. Иногда я предоставляю возможность другим взять на себя ответственность за решение спорного вопроса.
23. А. Если позиция другого кажется ему очень важной, я постараюсь пойти навстречу его желаниям.  
Б. Я стараюсь убедить другого прийти к компромиссу.
24. А. Я пытаюсь показать другому логику и преимущества моих взглядов.  
Б. Ведя переговоры, я стараюсь быть внимательным к желаниям другого.
25. А. Я предлагаю среднюю позицию.  
Б. Я почти всегда озабочен тем, чтобы удовлетворить желания каждого из нас.
26. А. Зачастую я избегаю занимать позицию, которая может вызвать споры.  
Б. Если это сделает другого счастливым, я дам ему возможность настоять на своем.
27. А. Обычно я настойчиво стремлюсь добиться своего,  
Б. Улаживая ситуацию я стараюсь найти поддержку у другого.
28. А. Я предлагаю позицию.  
Б. Думаю, что не всегда стоит волноваться из-за каких-то возникающих разногласий.
29. А. Я стараюсь не задеть чувств другого.  
Б. Я всегда занимаю такую позицию в спорном вопросе, чтобы совместно с другим заинтересованным человеком добиться успеха.
30. А. Я стараюсь не задеть чувств другого.

Б. Я всегда занимаю такую позицию в спорном вопросе, чтобы мы с другим заинтересованным человеком могли добиться успеха.

Количество баллов, набранных вами по каждой шкале, дает представление о выраженности у вас тенденции к проявлению соответствующих форм поведения в конфликтных ситуациях.

### Обработка результатов теста

№	Соперничество («Берсеркер»)	Сотрудничество («Виртуоз»)	Компромисс («Клейстер»)	Избегание («Камикадзе»)	Приспособление («Душа-человек»)
1	-	-	-	А	Б
2	-	Б	А	-	-
3	А	-	-	-	Б
4	-	-	А	-	Б
5	-	А	-	Б	-
6	Б	-	-	А	-
7	-	-	Б	А	-
8	А	Б	-	-	-
9	Б	-	-	А	-
10	А	-	Б	-	-
11	-	А	-	-	Б
12	-	-	Б	А	-
13	Б	-	А	-	-
14	Б	А	-	-	-
15	-	А	-	Б	-
16	Б	-	-	-	А
17	А	-	-	Б	-
18	-	-	Б	-	А
19	-	А	-	Б	-
20	-	А	Б	-	-
21	-	Б	-	-	А
22	Б	-	А	-	-
23	-	А	-	Б	-
24	-	-	Б	-	А
25	А	-	-	-	Б
26	-	Б	А	-	-
27	-	-	-	А	Б
28	А	Б	-	-	-
29	-	-	А	Б	-
30	-	Б	-	-	А

Баллы по столбцам переведите в проценты для удобства интерпретации (100% = 30 баллов).

### Интерпретация результатов теста

#### *Выраженность стиля в конфликтном общении*

Перед вами схема, в которой даны авторские названия переговорных стратегий. Впишите полученные вами процентные значения по каждой стратегии и приступайте к анализу.

В рамках представленной модели различают пять основных стратегий поведения: *соперничество* («Берсеркер» — образное название переговорной стратегии); *избегание* («Камикадзе»); *сотрудничество* («Виртуоз»); *приспособление* («Душа-человек») и *компромисс* («Клейстер»).

**«БЕРСЕРКЕР» (стиль соперничества).** Этот тип поведения жёстко ориентирован на победу, не считаясь с собственными затратами, что можно определить выражением «идёт напролом». Эта стратегия отражает такую форму борьбы за ресурс, которой одна сторона выходит несомненным победителем. Эта стратегия оказывается необходимой в том случае, если определенное лицо, облечённое властью, должно навести порядок ради всеобщего благополучия. Однако стратегия поведения «Берсеркер» редко приносит долгосрочные результаты - проигравшая сторона может не поддержать решение, принятое вопреки ее воле, или даже попытаться саботировать его.

**«КАМИКАДЗЕ» (стиль уклонения).**

Стратегия поведения «камикадзе» может быть тем не менее вполне разумным шагом, если переговорная ситуация не затрагивает прямых интересов человека или вовлеченность в него не отражается на его развитии. С другой стороны, такое поведение может толкнуть противника на завышение требований или ответный уход вместо участия в совместном поиске решений, может также привести к непомерному обострению проблемы. Отсутствие противодействия давлению провоцирует усиление давления. Нередко уклонение от переговоров сознательно или бессознательно применяется в качестве наказания, чтобы заставить другую сторону изменить свое отношение к проблеме.

**«ДУША-ЧЕЛОВЕК».** Стратегия улаживания конфликта направлена на максимум во взаимоотношениях, часто за счет минимума в достижении личных целей. Это установка на доброжелательность за счет собственных потерь, так называемая «игра в прятки», но, конечно, до определенного предела, так как инстинкт самосохранения развит у всех людей.

Стратегия улаживания может быть разумным шагом, если конфронтация по поводу незначительных разногласий может носить чрезмерный стресс во взаимоотношения на данном этапе или в том случае, если другая сторона не готова к диалогу.

**«КЛЕЙСТЕР» (стиль компромисса).** Взвешенность, сбалансированность и осторожность — основная установка этого типа поведения. Для данной стратегии одинаково значимы и личные цели, и взаимоотношения. Стремление в любом случае идти на нормализацию отношений является слабым местом этой стратегии в переговорах с «берсеркером». Стратегия компромисса не предполагает анализа объема информации, «клейстер» терпит обмен мнениями, но чувствует себя неловко, т.к. у него нет своей позиции, его поведение зависит от уступок с другой стороны. Компромисс требует определенных навыков в ведении переговоров, чтобы каждый, участник чего-то добился. Такое решение проблемы подразумевает, что делится какая-то конечная величина, и что в процессе ее раздела претензии всех участников не могут быть удовлетворены полностью.

**ВИРТУОЗ» (стиль сотрудничества).** «Виртуоз» не принимает тактики избегания, так как уважает партнера. Он не эксплуатирует слабости «камикадзе» и «душа-человека», потому что стремится к диалогу в решении проблемы. С «берсеркером» он тоже ведет себя честно, противопоставляет ему мирные средства и здравый смысл. «Виртуоз» всегда готов к переговорному процессу, в котором имеет веер предложений-альтернатив.

При взаимодействии двух «виртуозов» партнеры признают свои разногласия, подчеркивая общую основу для взаимодействия. Они не занимаются взаимной перепалкой и обвинениями - в интересах дела эмоции отбрасываются.

**Тест “Психологический тип в общении”.**

Инструкция: Если вы хотите определить свой психологический тип по отношению к окружающим, то оцените приведенные высказывания в баллах от 0 до 4, затем подсчитайте сумму.

1. Я легко сближаюсь с людьми.
2. У меня много знакомых, с которыми я охотно встречаюсь.

3. Я разговорчивый человек.
4. Я непринужденно чувствую себя с незнакомыми людьми.
5. Мне стало бы неприятно, если бы надолго исчезла возможность общения.
6. Когда мне надо что-то узнать, я предпочитаю спросить, а не копаться в книгах.
7. Мне удастся оживить скучную компанию.
8. Я говорю быстро.
9. Когда я надолго оторван от людей, мне очень хочется поговорить с кем-нибудь.

Интерпретация:

1-12 баллов. Интроверт. Обращенный в себя, он с трудом вступает в контакт, в компании способен нагнать на всех тоску. Такой человек ориентирован в основном на собственные чувства, сдержан, застенчив, общению предпочитает книгу. В решениях серьезен, эмоциям не доверяет, любит порядок. Пессимистичен, и поэтому вряд ли из него получится хороший организатор.

13-24 балла. Амбаверт. Для него характерны спокойные, ровные отношения с людьми, ответственность за свои поступки. Именно такими качествами обладают, как правило, лучшие руководители, словом все, чья работа требует умения общаться с людьми.

25-36 баллов. Экстраверт. Словоохотливый, общительный оптимист, любит каверзные вопросы, острые шутки. Общение с кем бы то ни было для него не проблема, и тут он прекрасный импровизатор. Все у него получается легко и непринужденно. Но не менее легко относится и к собственным обязательствам, и поэтому хозяином своего слова его можно назвать лишь с иронией. Несдержан, потому что не считает нужным контролировать эмоции и чувства.

### **Тест “Конструктивный рисунок человека из геометрических фигур”.**

Инструкция: “Вам нужно нарисовать фигуру человека, составленную из 10 элементов, среди которых могут быть треугольники, круги, квадраты. Вы можете увеличивать или уменьшать эти элементы (геометрические фигуры) в размерах, накладывать друг на друга по мере необходимости. Важно, чтобы все эти три элемента в изображении человека присутствовали, а сумма общего количества использованных фигур была равна десяти. Если при рисовании вы использовали большее количество фигур, то нужно зачеркнуть лишние, если же вами использовано фигур меньше, чем десять, необходимо дорисовать недостающее”.

Материал: испытуемому предлагается три листа бумаги размером 10x10 см, каждый лист нумеруется и подписывается. На листе №1 выполняется первый пробный рисунок, далее, соответственно, на листе №2 – второй, на листе №3 – третий. После выполнения трех рисунков данные обрабатываются. При нарушении инструкции материал не обрабатывается.

Обработка данных: подсчитывается количество затраченных в изображении человечка треугольников, кругов и квадратов (по каждому рисунку отдельно), и результат записывается в виде трехзначных чисел, где сотни обозначают количество треугольников, десятки – количество кругов, единицы – количество квадратов. Эти трехзначные цифры составляют так называемую “формулу рисунка”, по которой происходит отнесение рисующих к соответствующим типам.

1 тип – “руководитель”. Обычно это люди, имеющие склонность к руководящей и организаторской деятельности. Ориентированы на социально-значимые нормы поведения, могут обладать даром хороших рассказчиков, основывающемся на высоком уровне речевого развития. Обладают хорошей адаптацией в социальной сфере, доминирование над другими удерживают в определенных границах.

Формулы рисунков: 901, 910, 802, 811, 820, 703, 712, 721, 730, 604, 613, 622, 631, 640.

Наиболее жестко доминирование над другими выражено у подтипов 901, 910, 802, 811, 820, ситуативно – у 703, 712, 721, 730, при воздействии речью на людей – вербальный руководитель или “преподавательский подтип” 604, 613, 622, 631, 640.

2 тип – “ответственный исполнитель” – обладает многими чертами типа “руководитель”, однако в принятии ответственных решений часто присутствуют колебания. Данный тип ориентирован на “умение делать дело”, высокий профессионализм, обладает высоким чувством ответственности и требовательности к себе и другим, высоко ценит правоту. Часто они страдают соматическими заболеваниями нервного происхождения как следствие перенапряжения.

Формулы рисунков: 505, 514, 523, 532, 541, 550.

3 тип – “тревожно-мнительный”. Лидерских качеств не имеет.

В формуле первая цифра – 4

4 тип – “ученый”. Эти люди легко абстрагируются от реальности, обладают “концептуальным умом”, отличаются способностью разрабатывать “на все” свои теории. Обычно обладают душевным равновесием и рационально продумывают свое поведение.

Формулы рисунков: 307, 316, 325, 334, 343, 352, 361, 370.

5 тип – “интуитивный”. Лидерских качеств не имеет.

В формуле первая цифра – 2

6 тип – “изобретатель, конструктор, художник”. Лидерских качеств не имеет.

В формуле первая цифра – 1

### **Тест на выявление уровня самооценки.**

1. Как часто вас терзают мысли, что вам не следовало говорить или делать что-то?

а) очень часто — 1 балл;

б) иногда — 3 балла.

2. Если вы общаетесь с блестящим и остроумным человеком, вы:

а) постараетесь победить его в остроумии — 5 баллов;

б) не будете ввязываться в соревнование, а отдадите ему должное и выйдете из разговора — 1 балл.

3. Выберите одно из мнений, наиболее вам близкое:

а) то, что многим кажется везением, на самом деле, результат упорного труда — 5 баллов;

б) успехи зачастую зависят от счастливого стечения обстоятельств — 1 балл;

в) в сложной ситуации главное — не упорство или везение, а человек, который сможет одобрить или утешить — 3 балла.

4. Вам показали шарж или пародию на вас. Вы:

а) рассмеетесь и обрадуетесь тому, что в вас есть что-то оригинальное — 3 балла;

б) тоже попытаетесь найти что-то смешное в вашем партнере и высмеять его — 4 балла;

в) обидитесь, но не подадите вида — 1 балл.

5. Вы всегда спешите, вам не хватает времени или вы беретесь за выполнение заданий, превышающих возможности одного человека?

а) да — 1 балл;

б) нет — 5 баллов;

в) не знаю — 3 балла.

6. Вы выбираете духи в подарок подруге. Купите:

а) духи, которые нравятся вам — 5 баллов;

б) духи, которым, как вы думаете, будет рада подруга, хотя вам лично они не нравятся — 3 балла;

в) духи, которые рекламировали в недавней телепередаче.

7. Вы любите представлять себе различные ситуации, в которых вы ведете себя совершенно иначе, чем в жизни?

- а) да — 1 балл;
- б) нет — 5 баллов;
- в) не знаю — 3 балла.

8. Задевает ли вас, когда ваши коллеги (особенно молодые) добиваются большего успеха, чем вы?

- а) да — 1 балл;
- б) нет — 5 баллов;
- в) иногда — 3 балла.

9. Доставляет ли вам удовольствие возражать кому-либо?

- а) да — 5 баллов;
- б) нет — 1 балл;
- в) не знаю — 3 балла.

10. Закройте глаза и попытайтесь представить себе 3 цвета:

- а) голубой — 1 балл;
- б) желтый — 3 балла;
- в) красный — 5 баллов.

Подсчет баллов

50—38 баллов. Вы довольны собой и уверены в себе. У вас большая потребность доминировать над людьми, любите подчеркивать свое «я», выделять свое мнение. Вам безразлично то, что о вас говорят, но сами вы имеете склонность критиковать других. Чем больше у вас баллов, тем больше вам подходит определение: «Вы любите себя, но не любите других». Но у вас есть один недостаток: слишком серьезно к себе относитесь, не принимаете никакой критической информации. И даже если результаты теста вам не понравятся, скорее всего, вы «защититесь» утверждением «все врут календари». А жаль...

37—24 балла. Вы живете в согласии с собой, знаете себя и можете себе доверять. Обладаете ценным умением находить выход из трудных ситуаций как личного характера, так и во взаимоотношениях с людьми. Формулу вашего отношения к себе и окружающим можно выразить словами: «Доволен собой, доволен другими». У вас нормальная здоровая самооценка, вы умеете быть для себя поддержкой и источником силы и, что самое главное, не за счет других.

23—10 баллов. Очевидно, вы недовольны собой, вас мучают сомнения и неудовлетворенность своим интеллектом, способностями, достижениями, своей внешностью, возрастом, полом... Остановитесь! Кто сказал, что любить себя плохо? Кто внушил вам, что думающий человек должен быть постоянно собой недоволен? Разумеется, никто не требует от вас самодовольства, но вы должны принимать себя, уважать себя, поддерживать в себе этот огонек.

## Вопросы для устного и письменного опроса, групповых дискуссий

Наименование разделов и тем	Вопросы для устного и письменного опроса
Раздел 1. Основы теории услуг.	
Тема 1.1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.	Перечислите функции сферы услуг. Предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности. <i>Опишите поэтапно становление «Индустрии сервиса».</i> Какие принципиально новые возможности информационного сервиса создает современный уровень развития науки и техники?
Тема 1.2. Услуга как специфический продукт.	Сущность услуги как специфического продукт В чем состоит необходимость различать понятия «сервис» и «услуга» в широком и узком смысле? Приведите примеры разных подходов к понятию «услуга». Охарактеризуйте услугу как специфическую категорию товара.
Раздел 2. Организация обслуживания потребителей.	
Тема 2.1. Теория организации обслуживания.	Перечислите методы и формы оказания услуг. Назовите принципы индустриализации услуги. Каковы основные этапы взаимодействия с потребителем? Перечислите прогрессивные формы обслуживания.
Тема 2.2. Организация сервисной деятельности.	Назовите особенности организации контактной зоны на сервисных предприятиях. Дайте описание методов индивидуального обслуживания. Какой метод преодоления возражений потребителя при приобретении услуги вы предпочли бы? Что наиболее важно во <u>взаимоотношениях</u> с потребителем после завершения предоставления услуги?
<u>Тема 2.3. Основные правила обслуживания потребителей.</u>	Перечислите правила при приеме и оформлении заявки на бронирование гостиниц. Основные стандарты обслуживания клиентов транспорта. Общие правила обслуживания населения: Назовите правовые аспекты сервисной деятельности, общие для всех сервисных организаций. Каковы основные права потребителей по международным документам воздушного транспорта? Какие правила регламентируют предоставление пассажирских перевозок воздушным транспортом?
Тема 2.4. Классификация видов услуг.	Какая из классификаций предприятий сферы сервиса имеет, на ваш взгляд, наибольшее практическое значение? Приведите пример внедрения новой услуги в сферу современного сервиса. Чем обусловлено, что сфера сервиса в современных условиях переходит на инновационный путь развития? Приведите примеры «брендов» сервисных организаций воздушного транспорта.
Тема 2.5. Качество услуг сервисной деятельности.	Каковы составляющие качества услуг и обслуживания? Опишите методы оценки качества аэропортовых услуг. Каковы составляющие понятия «фирменный стиль сервис-

	<p>ной организации воздушного транспорта)?</p> <p>Что входит в систему управления качеством услуг на транспорте?</p>
<p>Раздел 3. Психологическая и этическая культура сервиса.</p>	
<p>Тема 3.1. Психологическая культура сервиса. Психологические особенности делового общения и его специфика в сфере обслуживания.</p>	<p>Охарактеризуйте психологические механизмы <a href="#">взаимопонимания</a> с потребителем, наиболее эффективные в условиях совместной деятельности.</p> <p>Какие существуют виды и средства делового общения?</p> <p>Какие уровни взаимодействия с потребителем наиболее приемлемы в процессе предоставления услуги и почему?</p> <p>Чем отличаются понятия «репутация» и «имидж» применительно к сервисной организации?</p> <p>Чем отличаются понятия «контроллинг» и «мониторинг» в работе сервисной организации?</p>
<p>Тема 3.2. Нормы и правила профессионального поведения и этикета.</p>	<p>Что включает в себя понятие «профессиональная этика»?</p> <p>Что такое профессиональное поведение?</p> <p>Почему одним из основных требований к работнику сервисной сферы является владение основами психологических знаний?</p> <p>Какую роль в регулировании поведения работников сервисной сферы играют кодексы профессиональной этики?</p> <p>Какие требования предъявляются к речевому этикету работников?</p> <p>Какие требования предъявляются к внешнему виду обслуживающего персонала сферы услуг?</p>
<p>Тема 3.3. Стандарты и методики обслуживания авиапассажиров.</p>	<p>Какой позицией предложили бы вы дополнить «кодекс сотрудника сервисной организации воздушного транспорта»?</p> <p>Сформулируйте особенности поведения потребителей, относящихся к разным группам по стилю жизни.</p> <p>Определите, к какому типу потребителей вы отнесете себя?</p> <p>Какие методы можно применять до работы в сфере обслуживания пассажирских перевозок, для настроения?</p> <p>Как определить, что вам встречается пассажир, проявляющий признаки боязни летать, как с ним работать?</p> <p>Опишите работу с потребностями пассажиров.</p>
<p>Тема 3.4. Конфликты и стрессы в процессе профессиональной деятельности.</p>	<p>Каковы наиболее типичные причины возникновения нестандартных ситуаций в сервисной сфере?</p> <p>Перечислите основные виды конфликтов.</p> <p>Какие существуют правила и стратегии поведения в конфликте?</p> <p>Каковы структурные элементы конфликта как социально-психологического явления?</p> <p>Какие типы конфликтных личностей чаще всего встречаются среди потребителей услуг воздушного транспорта?</p> <p>В чем сущность рационально-интуитивного разрешения</p>

	<p>конфликтов?          Какие стратегии поведения наиболее приемлемы для работника сферы сервиса в конфликтной ситуации?          Какова последовательность действий сотрудника при применении стратегии сотрудничества в конфликтной ситуации?          Как работать с типом пассажиров «Эмоциональный шантажист» при обслуживании рейсов?</p>
--	---

## Ответы на вопросы для устного опроса:

Тема 1.1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.

Перечислите функции сферы услуг.

1. Экономические функции:

- Обслуживание процесса производства материальных благ. Предполагается предоставление различных услуг сфере материального производства, которая нуждается в услугах транспорта и связи, правовых консультациях или услугах технического обслуживания оборудования.

- Воспроизводство рабочей силы, осуществляется посредством услуг, предоставляемых населению, например, услуги образовательных заведений.

- Создание материальных благ путем производства на заказ предметов длительного пользования или путем восстановления ранее утраченных ими потребительских свойств.

2. Социальные функции:

- Удовлетворение потребностей населения в различных видах обслуживания.

- Снижение затрат и улучшение условий труда в домашних хозяйствах благодаря деятельности организаций сферы сервиса.

- Рациональное использование высвобождающегося свободного времени.

- Обеспечение безопасности.

Предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.

Сервисная деятельность формировалась как составная часть хозяйственной активности людей на протяжении всего исторического развития общества.

Отличие социальной среды от животных сообществ заключается в развитии мышления и связанного с ним норм поведения, запретов и традиций.

Можно проследить следующую цепочку развития сервисной деятельности:

Самообслуживание → → Услуги → → Обслуживание → → Сервисная деятельность → → Индустрия сервиса.

Опишите поэтапно становление «Индустрии сервиса».

Все новые и новые потребности человека порождают развитие сервисной деятельности:

→ научно-технический прогресс и промышленная революция способствовали появлению в обществе новых средств коммуникаций, связанных с техникой (книги, журналы, радио, телевидение, компьютеры), что привело к истощению народного искусства, мифологии, самодетельности →

→ это позволило предпринимателям обращаться к многочисленной аудитории с помощью средств массовой информации →

→ спрос и потребительское поведение людей стали определяться не только реальными, но и мнимыми потребностями, которые навязчиво стимулировались рекламой →

→ увеличение разных слоев и групп людей с неодинаковыми потребностями порождает новые благосостояния и услуги →

- у граждан стал формироваться новый образ жизни →
- появляется фиксированное свободное время в конце дня, недели, года (отпуск) →
- появляется масштабный сегмент сервиса – сфера досуга, услуг, туризма →
- сервисная деятельность порождает новые социокультурные потребности человека и увеличивает объем потребительского рынка →
- становление «индустрии сервиса».

Какие тенденции развития сферы сервиса в современных условиях кажутся вам наиболее перспективными?

К тенденциям бизнеса, наиболее значимым для развития сферы услуг, относятся расширение сервисной деятельности промышленными предприятиями, распространение франчайзинга, ориентация организаций на повышение качества услуг, фокусирование внимания на запросах потребителей, ужесточение требований при найме персонала

## Тема 1.2. Услуга как специфический продукт.

### Сущность услуги как специфического продукта

Любой товар – это заключенная в упаковку услуга для решения определенной проблемы потребителя. В этом плане необходимо выявить скрытые за товаром нужды и продавать не свойства, а выгоды от него. В основе подхода лежит стержневая выгода – та услуга, или преимущество, которую приобретает покупатель/ Для потребителя важно не предложение, а скорее субъективный способ его восприятия.

В чем состоит необходимость различать понятия «сервис» и «услуга» в широком и узком смысле?

Понятие сервис может употребляться в широком и узком смысле.

Сервис (в широком смысле слова) – целенаправленный социальный процесс взаимодействия субъекта и объекта в ходе производства, распространения и потребления услуг, удовлетворяющих потребности людей.

Сервис (в узком смысле слова) – предоставление услуг, обслуживание людей в различных сферах повседневной жизни на основе платежеспособного спроса.

Приведите примеры разных подходов к понятию «услуга».

Услуга – работа (совокупность действий), выполняемая для удовлетворения нужд (потребностей) людей, обладающая законченностью и имеющая определенную стоимость.

Услуга – вид специализированной помощи населению в материальной и социально-культурной сфере.

Услуга – это своеобразный по форме и назначению товар, удовлетворяющий потребности людей и существующий не в качестве вещи как таковой, а в качестве деятельности.

Услуга – результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности человека.

Охарактеризуйте услугу как специфическую категорию товара

Как специфической экономической категории услугам, несмотря на их разнообразие, присущи характеристики, которые являются уникальными и присущие всем услугам: неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство (гетерогенность) качества услуг, недолговечность и отсутствие собственности

## Тема 2.1. Теория организации обслуживания.

### Перечислите методы и формы оказания услуг.

При всем многообразии предоставляемых услуг существует три основных метода предоставления услуг:

- ⌚ 1. метод поточной линии;
- ⌚ 2. метод самообслуживания;

### ⌚ 3. метод индивидуального подхода.

Основой выбора формы организации сервиса является сервис - системная матрица, в которой по оси абсцисс отложена степень контакта в канале обслуживания, а по оси ординат - форма организации сервиса (рис. Сервис – системная матрица).



**Рис. Сервис – системная матрица**

По степени контакта клиент-канал обслуживания выделяют системы:

- ⌚ 1) *защищенное ядро*, т. е. система, предполагающая отделения процесса обслуживания от клиента;
- ⌚ 2) *проницаемая система*, в которую клиент может проникнуть, позвонив по телефону или с помощью личного контакта;
- ⌚ 3) *реагирующая система*, которая характеризуется присутствием клиента и незамедлительной реакцией на его потребности.

Принципы индустриализации услуги:

- ⌚ - Отделить потребителя от процесса как можно дальше и применить индустриальные технологические методы в той части, в которой не участвует покупатель.
- ⌚ - Если присутствие покупателя неизбежно, использовать его как рабочую силу.
- ⌚ - Повысить гибкость кадрового обеспечения, чтобы возможности соответствовали спросу

Каковы основные этапы взаимодействия с потребителем?

Выделяют следующие этапы делового взаимодействия: 1) сбор информации, установление контакта с потребителем услуг; 2) выявление потребностей, 3) презентация услуги; 4) обсуждение вопроса, работа с сомнениями и возражениями потребителя услуг; 5) принятие решения; 6) завершение сделки, выход из контакта.

Перечислите прогрессивные формы обслуживания.

Прогрессивная форма обслуживания — это когда услуга максимально приближена к потребителю, сохраняя тем самым время на её получение и создавая максимальные удобства для клиентов. Основной критерий - время

К таким формам относятся:

- абонементное обслуживание;
- бесконтактное обслуживание по месту жительства;
- срочное выполнение заказа в присутствии клиента;
- обслуживание с помощью обменного фонда машин и приборов;
- ремонт на дому сложной бытовой техники;
- служба экспресс-ремонта;
- прием заказов по месту работы, по телефону или по почте;
- самообслуживание;
- выездное обслуживание.

## Тема 2.2. Организация сервисной деятельности.

### Назовите особенности организации контактной зоны на сервисных предприятиях.

Контактная зона — это собирательное понятие, в состав которого входит комплекс факторов физического (место предоставления услуг), психологического (коммуникативный процесс участников) и профессионального (опыт и знания представителя сферы услуг) характеров.

Контактная зона характеризуется определенной организацией: имеет разные масштабы, различную обстановку, что напрямую связано с характером (видом) сервисной деятельности и типом соответствующего предприятия.

- ⊙ контактная зона с линией контакта: линия контакта может представлять собой стойку бара, ресепшн (банковские услуги, торговля через прилавок, почтовое отделение, бытовые услуги);
- ⊙ сжатая контактная зона: в процессе обслуживания работник касается потребителя (здравоохранение, парикмахерские услуги, ателье);
- ⊙ контактная зона с социальной дистанцией: персонал сервисной организации и клиенты взаимодействуют в определенном пространстве сервисной организации (общественное питание, образование).

### Дайте описание этапов индивидуального обслуживания.

Индивидуальное обслуживание всегда осуществляется при прямом контакте продавца и покупателя, имеет диалоговую форму общения. Личный контакт с клиентом стимулирует сбыт услуги с учетом его индивидуальных особенностей. Индивидуальное обслуживание — это единственный вид коммуникаций, который заканчивается продажей услуги.

Диалоговая форма общения позволяет гибко и быстро реагировать на запросы клиента и оперативно вносить коррективы.

Этап 1. Прием клиента и установление контакта. Самый важный этап, т.к. происходит установление контакта. Здесь можно использовать несколько методов, которые способствуют установлению контакта:

- 1) можно сразу приступить к анализу проблемы
- 2) поразить воображение клиента одной яркой фразой или образом
- 3) понять и принять клиента как личность (Маслоу – признание)

Этап 2. Выявление потребностей клиента. На этом этапе важно понять желание клиента, для этого необходимо:

- А) уметь вести себя в межличностной ситуации
- Б) уметь выслушать клиента.

Здесь специалисты выделяют 6 типов поведения продавца:

- 1) помощь и поддержка (устранение риска, беспокойства, страха)

- 2) позиция судьи (дает чувство уверенности клиенту)
- 3) воспитательный (исследует потребности клиента)
- 4) пояснительный (анализирует сопротивление клиента)
- 5) понимающий (помогает выявить подлинную потребность клиента)
- 6) отказ клиенту (во избежание деликатной, затруднительной ситуации)

Этап 3. Предоставление услуги. От того, как предоставлена услуга, зависит ее имидж, отношение, интерес к покупке.

- 1) привлечь внимание клиента
- 2) вызвать интерес и желание купить услугу
- 3) побудить клиента к действию покупки

Этап 4. Преодоление возможных возражений.

Этап 5. Осуществление продажи (главная часть ИО). Но не всякий контакт продавца с клиентом доходит до этой стадии.

Этап 6. Логическое завершение ИО, которое состоит в последующем контакте с клиентом. Пр.: всех реальных клиентов ввести в электронную базу/архив.

Какой метод преодоления возражений потребителя при приобретении услуги вы предпочли бы?

Метафора. Сравниваем выгоду покупателя с чем-то, что помогает создать яркий и привлекательный образ продукта. Метафоры, наоборот, больше подходят для случаев, когда собеседник не ориентируется в теме. Этот приём направлен больше на эмоциональное вовлечение клиента, чем на рациональное.

Отсылка к прошлому. Напоминаем клиенту об опыте из прошлого. Можно сыграть на общих ситуациях, которые случались почти с каждым, или зацепиться за информацию из ответов собеседника.

Стадное чувство. Используем магию [социальных доказательств](#) — рассказываем клиенту, насколько продукт популярен и почему. Здесь можно приводить примеры с наглядными метриками и реальными кейсами.

Что наиболее важно во [взаимоотношениях с потребителем после завершения предоставления услуги](#)?

Важен взаимообмен информацией и воздействие, цель которого решение проблемы потребителя продажей и предоставлением услуги.

### Тема 2.3. Основные правила обслуживания потребителей.

Перечислите правила при приеме и оформлении заявки на бронирование гостиниц.

Каждому виду бытовых услуг присущи определенные особенности их приема, оформления, исполнения и выдачи заказов, обусловленные соответствующими инструкциями. Заявки на бронирование номеров по телефону приходят, как правило, от физических лиц. Такой тип бронирования относится к негарантированному.

Письма-заявки, приходящие по факсу и содержащие запросы о бронировании мест и номеров в отеле, обычно приходят от компаний, организаций, фирм или туристических агентств, которые сотрудничают с данным отелем. Письма-заявки присылаются на фирменных бланках, в которых должны быть реквизиты компаний, номер контактного телефона и факса, обязательно должна присутствовать печать организации и подпись ответственного лица, направляющего данную заявку в гостиницу. В письме-заявке, кроме просьбы забронировать номер или место для указанного человека или группы людей, должна присутствовать информация о сроках размещения, категории номеров, форме оплаты за проживание и другое.

Требования к оформлению и содержанию данных заявок такие же, как и к заявкам на бронирование, поступающим по факсу. На заявку, присланную по почте, ответ дается в письменном виде и отсылается по почте в течение одного - двух дней. В «Визави» разработана

форма заявок на бронирование. Эта форма может быть выслана потенциальному клиенту при необходимости в размещении. Форма заявки на бронирование также размещена на сайте отеля. Клиентам нужно заполнить графы бланка и переправить его в отель по факсу, почте, e-mail, с курьером.

Также существует вторая форма заявки на бронирования, которую предоставляет гостиница, заявка от городского центра бронирования и туризма, компании, организации, от которых едет гость, могут составлять и заполнять собственную форму заявки. При гарантированном бронировании гость может заполнить «заявку держателя на бронирование гостиничного номера» cardholder reservation request,

#### Основные стандарты обслуживания клиентов транспорта.

- ⌚ Порядок. Клиент не должен видеть проблемы и недочёты, которые существуют в компании; он должен быть уверен в том, что все сотрудники организации являются профессионалами и готовы оказать необходимую помощь и поддержку.
- ⌚ Контроль. Это про критерии оценки работы менеджера или специалиста, который контактирует с клиентами, с точки зрения сервиса и удовлетворения клиента услугами компании.
- ⌚ Отношение. Стандарты обслуживания упрощают процесс взаимодействия с потребителями. Они эффективны тогда, когда клиент не видит разницы между работой сотрудников компании, но при этом получает качественное и фирменное обслуживание в едином формате, которое не зависит от внешних обстоятельств и факторов.

Наличие стандарта обслуживания, не регламентировано законодательством. Несмотря на это, такой стандарт является важной частью корпоративной культуры и инструментом формирования лояльности клиента. Но существует документ, который служит не только ориентиром для составления стандарта обслуживания, но и базой для реализации системы менеджмента качества в целом. Это единый международный стандарт ISO 9001 (русскоязычный аналог – ГОСТ ИСО 9001), призванный обеспечить соответствие продукта (услуги) требованиям качества на всех стадиях от проектирования до обслуживания. Критерии качества, описанные в нём, применимы к компаниям любого типа и размера. В большинстве случаев функции стандартов обслуживания затрагивают:

- ⌚ внешний вид сотрудников;
- ⌚ алгоритм общения с клиентом;
- ⌚ запрещенные действия сотрудников;
- ⌚ правила оформления документов.

#### Общие правила обслуживания населения:

В Российской Федерации возмездное оказание услуг регламентируется главой 39 Гражданского кодекса РФ. Здесь рассматриваются договор возмездного оказания услуг, исполнение договора возмездного оказания услуг, оплата услуг, односторонний отказ от исполнения договора возмездного оказания услуг.

Оказание отдельных видов услуг осуществляется в соответствии со следующими Правилами:

Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации  
Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации,  
Правила оказания услуг (выполнения работ) по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств

Пример:

В случае обнаружения недостатков оказанной услуги потребитель вправе по своему выбору потребовать от организации сервисного обслуживания:

- ⌚ безвозмездного устранения недостатков оказанной услуги;
- ⌚ соответствующего уменьшения цены оказанной услуги;

- ⊙ безвозмездного изготовления другой вещи из однородного материала аналогичного качества или повторного выполнения работы. При этом потребитель обязан возвратить ранее переданную ему исполнителем вещь;
- ⊙ • возмещения понесенных им расходов по устранению недостатков оказанной услуги своими силами или третьим лицом.

Назовите правовые аспекты сервисной деятельности, общие для всех сервисных организаций.

Сервисное правоотношение — прежде всего взаимодействие сервисной организации и потребителя. Сервисная организация взаимодействует с потребителем в процессе продвижения, продажи и предоставления услуги. Обе стороны обладают при этом взаимными правами и обязанностями. Мера возможного и должного в этих случаях обеспечивается законом, в частности Федеральным законом от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» и Законом РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей». Поскольку стороны при оказании услуги вступают в договорные отношения, их взаимодействие регулируется Гражданским кодексом РФ.

В целях создания благоприятных условий для сервисной деятельности государство осуществляет регулирование деятельности сервисных организаций. Прежде всего, само создание сервисной организации осуществляется под контролем государственных органов на основе Закона РФ о предприятиях и предпринимательской деятельности, нормативно-правовых актов о регистрации юридических лиц и физических лиц, занимающихся индивидуальной предпринимательской деятельностью в сфере услуг.

Каковы основные права потребителей по международным документам воздушного транспорта?

Федеральные авиационные правила «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей», утвержденные приказом Минтранса России от 28.06.2007 № 82 (далее - правила воздушных перевозок пассажиров), устанавливают следующие права и обязанности авиапассажиров:

1. право на бронирование пассажирского места на определенную дату и рейс в авиакомпании;
2. право при оплате (оформлении) билета на получение следующей информации об условиях договора воздушной перевозки и перевозчике:
  - нормы бесплатного провоза багажа;
  - предметы и вещи, запрещенные к перевозке;
  - особые условия перевозки багажа;
  - условия применения тарифа;
  - правила перевозчика;
  - варианты проезда до аэропорта отправления;
  - место и время начала и окончания регистрации на рейс;
  - требования, связанные с пограничным, таможенным, иммиграционным, санитарно-карантинным, ветеринарным, фитосанитарным и другими видами контроля в соответствии с законодательством Российской Федерации;
  - правила и порядок проведения предполетного и послеполетного досмотра пассажиров и багажа;
  - условия обслуживания на борту воздушного судна;
  - тип воздушного судна;
3. право на оформление авиабилета в электронном или бумажном виде на основании документа, удостоверяющего личность пассажира;
4. обязанность пассажира заблаговременно, не позднее установленного перевозчиком времени, прибыть к месту регистрации пассажиров и оформления багажа для прохождения досмотра и

выполнения требований, связанных с разными видами контроля - таможенным, иммиграционным, санитарно-карантинным и т.д., а также к месту посадки на борт воздушного судна.

Какие правила регламентируют предоставление пассажирских перевозок воздушным транспортом?

Согласно требованиям пункта 72 Федеральных авиационных правил «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей», утвержденных приказом Минтранса России от 28 июня 2007 г. № 82, регулярные рейсы выполняются в соответствии с расписанием движения воздушных судов, сформированным перевозчиком и опубликованным в компьютерном банке данных расписания движения воздушных судов, а чартерные рейсы - в соответствии с планом (графиком) чартерных перевозок. При этом пунктом 73 ФАП определены требования к информации по каждому регулярному рейсу, которым должно отвечать опубликованное расписание движения воздушных судов.

В случае изменения расписания движения воздушных судов перевозчик должен принять возможные меры по информированию пассажиров, с которыми заключен договор воздушной перевозки, об изменении расписания движения воздушных судов любым доступным способом (пункт 74 ФАП).

Тема 2.4. Классификация видов услуг.

Какая из классификаций предприятий сферы сервиса имеет, на ваш взгляд, наибольшее практическое значение?

По объему деятельности можно выделить сервисные организации первичного типа, простые, повышенного типа и интегрированные:

- ⌚ 1) первичные организации сервиса. Существующие в практике названия: частное предприятие (ЧП), индивидуальное частное предприятие (ИЧП) законодательством не предусмотрены. По сути, во всех случаях речь идет об индивидуальных предпринимателях без образования юридического лица (ПБОЮЛ) — физических лицах, которые самостоятельно занимаются хозяйственной деятельностью. Это люди, организующие собственное дело для реализации экономически перспективной предпринимательской идеи. Предприниматель получает весь доход и несет весь риск от результатов хозяйственной деятельности. Такие варианты часто встречаются в сфере сервиса, поскольку ориентированы на услуги, удовлетворяющие потребности повседневного спроса;
- ⌚ 2) простые сервисные организации: ООО, ЗАО, ОАО, унитарные предприятия.
- ⌚ 3) сервисные организации повышенного типа: производственное, научно-производственное и территориально-производственное объединения, сетевая сбытовая фирма, концерн, холдинг, компания, консорциум, корпорация
- ⌚ 4) интегрированные сервисные организации: цепи сервисных организаций, финансово-промышленные группы, предпринимательские союзы, виртуальные корпорации.

Приведите пример внедрения новой услуги в сферу современного сервиса.

Примером может быть новая методика, новый аппарат по проведению процедур. Такие новые виды услуг, как правило, непонятны для клиентов, они не понимают названия, зачем оно им нужно и чем может помочь. Это может быть новая услуга в компании, новые технологии, новые методики, новые образовательные программы, новое оборудование.

Чем обусловлено, что сфера сервиса в современных условиях переходит на инновационный путь развития?

Инновационный путь развития сферы сервиса во многом основывается на использовании информационных технологий, использовании услуг Internet. Технологический прогресс и профессиональная подготовка специалистов являются важнейшими условиями устойчивого развития перспективных направлений сферы сервиса в будущем.

Стремясь сохранить конкурентоспособность, сфера сервиса в современных условиях переходит на инновационный путь развития. Повышение качества услуг и снижение затрат на их производство достигается за счет применения новых передовых технологий, расширение разнообразия происходит за счет введения новых услуг.

Приведите примеры «брендов» сервисных организаций воздушного транспорта.

Авиакомпании пассажирских перевозок: Аэрофлот, Победа, Россия, Северный ветер, Уральские авиалинии и др.

Авиапредприятия: Организации по наземному обслуживанию ВС: Шереметьево-хэндлинг, МАШ (Международный аэропорт Шереметьево), Аэрофлот-Карго, Шереметьево-Карго, производство питания для пассажирских рейсов - «Аэромар», бизнес-залы аэропортов: «Интернешенал-Вип», «Шереметьево Безопасность» и другие.

Тема 2.5. Качество услуг сервисной деятельности.

Каковы составляющие качества услуг и обслуживания?

Качество обслуживания клиентов можно условно разделить на три составляющие: 1. Качество работы персонала передней линии: дружелюбность, профессионализм, внешний вид, манера общения и т.п. 2. Качество организации работы офиса и качество бизнес-процессов: 3. Качество и стоимость продуктов и услуг.

Опишите методы оценки качества аэропортовых услуг.

- ⌚ 1. Метод критических случаев.
- ⌚ 2. Метод SERQUAL.
- ⌚ 3. Метод Капо.

Метод «критических случаев». Метод «критических случаев» основывается на эмпирическом исследовании случаев взаимодействия между потребителем и представителем сервисного провайдера (работником сервисной фирмы). Метод «критических случаев» является качественным методом и представляет собой очень гибкий инструмент сбора данных без формализованного подхода к получению выводов на их основе. В проведённых обширных исследованиях для оценки применимости метода для целей маркетинга, основное внимание обращалось на рассмотрение в качестве критического случая факт «сервисного взаимодействия» - обоюдного контакта между потребителем и сотрудником сервисного провайдера - и степень удовлетворённости/неудовлетворённости потребителя этим взаимодействием (с точки зрения потребителя). Критерии отнесения сервисного взаимодействия к критическим случаям, следующие:

- ⌚ наличие взаимодействия между потребителем и сотрудником сервисного провайдера;
- ⌚ значительность случая с точки зрения потребителя (очень высокая степень удовлетворённости/неудовлетворённости, запомнившаяся потребителю).

При практическом применении метода проявляется его недостаток - необходимость продолжительного во времени сбора и анализа информации о критических случаях от потребителей, которая включает их описание и оценку.

Метод SERQUAL. Необходимость создания более формализованных методов оценки качества сервиса по сравнению с методом критических случаев предопределила появление метода SERVQUAL. Метод получил своё название от сокращения двух английских слов: SERV от service («сервис») и QUAL от quality («качество»). Он был разработан В.А.Зейтгамл, А.Парасураманом и Л.Л.Берри в 80-е годы XX века путем эмпирических исследований, проведенных авторами путём анализа опросов фокус - групп на основе разработанной ими модели расхождения (Gap-модель). Под расхождениями авторы подразумевают различия в восприятии основных

составляющих процесса оказания сервиса различными его участниками, либо одними и теми же участниками процесса оказания сервиса, но в различные временные промежутки.

Основой метода стал набор из 5 измерений сервиса:

1. Уверенность - знания и вежливость сервисного персонала, способные внушать доверие.
2. Эмпатия (сопереживание) - забота, индивидуальное внимание со стороны сервисного провайдера к своему клиенту.
3. Надёжность - возможность предоставить обещанный сервис надёжно и точно.
4. Отзывчивость - желание помочь клиенту и обеспечить быстрый сервис.
5. Осязаемость - то, как выглядят устройства, оборудование, персонал, материалы при оказании сервиса.

Для описания измерений сервиса в классической модели SERVQUAL используются 22 атрибута сервиса, которые представляют собой описание параметров сервиса, сгруппированные по измерениям (уверенность - 4 атрибута, эмпатия - 5, надёжность - 5, отзывчивость - 4, осязаемость - 4 и используемые в анкете опроса.

Для оценки используется шкала Лайкерта с семью интервалами от «Полностью не согласен» до «Полностью согласен», с помощью которой респондент должен дать две оценки: своим ожиданиям и своим восприятием оказанного сервиса для каждого атрибута сервиса. Двойная оценка является следствием того, что метод использует для оценки каждого атрибута разницу между ожиданием потребителя и его восприятием.

На основе полученных данных может быть рассчитаны обычные и взвешенные индексы сервисного превосходства и адекватности сервиса.

Метод Кано. Применение метода основано на проведении опроса, но, набор характеристик качества сервиса не предопределён, а формируется в процессе самого опроса. Разработчики метода определили, что:

- 1) нечеткие потребности клиента могут быть четко прояснены;
- 2) для некоторых потребностей клиента его удовлетворенность сервисом пропорциональна функциональности продукта;
- 3) некоторые потребности клиента не могут быть измерены с использованием двумерной плоскости в координатах «Удовлетворен - Неудовлетворен» и «Продукт с полным функционалом - Полностью нефункциональный продукт».

Капо предложил классифицировать все характеристики любого сервиса (товара, услуги) по одной из 6 категорий:

1. Привлекательная (A - attractive).
2. Обязательная (M - must be).
3. Линейная (O - one-dimensional).
4. Безразличная (I - indifferent).
5. Обратная (R - reversal).
6. Спорная (Q - questionable).

При разработке опросника определяются характеристики продукта, относительно которых компания - сервисный провайдер хочет получить информацию от клиента. По каждой из них составляется пара вопросов, которые формулируются на основе полярных точек зрения: максимальная функциональность (присутствие характеристики в полном объёме) и полная нефункциональность (полное отсутствие характеристики у продукта). Для оценки используется шкала Лайкерта с пятью интервалами от «Полностью не нравится» до «Нравится полностью», на основе которой респонденты оценивают каждую пару вопросов.

Каковы составляющие понятия «фирменный стиль сервисной организации воздушного транспорта»?

Фирменный стиль — это и средство формирования имиджа компании, а также определенный носитель информации. Фирменный стиль может состоять из сколь угодно большого количества элементов, но базовыми для каждой компании являются следующие элементы: логотип, корпоративная и персональная визитные карточки, фирменный бланк,

Фирменный стиль — это набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации ее внутреннего и внешнего оформления.

В последнее десятилетие сложилось целое направление маркетинговых коммуникаций — формирование фирменного стиля. Иногда для обозначения этого понятия используется термин «брендинг» (от англ. Brand - клеймо). Это неудивительно, ведь основная роль брендинга предпринимательской деятельности оказалась приблизительно той же, что и роль, и личного клейма ремесленника.

Основными целями формирования фирменного стиля можно назвать: идентификацию продуктов фирмы между собой и указание на их связь с фирмой; выделение продуктов фирмы из общей массы аналогичных продуктов ее конкурентов.

Что входит в систему управления качеством услуг на транспорте?

Обеспечение надлежащего качества транспортного обслуживания пассажиров (КТОП) является первоочередной задачей каждого перевозчика пассажирского транспорта. Обязательность предоставления потребителям услуг надлежащего качества установлена ГК РФ, Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 07.02.92 № 2300-1 (в редакции федерального закона от 09.01.96 № 2-ФЗ12-ФЗ, с изменениями), Федеральным законом «О техническом регулировании» от 27.12.02 № 184-ФЗ и рядом подзаконных нормативных актов Российской Федерации и ее субъектов.

В настоящее время качество транспортного обслуживания пассажиров находится на неудовлетворительном уровне. Доля перевозок пассажиров в городском сообщении с полным соблюдением требований к их качеству в среднем не превышает 25 %. Недостатки качества транспортного обслуживания пассажиров определяются не только нехваткой необходимых финансовых ресурсов. Они имеют системный характер, поскольку традиционные цели и критерии оценки эффективности, организация управления пассажирскими перевозками исходят из достижения лишь количественных конечных результатов.

Для повышения качества транспортного обслуживания пассажиров предусматривают комплекс мер, направленных на стимулирование высококачественной работы перевозчика, включая создание целевых установок на качество, настройку механизма управления качеством, адекватную структурно-функциональную организацию системы управления перевозками пассажиров, предупреждение попадания на рынок перевозок недобросовестных перевозчиков, разделение возникших монополий и государственное регулирование естественных монополий.

Тема 3.1. Психологическая культура сервиса. Психологические особенности делового общения и его специфика в сфере обслуживания.

Охарактеризуйте психологические механизмы [взаимопонимания с потребителем, наиболее эффективные в условиях совместной деятельности.](#)

Возможны различные психологические механизмы взаимопонимания партнеров в совместной деятельности в процессе предоставления услуги: идентификация, проекция, социальная перцепция, эмпатия, аттракция, стереотипизация, каузальная атрибуция, интуиция и инсайт. Идентификация (от лат. identificare — отождествлять) — способность человека—исполнителя услуги к переживанию, согласию, уподоблению с потребителем, постановке себя на его место («У раненых я не пытаю о ране, я сам становлюсь тогда раненым»).

Проекция (от лат. proejectio — выбрасывание вперед) — перенесение собственных свойств, представлений, состояний, поведения исполнителя услуги на потребителя («Мерить на свой аршин»). Этот психологический механизм малоэффективен в сфере сервиса, поскольку здесь предполагается прежде всего ориентация на доминирующие мотивы и ценности исполнителя услуги.

Социальная перцепция (от лат. perceptio — взаимопонимание) — специфика восприятия, понимания и оценки другого человека (потребителя, партнера) в зависимости от прошлого опыта, целей, намерений и т.д. С социальной перцепцией мы имеем дело, когда учитывается принадлежность к «своим» или «чужой группе», статус потребителя, первичность обращения за услугой или постоянство пользования подобными услугами и т.п. Важно иметь в виду, что прошлый опыт может быть использован исполнителем услуги лишь в ограниченных пределах, так как каждая группа потребителей имеет «лица необщее выражение». Каждый потребитель — индивидуальность со своим сочетанием интересов, потребностей, и это надо иметь в виду в первую очередь.

Эмпатия (от греч. empatheia — сопереживание) — способность постижения эмоционального состояния, переживаний другого человека. Исполнитель услуги, обладающий этой способностью, сможет разделить чувства и переживания потребителя и тем самым улучшить взаимопонимание.

Аттракция (от лат. attrahere — привлекать, притягивать) — возникновение привлекательности одного человека для другого в процессе взаимодействия. Аттракция — это результат специфического эмоционального отношения, которое порождает чувство симпатии, дружбы. Природа и истолкование этого феномена не прояснены окончательно, но если в процессе сервисного взаимодействия возникают подобные чувства, то это создает дополнительные возможности взаимопонимания и успешной совместной деятельности.

#### Какие существуют виды и средства делового общения?

Есть много классификаций видов делового общения. Но мы рассмотрим несколько наиболее важных.

1. По способу обмена информацией различают устное и письменное [деловое общение](#).

[Письменные](#) виды делового общения — это многочисленные служебные документы: деловое письмо, протокол, отчет, справка, докладная и объяснительная записка, акт, заявление, договор, устав, положение, инструкция, решение, распоряжение, указание, приказ, доверенность и др.

[Устные](#) — это переговоры, деловые беседы и т.д.

2. По содержанию [общение](#) может быть разделено на: материальное - обмен предметами и продуктами деятельности; [когнитивное](#) - обмен знаниями; мотивационное - обмен побуждениями, целями, интересами, мотивами, потребностями; деятельностное - обмен действиями, операциями, умениями, навыками.

3. По [средствам общения](#) возможно деление на такие четыре вида: непосредственное - осуществляемое с помощью естественных органов, данных живому существу: руки, голова, туловище, голосовые связки и т.д.; опосредованное - связанное с использованием специальных средств и орудий.

Формы делового общения:

1. [Деловая беседа](#) - устный контакт между собеседниками. Ее участники должны иметь полномочия для принятия и закрепления выработанных позиций. К функциям деловой беседы относятся: решение стоящих перед участниками задач, общение между работниками одной деловой среды, поддержание и развитие деловых контактов.

2. [Деловая переписка](#) - деловое письмо (служебное послание в виде официального документа, а также в форме запросов, предложений, претензий, поздравлений и ответов на них). При составлении делового письма нужно, чтобы оно было актуальным, кратким, логичным, убедительным с отсутствием излишней солидарности.

3. Деловое совещание - это дискуссия с целью разрешения организационных задач, включающая в себя сбор и анализ информации, а также принятие решений.

4. Деловые переговоры — это деловое общение с целью устранения противоречий между собеседниками и выработки общего решения.

Какие уровни взаимодействия с потребителем наиболее приемлемы в процессе предоставления услуги и почему?

Психологи выделяют 6 уровней взаимодействия людей: примитивный, манипулятивный, стандартизированный, конвенциональный, деловой, и духовный. В процессе предоставления услуги наиболее приемлемы два последних уровня, хотя на практике встречаются и сниженные варианты: конвенциональный и стандартизованный уровни. Если потребитель встречается с более низкими уровнями взаимодействия, то, как правило, возникает недовольство потребителя, межличностный конфликт.

Еще одним важным параметром взаимодействия является степень вовлеченности сотрудника сервисной организации, исполнителя услуги в процесс совместной деятельности по преодолению, разрешению проблем потребителя предоставлением услуги.

Деловой уровень — партнеры объединены делом, общей заботой, совместной деятельностью. Характерно: участие, доброжелательность, сотрудничество и взаимопомощь.

Духовный уровень — достигается в том случае, если в результате деловых взаимодействий возникает не только определенный результат совместной деятельности (решение проблемы потребителя услугой), но и чувства симпатии, доверия, теплоты, взаимопонимания.

Чем отличаются понятия «репутация» и «имидж» применительно к сервисной организации?

Так, имидж – это образ организации, а репутация – оценка или же мнение о ней. Итак, имидж организации – это ее образ, сформированный в сознании потребителей. Именно поэтому имидж является субъективным понятием. Образ формируется после каких-либо взаимоотношений с компанией, при каком-либо ее упоминании в конкретном контексте. Если же о фирме складывается положительное мнение, это поможет привлечь новых клиентов и партнеров.

Чем отличаются понятия «контроллинг» и «мониторинг» в работе сервисной организации?

Контроллинг широко известен и применяется в менеджменте. Контроллинг — современная технология менеджмента. В соответствии с контроллинг — современная концепция управления деятельностью предприятия, предполагающая координацию и интеграцию усилий различных служб и подразделений по достижению поставленных целей. Контроллинг — современный эффективный инструмент управления предприятием. Его основная цель — ориентация управления на достижение стоящих перед компанией задач. Одна из основных задач контроллинга — создание общей информационной системы управления предприятием. Контроллинг можно определить как систему проверки того, насколько успешно предприятие продвигается к своей цели.

Мониторинг (от латинского Monitor - предостерегающий) – специально организованное, систематическое наблюдение за состоянием объектов, явлений и процессов с целью их оценки, контроля или прогноза. Мониторинг вспомогательных подпроцессов направлен на оценку таких факторов процесса оказания услуги, как комфортность оказания услуги, сроки и информированность, изучение рынка товаров, работ, услуг по заключенным государственным контрактам. Результат мониторинга соотношения качественных и количественных параметров услуги и соблюдения регламента с точки зрения оценки основного процесса услугодателем сопоставляется с оценкой потребителем основного процесса, установленной в ходе мониторинга удовлетворенности процессом оказания услуги. На завершающем процессе результаты мониторинга результативности услугодателя сравниваются с результатами мониторинга эффективности, что позволяет определить, действительно ли достигнуты цели как услугодателя, так и услугополучателя.

## Тема 3.2. Нормы и правила профессионального поведения и этикета.

### Что включает в себя понятие «профессиональная этика»?

Профессиональная этика:

- Ⓢ отношения трудовых коллективов и каждого специалиста в отдельности
- Ⓢ нравственные качества личности специалиста, которые обеспечивают наилучшее выполнение профессионального долга
- Ⓢ взаимоотношения внутри профессиональных коллективов, и те специфические нравственные нормы, свойственные для данной профессии
- Ⓢ особенности профессионального воспитания

Профессиональная этика представляет собой систему моральных принципов, норм и правил поведения специалиста с учётом особенностей его профессиональной деятельности и конкретной ситуации. Профессиональная этика должна быть неотъемлемой составной частью подготовки каждого специалиста.

Содержание любой профессиональной этики складывается из общего и частного. Общие принципы профессиональной этики, базирующиеся на общечеловеческих нормах морали, предполагают:

- Ⓢ профессиональную солидарность (иногда перерождающуюся в корпоративность);
- Ⓢ особое понимание долга и чести;
- Ⓢ особую форму ответственности, обусловленную предметом и родом деятельности.

### Что такое профессиональное поведение?

Профессиональное поведение должно не только выделять работника контактной зоны среди посетителей, но и выполнять также защитную функцию, оберегая его нервную систему от чрезмерных перегрузок. Ему следует выработать линию профессионального поведения с учетом своих индивидуально-психологических особенностей. К примеру, сангвинику следует развивать у себя большую ответственность в работе, холерику - сдержанность, флегматику - активность, меланхолику - эмоциональную устойчивость.

Работник должен правильно взаимодействовать и с так называемыми трудными клиентами. При их обслуживании работник должен быть дипломатичен, не поддаваться эмоциям. К примеру, некоторые клиенты начинают отыскивать недостатки в предлагаемой услуге. В этом случае ему следует предложить другую услугу.

Не рекомендуется говорить о качестве услуги в превосходных степенях и долго рассказывать о ее преимуществах. Работнику важно внимательно выслушать запросы посетителя и только потом грамотно проинформировать его.

Не следует злоупотреблять профессиональными выражениями, поскольку для большинства клиентов они мало что значат. В разговоре с клиентом следует избегать негативных высказываний. К примеру, вместо: «Вы меня не так поняли», лучше сказать: «Я неточно выразился».

Не следует навязывать клиенту услугу. Нужно помнить, что клиент - «король положения» и он сам должен решать, что ему приобрести. Конечно, при этом допустимо отметить определенные преимущества услуги.

### Почему одним из основных требований к работнику сервисной сферы является владение основами психологических знаний?

Важно знание психологического портрета клиента, и положительный психоэмоциональный настрой персонала сервисной службы как показывает мировая и отечественная практика, в мире бизнеса не существует мелочей в вопросах привлечения и закрепления клиентов, тем более в сфере сервисной деятельности. Особую роль необходимо отвести и психологическим аспектам управления сервисной деятельностью. Вообще, важно не только привлечь клиента,

оказать ему услугу; важно так оказать эту услугу, чтобы в следующий раз клиент снова обратился именно в вашу сервисную службу, да еще по его рекомендации к вам обратились новые клиенты. Так, общение обслуживающего персонала с клиентурой характеризуется особенностями, которые отсутствуют в трудовом коллективе, в кругу семьи, и присущи только коллективам сервисной службе. Исходя из этого, для понимания поведения человека, выступающего в роли клиента, работнику сервиса не только нужно знать принципы общей психологии, но и знать и, что весьма важно, умело применять на практике психологические принципы процесса обслуживания потребителя. Поэтому так важно уделять большое внимание изучению личности клиента, личности персонала предприятия сервиса (и управлению им), их взаимоотношениям в процессе обслуживания.

Какую роль в регулировании поведения работников сервисной сферы играют кодексы профессиональной этики?

Кодекс или положение о профессиональной этике — это свод правил поведения, адаптированный к специфике профессии и особенностям производственной деятельности конкретного предприятия.

Профессионализм и отношение к труду всегда являлись главной характеристикой нравственного облика личности. Во всем мире эти характеристики специалиста всегда рассматривались как важные качественные черты моральной оценки индивида. Профессиональная этика играет большую воспитательную роль. Будучи непосредственно обращена к специалистам, она определяет цели, задачи и направленность их деятельности, формирует нравственную культуру общения в сфере трудовых отношений, помогает раскрыть креативные способности человека, повышает его социальную устойчивость в современной жизни. В то же время она требует от каждого специалиста необходимого уровня образования, творческого отношения к делу, объективной оценки своего труда, внутренней моральной убежденности. Несоблюдение этих требований наносит ущерб обществу и самой личности, которая в конечном итоге может оказаться неудачником в сфере профессиональной деятельности — одной из главных сфер своего бытия.

Какие требования предъявляются к речевому этикету работников?

Речевой этикет — разработанные правила речевого поведения, система речевых формул общения.

Владение речевым этикетом способствует приобретению авторитета, порождает доверие и уважение. Знание правил речевого этикета, их соблюдение позволяет человеку чувствовать себя уверенно и непринужденно, не испытывать неловкости из-за промахов и неправильных действий, избежать насмешек со стороны окружающих.

- ⌚ Фамильярность не уместна в деловом общении. Ко всем обращайтесь на «Вы». Можно ли называть человека только по имени — ориентируйтесь по ситуации. Не принято говорить о присутствующих в третьем лице.
- ⌚ Будьте приветливы, доброжелательны, любезны. Проявляйте внимание к партнёрам, коллегам, начальству. Помните, что в первую очередь собеседник услышит тон вашей речи. Он может быть насмешливым, резким, тревожным, безразличным, насмешливым. А лучше бы — доброжелательным и конструктивным. Избегайте повышения голоса, раздражительности и монотонности. Следите за дикцией.
- ⌚ Не разглашайте служебную информацию, результаты сделок, подробности личной жизни коллег.
- ⌚ Дослушайте собеседника до конца, не перебивайте его. Особенно, если он чем-то недоволен или раздражён. Покажите, что мнение собеседника, его опыт и соображения важны для вас. Это один из верных способов сгладить конфликт или вовсе его не допустить.
- ⌚ Не будьте многословным — берегите время своих коллег. К тому же избыточная говорливость — признак неуверенности.

- ⊙ Не исправляйте ошибки в речи того, с кем разговариваете. Не заканчивайте за него фразу, когда он не может подобрать верное слово. В обратном случае, прослывёте самодовольным невежей и поставите собеседника в неловкую ситуацию.
- ⊙ Не используйте уменьшительно-ласкательные суффиксы (ежедневничек, денежки, вторничек) — они подчёркивают вашу зависимую позицию.
- ⊙ Не допускайте бранных и жаргонных слов — развязная манера общения не приемлема в деловых кругах, она уменьшает доверие к вам. Освободитесь от вульгарных выражений. То же самое относится к словам-паразитам. «Ну», «как бы», «вот», «так сказать» — эти и им подобные выражения делают речь водянистой, малоубедительной и невольно наводят на мысль о том, что говорящий не уверен в себе.
- ⊙ Не злоупотребляйте сложной книжной лексикой, иностранными словами, непонятными терминами и упаси вас бог увлекаться канцеляритом! Ваша речь должна быть ясной. Не стоит напрягать тяжеловесными нагромождениями даже образованного собеседника. Штампы, канцеляризмы и «заумные» слова делают речь скучной и невразумительной.

Какие требования предъявляются к внешнему виду обслуживающего персонала сферы услуг?

Внешний вид персонала, его манеры и умение со вкусом одеваться, делать прически, правильно ходить или сидеть, вести беседу или слушать - все это вместе взятое имеет социальный, общественный характер и, в конечном счете, отражает его внутренний мир, уровень культуры, эстетические взгляды и вкусы. Внешний вид персонала далеко не личное дело. Он должен отвечать нормам и правилам организации:

- Прическа: волосы красиво уложены и убраны с лица (желательно наличие небольшого количества лака для волос), исключены длинные распущенные волосы. Когда волосы носят распущенными, они должны быть не длиннее нижнего края воротника блузки на спине.
- Костюм всегда отутюжен, юбка разумной длины, блузка застегнута на все пуговицы, воротник не должен стоять, длинные рукава должны быть застегнуты на запястьях, не закатаны и не подняты.
- Колготки или чулки телесного цвета.
- Туфли - закрытые, черные кожаные, каблук - 4-5 см.
- Руки ухожены, ногти средней длины, маникюр, цвет лака - нейтральный.
- Макияж неброский. Запах туалетной воды - легкий, не назойливый; ощущается на расстоянии 15-20 см.
- Ювелирные украшения неброские и в малом количестве (тонкие цепочки из металла; кольцо из металла с небольшим камнем или без такового, простого дизайна - не более 1 кольца на руке; серьги сдержанного стиля).
- Оптимальными цветами фирменной одежды признаны неяркие, однотонные, сочетающиеся в определенной степени с интерьерами общественных помещений

Тема 3.3. Стандарты и методики обслуживания авиапассажиров.

Какой позицией предложили бы вы дополнить «кодекс сотрудника сервисной организации воздушного транспорта»?

Например:

- ничто так не травмирует психику, не удручает, не ожесточает, как равнодушие, пренебрежительное отношение к человеку;
- искренне и своевременно извиниться — это не унижение, а достойное признание определенной вины; это и признак культуры;
- никогда не оставляйте без внимания претензии и возражения пассажиров;
- поощрение за позитивное поведение, «за улыбку»;
- поощрение за поддержание безопасности, недопущение «проколов»;

Сформулируйте особенности поведения потребителей, относящихся к разным группам по стилю жизни.

1-я группа. Имеют профессию, но заняты монотонным трудом. Достаточно зарабатывают, стремятся к смене содержания и характера деятельности. Имеют специальные знания, связанные с основной деятельностью. В сфере услуг требуют высокого качества за доступную цену.

2-я группа. Связаны с обучением, образованием, наукой. Стремятся расширить знания, исключительно чувствительны к новизне. Имеют невысокие заработки, поэтому часто выбирают более дешевые варианты услуг.

3-я группа. Высокий заработок, особая чувствительность к моде, ко всему необычному. Чувствительны к социальному престижу, стараются поддерживать статус (степень уважения со стороны общества).

4-я группа. Ищут специализированные товары и услуги, которые учитывают их потребности.

Различают 6 основных групп в зависимости от стиля жизни.

1. Базисная группа (люди с низкими доходами, низким статусом).
2. Примерные граждане (средний класс, конформны, базируются на сложившихся стереотипах поведения).
3. «Молодые волки» (война за статус, за финансовое благополучие).
4. Победители (люди с большими доходами).
5. Интроверты (увлеченные люди, занятые делом, и замкнутые на себе).
6. «Мудрые» (сочетают высокий статус с большой уверенностью в себе).

Определите, к какому типу потребителей вы отнесете себя?

Потребителей можно различать и по личностным особенностям:

- по эмоциональной чувствительности - необщительные, застенчивые, добродушные;
- по волевым качествам - решительные, нерешительные;
- по активности поведения - деятельные, неинициативные;
- по скорости принятия решений - медлительные, торопливые, быстро ориентирующиеся;
- по самостоятельности - доверчивые, недоверчивые.

Техника ответа на критическое замечание и недовольство пассажира/клиента

Пауза: определение способа работы с недовольством. Это момент, когда вы решаете, как вести себя дальше. Большинство людей делают это на бессознательном уровне.

Дать клиенту возможность выговориться. Иногда необходимо дать клиенту возможность полностью высказаться, чтобы недовольство «рассосалось». Так, например, повторяя последнее слово клиента, вы способствуете его стараниям конкретизировать свое недовольство. Например, в ответ на типичное недовольство клиента: «Ваша цена на авиабилет слишком высокая», - можно переспросить: «Высокая?». После этого надо выдержать паузу и позволить клиенту высказаться.

Психологическое присоединение к недовольству. Вы даете знать клиенту, что его недовольство разумно и имеет право на существование. Этого можно достигнуть посредством согласительного высказывания: «Вы правы, что привлекаете мое внимание к этому вопросу».

Уточняющие вопросы или конкретный ответ. Вы задаете ряд вопросов, которые позволяют уточнить суть недовольства.

Призыв к действию. Ответив на недовольство, мягко призываете заключить сделку (например, купить авиабилет или перестать курить в самолете).

Какие методы можно применять до работы в сфере обслуживания пассажирских перевозок, для настроя?

Прием «Профессиональная маска». Данный прием позволяет снизить уровень негативно-го воздействия со стороны негативно настроенных пассажиров и выработать адекватный способ реагирования на происходящие события во время рабочего дня.

Перед началом работы (например, когда вы входите в офис или надеваете униформу) вам необходимо мысленно представить, что вы надеваете на лицо невидимую маску – «маску профессионала».

Но перед тем, как надеть маску, подумайте: что в вашем понимании профессионал на рабочем месте? Как он ведет себя, какие у него качества? Как он держится при общении с клиентами компании? А теперь мысленно представьте, что, когда вы надеваете эту маску, все приведенные выше качества становятся вашим достоянием. С этого момента вы уже не жена/муж, не дочь/сын, вы – профессионал. И чтобы не случилось на работе (особенно неприятное), вы будете принимать уже не на свой счёт. Ваша маска будет помогать вам отражать негативные события и ваше «эго» останется неуязвленным.

Прием «Самонастройка на работу». Особое внимание следует уделить самонастройке до начала работы. Вспомните, что вы делаете, перед работой? О чем думаете по пути на работу. Большую пользу в этот период времени принесет самонастройка на рабочий день. Создайте свою собственную аффирмацию, которая поможет вам настроиться на позитивный лад в работе. Например, сегодня у меня хорошее, оптимистичное настроение. Моя работа приносит мне истинное удовольствие. Мне нравится ..... (перечислите, что вам нравится делать во время рабочего дня). Я полон энергии для выполнения моей работы и общения с пассажирами. Мои коллеги (перечислите, как вы хотите, чтобы вели себя коллеги по отношению к вам). Мой руководитель..... (перечислите, как вы хотите, чтобы вел себя руководитель по отношению к вам). Пассажиры также настроены доброжелательно и позитивно... ..... (перечислите, как вы хотите, чтобы вели себя пассажиры). И даже, если мне придется столкнуться с проблемами, то они разрешаться легко и спокойно, и это придаст мне ещё больше уверенности и профессионализма.

Как определить, что вам встречается пассажир, проявляющий признаки боязни летать, как с ним работать?

Вы должны постараться снять его эмоциональное напряжение. Особенно внимательно к этим признакам надо относиться в периоды после случившихся авиакатастроф

К признакам боязни летать относятся:

вербальные сигналы (вопросы, связанные с надежностью самолета, профессионализмом команды, с причинами последних авиакатастроф и т.д);

невербальные сигналы (напряженность, скованность в движениях, агрессивный или же запуганный взгляд, сжатые в кулак руки, хаотичные нервные движения, покусывание губ и т.д).

Общаясь с клиентом, обращайтесь внимание на то, что для него значимо и пытайтесь удовлетворить его потребности.

Опишите работу с потребностями пассажиров.

В общении с пассажирами важно выявить актуальные потребности каждого собеседника. Недопонимание на данном этапе общения может спровоцировать конфликты, критику и недовольство клиентов компании.

Ж. Кролар выделил 6 эмоциональных точек, умело воздействуя на которые можно повлиять на поведение покупателей.

1. *Тревожность*. Если вы чувствуете, что клиент испытывает беспокойство или боязнь, то в общении с ним на первое место вам стоит выдвигать гарантию, репутацию, надежность, рекомендации.

2. *Алчность*. Если чувствуете, что клиент стремится к экономии, то можете сыграть на этом.

3. *Новизна*. Есть клиенты, для которых новизна едва ли не самый важный критерий

покупки. Предлагайте им всё, что есть нового в вашей услуге, например, новые виды сервиса.

4. *Комфорт*. В случае продажи он означает те удобства, которые приобретаются вместе с покупкой продукта. К такому типу аргумента наиболее восприимчивы люди с высоким статусом.

5. *Гордость*. Если мы хотим сыграть на чувстве гордости, то стоит подчеркнуть уникальность и престижность предлагаемой услуги.

6. *Привязанность*. Приверженность определенному стилю, компании, марке.

Ведущие потребности можно услышать, если внимательно следить за тем, что человек говорит, какие слова использует в речи и на чем акцентирует свое и ваше внимание

### Тема 3.4. Конфликты и стрессы в процессе профессиональной деятельности.

Каковы наиболее типичные причины возникновения нестандартных ситуаций в сервисной сфере?

- 1) упущения в технологии, несоблюдение сроков или других договорных условий;
- 2) необеспеченность услуг ресурсами;
- 3) низкий уровень трудовой и исполнительской дисциплины работников;
- 4) конфликтность потребителей и сотрудников;
- 5) недобросовестная реклама.

Перечислите основные виды конфликтов.

По направленности выделяют односторонний (претензии к работнику предъявляет клиент либо наоборот) и двусторонний (претензии одновременно предъявляют друг другу работник и клиент) конфликты.

По содержанию конфликты бывают:

- истинные, при которых имеет место взаимное ущемление интересов сторон. К примеру, покупатель (заказчик) обиделся на грубость продавца (приемщика) и делает об этом запись в Книгу жалоб;

- происходящие при взаимной ошибке, по недоразумению; такие ситуации нередко встречаются при денежных расчетах.

Какие существуют правила и стратегии поведения в конфликте?

В конфликтологии, как науке о конфликтах, выделяют следующие стратегии поведения:

- ⌚ Приспособление. Разрешение конфликтной ситуации «в ущерб себе» под реальным или вымышленным давлением второй стороны. ...
- ⌚ Уход. Полное игнорирование или избегание противодействия. ...
- ⌚ Соперничество. ...
- ⌚ Компромисс. ...
- ⌚ Сотрудничество

Каковы структурные элементы конфликта как социально-психологического явления?

Основными структурными компонентами любого конфликта являются: Участники конфликта - индивидуумы, социальные группы, организации, институты, чьи интересы сталкиваются в конфликте.

Какие типы конфликтных личностей чаще всего встречаются среди потребителей услуг воздушного транспорта?

Существуют типы людей с неординарным поведением – трудные клиенты. Выделяется три основных типа людей, которым присуще неординарное поведение, неизменно доводящее нас до безумия:

- } раздражительные люди
- } угрюмые люди
- } эмоциональные шантажисты

В чем сущность рационально-интуитивного разрешения конфликтов?

Решение задачи распознавания конфликта и осуществление контроля над ним наиболее эффективно при условии использования рационально-интуитивного метода, предложенного доктором философии Дж. Скотт. Суть этого метода состоит в том, что с самого начала возникновения конфликта требуется вовлечение в его анализ сознания (рационального компонента) и интуиции, поскольку в конфликтной ситуации наблюдается чрезвычайно высокая модальность эмоций, являющаяся деструктивным компонентом межличностного поведения. Базисная рационально-интуитивная модель предполагает одним из первых шагов разрешения конфликта подавление рождаемых им отрицательных эмоций (недоверия, враждебности, страха, раздражения, ревности, чувства вины и др.) у обеих конфликтующих сторон. Во-вторых, использование разума и интуиции для того, чтобы сформулировать возможные решения, приемлемые для всех заинтересованных сторон. В ситуации, когда реалистический подход к решению проблемы или подавлению эмоций отсутствует, следует принять решение «ухода», используя рационально-интуитивный метод. Уход, осуществленный разумным образом, сможет стать эффективным вариантом выбора и решением проблемы.

Какие стратегии поведения наиболее приемлемы для работника сферы сервиса в конфликтной ситуации?

Приспособление – это такой способ поведения участника конфликта, при котором он готов поступиться своими интересами и уступить другому человеку ради того, чтобы избежать противостояния. Такую позицию могут занимать люди с низкой самооценкой, которые считают, что их цели и интересы не должны приниматься во внимание. Плюсы и минусы данной стратегии: если предмет спора не так уж важен, а важнее сохранить хорошие взаимоотношения с другим человеком, то уступить, дать ему таким образом самоутвердиться может быть наиболее подходящим вариантом поведения. Но если конфликт касается важных вопросов, которые затрагивают чувства участников спора, то такую стратегию нельзя назвать продуктивной. Её результатом будут отрицательные эмоции уступившей стороны (злость, обида, разочарование и др.), а в долгосрочной перспективе потеря доверия, уважения и взаимопонимания между участниками.

Сотрудничество. При выборе этой стратегии участник стремится разрешить конфликт таким образом, чтобы в выигрыше оказались все. Он не просто учитывает позицию другого участника, но и стремится добиться, чтобы другая сторона тоже была бы удовлетворена.

Какова последовательность действий сотрудника при применении стратегии сотрудничества в конфликтной ситуации?

Этой стратегии поведения в конфликте можно условно дать название птицы, которой люди издавна приписывали такие качества, как мудрость и здравый смысл. «Сова» открыто признает конфликт, предьявляет свои интересы, выражает свою позицию и предлагает пути выхода из конфликта. От противника ожидает ответного сотрудничества. Основной принцип данной стратегии: «Давайте оставим взаимные обиды, я предпочитаю... А Вы?». Стратегия сотрудничества направлена на конструктивное разрешение конфликта, то есть на работу с проблемой, а не с конфликтом. «Сова» не принимает тактики избегания, так как уважает партнера, она не эксплуатирует слабости «Черпахи» и «Плюшевого медвежонка», потому что стремится к диалогу в решении проблемы. По отношению к «Акуле» она тоже ведет себя честно, противопоставляет ей мирные средства и здравый смысл. «Сове» свойственна установка на прекращение конфликта ввиду его эскалации, в случае необходимости она склонна к переговорному процессу, где всегда имеет веер предложений-альтернатив. При использовании стратегии сотрудничества участники конфликта становятся равными партнерами, а не противниками, которые интересны друг другу

как люди со своими индивидуальностями. Их всегда интересуют не только противоречивые потребности друг друга, но и их мотивация. Они стремятся к искренности в отношениях и максимальному доверию. Партнеры признают свой конфликт, подчеркивая общую основу для взаимодействия, которой может стать даже одно желание вместе найти выход из создавшейся ситуации. Они не занимаются взаимной перепалкой и обвинениями – в интересах дела эмоции отбрасываются. В ходе поиска совместных решений партнеры могут интересоваться историей возникновения конфликта, но это не является самоцелью. Они трезво оценивают свои возможности и поэтому склонны к посредничеству, а в случае необходимости – к переговорному процессу.

Тактические действия «Совы»:

- собирает информацию о конфликте, о сути проблемы, о противнике;
- ведет подсчет своих ресурсов и ресурсов противника для выработки альтернативных предложений;
- обсуждает конфликт открыто, не боится разногласий, старается опредметить конфликт;
- если противник предлагает что-то здоровое, разумное, то это принимается.

Качества личности:

- в любом конфликте направлен на решение проблемы, а не на обвинение личности;
- положительно относится к новациям, переменам;
- умеет критиковать, не оскорбляя личности, как говорят, «по делу», опираясь на факты;
- использует свои способности для достижения влияния на людей.

Как работать с типом пассажиров «Эмоциональный шантажист» при обслуживании рейсов?

Эмоциональный шантажист. Мало что способно вызвать такой сильный стресс, как эмоциональный шантажист. «Прошу вас, сделайте ..... (то или иное дело) за меня, или я погиб!», «Не могли бы вы поговорить с N за меня. Перспектива сделать это самому приводит меня в ужас». Человек просит вас об одолжении, потому что сам делать ничего не хочет, но вместо того, чтобы честно в этом признаться, он спекулирует на ваших чувствах. Вы начинаете ощущать себя негодяем, если отказываете в просьбе. Этот прием манипулирования, использующий ваше чувство вины. Не поддавайтесь.

- } Если вас просят что-то сделать, причем вы тут же начинаете испытывать вину за возможный отказ, знайте, перед вами эмоциональный шантажист. Не дайте ему возможность закабалить вас. Убедите себя, что это не честно по отношению к вам и у вас есть право отказаться выполнять эту просьбу.
- } Просто откажитесь. Скажите: «Сожалею, этого я сделать не могу», «Сожалею...не могу». Не позволяйте ему внушить вам чувство вины. Это он поступает с вами нечестно, а не вы.

### **Критерии оценки устного опроса**

Оценка «5» ставится, если обучающийся полностью освоил учебный материал, умеет изложить его своими словами, самостоятельно подтверждает ответ конкретными примерами, правильно и обстоятельно отвечает на дополнительные вопросы преподавателя; студент полностью владеет материалом, умеет привести примеры по теме;

Оценка «4» ставится, если обучающийся в основном усвоил учебный материал, допускаются незначительные ошибки при его изложении своими словами, конкретными примерами, студент дает правильный ответ на дополнительные вопросы преподавателя; студент владеет материалом, но не может привести примеры по теме;

Оценка «3» ставится, если обучающийся не усвоил существенную часть учебного материала, допускает значительные ошибки при его изложении своими словами, затрудняется подтвердить ответ конкретными примерами, слабо отвечает на дополнительные вопросы; студент владеет материалом не полностью, не может привести примеры по теме,

Оценка «2» ставится, если обучающийся почти не усвоил учебный материал, не может подтвердить ответ конкретными примерами, не отвечает на большую часть дополнительных вопросов преподавателя; студент не владеет материалом, не может привести примеры по теме.

### **Критерии оценивания дискуссии**

Оценка «5» (отлично) ставится, если: учащийся полно усвоил учебный материал; проявляет навыки анализа, обобщения, критического осмысления, публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации; материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; высказывать свою точку зрения; продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков. Могут быть допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов.

Оценка «4» (хорошо) ставится, если: ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков: в усвоении учебного материала допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание ответа; допущены один – два недочета в формировании навыков публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.

Оценка «3» (удовлетворительно) ставится, если: неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов; при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, учащийся не может применить теорию в новой ситуации.

Оценка «2» (неудовлетворительно) ставится, если: не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; не сформированы компетенции, умения и навыки публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.

## Практические занятия

### Практическая работа «Решение нестандартных ситуаций в профессиональной деятельности».

#### Цель:

- 1) научиться применять на практике основные методы индивидуального обслуживания;
- 2) научиться подбирать нужный метод обслуживания с разными категориями пассажиров авиатранспорта;
- 3) научиться использовать различные средства делового общения;
- 4) научиться анализировать ситуации с позиций участвующих в них индивидов;

#### Ход работы: решение ситуационных задач 1-2.

1. Гражданка К. приехала отдыхать на курорт, где внезапно заболела. С высокой температурой гражданка, имея на руках страховой медицинский полис, обратилась в медицинское учреждение, в котором ей отказали в бесплатной медицинской помощи.

#### **Вопрос:**

1. Каким законодательным документом определено право на получение бесплатной медицинской помощи гражданам РФ?
2. Какие документы необходимо иметь на руках, кроме страхового медицинского полиса, для получения бесплатной медицинской помощи не в месте проживания?
3. В какую организацию необходимо было обратиться для защиты прав застрахованных?
4. Между какими участниками обязательного медицинского страхования должны быть произведены взаиморасчеты за медицинскую помощь, оказанную иногородним?
5. Ответ подтвердите текстом из нормативно-правового документа

#### **Ответ:**

1. Право гражданина РФ на получение бесплатной медицинской помощи определено Федеральным Законом №326-ФЗ, ст. 16 (получение помощи на всей территории РФ в объеме, установленном базовой программой ОМС, при наступлении страхового случая).
2. Документ, удостоверяющий личность.
3. Интересы граждан защищают Территориальный фонд ОМС по месту оказания медицинской помощи и Территориальный фонд ОМС, в котором выдан полис.
4. Территориальный фонд ОМС по месту оказания медицинской помощи осуществляет расчеты на медицинскую помощь, оказанную лицам за пределами территории субъекта РФ, в котором выдан полис, в объеме, установленном базовой программой, не позднее 25 дней с даты представления счета медицинской организацией с учетом результатов контроля.
2. В ожидании самолета пожилая пассажирка почувствовала себя плохо и обратилась в медпункт аэропорта с просьбой облегчить боли и устроить ее так, чтобы она могла где-нибудь полежать. Врач медпункта, не осмотрев больную, ответила: «Устраивать на ночлег всех, кто жалуется на боли, - не дело врачей». Больная была вынуждена вернуться и кое-как устроиться на своих чемоданах в окружении

пассажиров. Ее случайно увидела пассажирка - врач Ш., которая осмотрела больную и, придя в медпункт, просила оказать больной помощь. Дежурный врач и медицинская сестра заявили, что делать этого не обязаны. Вернувшись к больной, Ш. пыталась сама довести ее до медицинского пункта, но больная не смогла встать - каждое движение вызывало у нее приступ за грудиной боли и рвоту. Картина инфаркта миокарда была налицо. На повторную просьбу немедленно вызвать скорую помощь работники медпункта пригрозили отправить Ш. в милицию, если она еще будет «нарушать ритм их работы». Врач Ш. позвонила в городскую скорую помощь, но вызов у нее не приняли (выезжают только по вызову медпункта аэропорта). И только когда больная умерла, медицинские работники вышли из своего кабинета и констатировали смерть.

### **Вопросы:**

1. Кто является субъектом преступления? Является ли субъектом преступления врач Ш.?
2. К какому виду ответственности будут привлечены медицинские работники медпункта аэропорта и скорой помощи?
3. Какой формой вины характеризуется субъективная сторона описанного преступления?
4. Ответ подтвердите текстом из нормативно-правового документа

### **Ответ:**

1. Субъектом преступления являются медицинские работники медпункта аэропорта и скорой помощи. Врач Ш. субъектом преступления не является.
2. К уголовной ответственности по ч. 2 ст. 124 УК РФ «Неоказание помощи больному».
3. Небрежность - если лицо не предвидело возможности наступления общественно опасных последствий своих действий (бездействия), хотя при необходимой внимательности и предусмотрительности должно было и могло предвидеть эти последствия.

## Практическое занятие «Применение методов индивидуального обслуживания в работе авиадиспетчера».

### Цель:

- } научиться применять на практике основные методы индивидуального обслуживания;
- } научиться подбирать нужный метод обслуживания с разными категориями пассажиров авиатранспорта;
- } научиться использовать различные средства делового общения;
- } научиться анализировать ситуации с позиций участвующих в них индивидов;

### Ход работы:

- 1) Решение ситуационных задач по теме с последующим обсуждением
- 2) Моделирование собственных ситуаций с решениями (в парах)

Ситуация 1: На регистрации бизнес класса рейса в Париж, к вам подошел представительный мужчина, который говорил по телефону. Вы стали свидетелем такого телефонного разговора: «Как только меня и мой багаж зарегистрируют на рейс, и я буду убежден, что все сделано корректно, и без каких-либо эмоциональных и материальных потерь, как это обычно бывало в этом аэропорту... я перезвоню вам, Сэр из бизнеса зала! Я планировал там организовать онлайн конференцию...если конечно же я не заблужусь в терминале, как в аэропорту майями.»

**Какой из методов индивидуального обслуживания следует применить специалисту по сервису в данной ситуации?**

Ситуация 2: Вылетающий пассажир Полякова Анна подошла на стойку регистрации с мужем. Пассажир начинает при вас рассказывать своему попутчику о том, как ей было не удобно лететь в последний раз. А именно, было мало места, кормили плохо и она не могла заснуть из-за неудобного места.

**Какой из методов индивидуального обслуживания следует применить специалисту по сервису?**

Ситуация 3: В аэропорту вы регистрируете на рейс в Севастополь пассажира с маленьким ребенком. Пассажир подошел к вам с претензией о том, что очереди ужасно длинные и работники медлительные! Они провели в очереди уже час, хотя приехали за 4 часа до вылета! По словам пассажира, к ним не подошел сотрудник и не пригласил пройти без очереди и это – безобразие, так как они хотели еще посетить детскую комнату, а теперь не знают успеют ли...

**Какой из методов индивидуального обслуживания следует применить специалисту по сервису в данной ситуации?**

1. Моделирование собственных ситуаций с решениями (в парах).

*Ответы:*

*1. Метод логического анализа; 2. Метод интроспекции; 3. Метод эмпатии.*

## Практическое занятие «Оформление договора на оказание сервисных услуг».

### Цель работы:

- 1) научиться оформлять документ на оказание сервисных услуг;
- 2) научиться применять правила составления договора на услуги;
- 3) научиться соблюдать нормы и правила работы в команде;
- 4) научиться работать в группе, коллективе, применять методы взаимодействия;

### Ход работы:

1. Выполнение задания в парах: составьте договор по оказанию услуг для этого разделитесь на пары, смоделируйте ситуацию **исполнителя** (организация/ИП) и **заказчика** (Организация/ИП) услуги (выбрать услуги предоставляемые в аэропорту (специальное обслуживания), либо услуги для авиакомпании). Составьте **совместно** договор оказания услуг, **по шаблону** в соответствие с изученными пунктами

### Шаблон договора на оказание услуг

#### ДОГОВОР ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

г. \_\_\_\_\_ " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_ ,

(наименование организации или ФИО)

именуемое в дальнейшем "**Заказчик**", и \_\_\_\_\_ ,

(наименование предприятия или ФИО)

(устава, положения, доверенности)

именуемое в дальнейшем "**Исполнитель**", заключили настоящий договор о нижеследующем.

#### 1. Предмет договора

- 1.1. По договору возмездного оказания услуг Исполнитель обязуется оказать Заказчику услуги, указанные в п. 1.2 настоящего договора, а Заказчик обязуется оплатить заказанные услуги.
- 1.2. Исполнитель обязуется оказать следующие услуги:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

именуемые в дальнейшем "Услуги"

- 1.3. Срок выполнения работ с " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. до " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. Исполнитель имеет право выполнить работы досрочно
- 1.4. Услуги считаются оказанными после подписания акта приема-сдачи Услуг Заказчиком или его уполномоченным представителем.

#### 2. Права и обязанности сторон

## 2.1. Исполнитель обязуется:

2.1.1. \_\_\_\_\_

2.1.2. \_\_\_\_\_

2.1.3. \_\_\_\_\_.

2.1.4. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## 2.2. Заказчик обязан:

2.2.1. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## 2.3. Заказчик имеет право:

2.3.1.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_

## 3. Цена договора и порядок расчетов

3.1. Цена настоящего договора состоит из вознаграждения Исполнителю в размере \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) руб. И суммы издержек Исполнителя в размере \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) руб.

3.2. Цена настоящего договора составляет: \_\_\_\_\_ руб.

3.3. Уплата Заказчиком Исполнителю цены договора осуществляется путем перечисления средств на расчетный счет Исполнителя, указанный в настоящем договоре.

## 4. Ответственность сторон

4.1. За нарушение срока оказания Услуг, указанного в п. 1.3 настоящего договора, Исполнитель уплачивает Заказчику штраф в размере \_\_\_\_% от суммы договора и пени из расчета \_\_\_\_% от суммы договора за каждый день просрочки.

4.2. Меры ответственности сторон, не предусмотренные в настоящем договоре, применяются в соответствии с нормами гражданского законодательства, действующего на территории России.

4.3. Уплата неустойки не освобождает Исполнителя от выполнения лежащих на нем обязательств или устранения нарушений.

## 5. Порядок разрешения споров

5.1. Споры и разногласия, которые могут возникнуть при исполнении настоящего договора, будут по возможности разрешаться путем

\_\_\_\_\_ 5.2. В случае  
невозможности разрешения споров путем

\_\_\_\_\_, после реализации предусмотренной законодательством процедуры досудебного урегулирования разногласий передают их на рассмотрение в суд.

### 6. Заключительные положения

6.1. Любые изменения и дополнения к настоящему договору действительны лишь при условии,

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

6.2. Настоящий договор составлен в двух экземплярах на русском языке. Оба экземпляра идентичны и имеют одинаковую силу. У каждой из сторон находится один экземпляр настоящего договора.

6.3 Настоящий договор содержит следующие приложения необходимые для :

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### Адреса, реквизиты и подписи сторон.

**Заказчик:**

**Исполнитель:**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

м.п.

м.п.

**пример выполнения**

### ДОГОВОР

об оказании услуг по бронированию и продаже проездных документов № \_\_\_\_\_

г. Иркутск

года

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2021

**Общество с ограниченной ответственностью «Скай Сервис»**, именуемое в дальнейшем «**Исполнитель**», в лице директора Кирсановой Анастасии Николаевны, действующей на основании Устава, с одной стороны, и **Ивановым Иваном Ивановичем**, именуемое в дальнейшем «**Заказчик**» действующего на основании положения по продаже проездных документов с другой стороны, именуемые в дальнейшем совместно и каждый в отдельности «**Стороны**» и «**Сторона**» соответственно, заключили настоящий Договор о нижеследующем:

## **1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА**

**1.1. Исполнитель**, являющийся агентом перевозчиков по продаже пассажирских авиа и железнодорожных перевозок, действующий от имени, за счет и по поручению перевозчиков, оказывает услуги **Заказчику** по бронированию, продаже авиабилетов на регулярные российские и международные пассажирские перевозки, оформлению маршрутных квитанций на резервирование железнодорожных проездных документов на российские пассажирские железнодорожные перевозки и пассажирские железнодорожные перевозки в пределах стран СНГ (далее - проездные документы) в соответствии с установленными перевозчиком правилами, тарифами, инструкциями и условиями настоящего Договора.

**1.2.** Отношения между сторонами Договора регулируются действующим законодательством Российской Федерации, Гражданским кодексом Российской Федерации, Воздушным кодексом Российской Федерации, нормативными правовыми актами Министерства Транспорта Российской Федерации, ведомственными нормативными документами, правилами перевозчиков, настоящим Договором

## **2. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН**

### **2.1. Заказчик обязуется:**

**2.1.1.** Предоставлять **Исполнителю** заявку на бронирование и продажу проездных документов (Приложение №1 к настоящему Договору) в письменной форме, в том числе по факсу +7 3952 26 62 14, +7 914 989 14 14 либо на e-mail: [ticket@skyservice.aero](mailto:ticket@skyservice.aero), с подтверждением отправления и получения.

**2.1.2.** Предоставлять **Исполнителю** все документы, сведения и информацию, необходимые для оформления проездных документов согласно заявке **Заказчика** и исполнения условий настоящего Договора.

**2.1.3.** Принять и оплатить услуги, оказанные **Исполнителем** по настоящему Договору, а также стоимость оформленных проездных документов.

**2.1.4.** Возмещать **Исполнителю** и/или перевозчику все убытки, связанные с нарушением иммиграционных правил страны въезда/выезда/транзита и/или депортации пассажиров, предоставления неверных данных или документов пассажиров.

### **2.2. Исполнитель обязуется:**

**2.2.1.** Оформить надлежащим образом проездные документы и осуществить их передачу **Заказчику** в соответствии с заявками **Заказчика**.

**2.2.2.** По требованию **Заказчика** предоставлять необходимую информацию о существующих маршрутах, тарифах и наличии мест.

**2.2.3.** Немедленно извещать **Заказчика** об обстоятельствах, препятствующих выполнению заказа или замедляющих его выполнение.

**2.2.4.** Информировать **Заказчика** о действующих скидках и специальных предложениях.

## **3. ПОРЯДОК ОКАЗАНИЯ УСЛУГ И РАСЧЕТОВ**

**3.1. Исполнитель** приступает к оказанию услуг с момента получения от **Заказчика** заявки, оформленной и направленной **Исполнителю** в соответствии с условиями настоящего Договора и Приложения №1. При поступлении заявки **Заказчика** на бронирование и продажу проездных документов **Исполнитель** при наличии возможности и в случае, если это предусмотрено правилами и тарифами пе-

ревозчика, осуществляет предварительное бронирование мест на рейсе в соответствии с заявкой **Заказчика**.

В случае невозможности осуществить предварительное бронирование места на рейсе по заявке **Заказчика**, **Исполнитель** незамедлительно сообщает об этом **Заказчику** посредством электронной или телефонной связи.

**3.2.** Стоимость услуг по бронированию и продаже проездных документов, оказываемых **Исполнителем**, оплачивается **Заказчиком** в соответствии с Приложением №2, являющимся неотъемлемой частью настоящего Договора.

**3.3. Исполнитель** вправе изменять перечень и стоимость предоставляемых услуг с обязательным письменным уведомлением **Заказчика** не менее, чем за 30 дней до предполагаемой даты вступления в силу изменений.

**3.4. Заказчик** оплачивает проездные документы, оформленные **Исполнителем**, в соответствии с установленными перевозчиками тарифами и сборами, действующими на дату оформления проездных документов в Автоматизированной системе бронирования.

**3.5.** Оплата услуг **Исполнителя**, а также оплата фактической стоимости пассажирских авиа и железнодорожных перевозок размер которых, устанавливается перевозчиком производится путем перевода денежных средств **Заказчиком** по платежным реквизитам **Исполнителя** либо путем внесения наличных средств в кассу **Исполнителя** не позднее, чем в течение 1 (одного) банковского дня после выставления счета по заявке. В случае нарушения сроков расчета по настоящему договору **Заказчик** перечисляет **Исполнителю** штрафную неустойку в размере 0,2 % от общей суммы услуг оказанных **Заказчику** и стоимости пассажирских авиа и железнодорожных перевозок за каждый день задержки. Документом, подтверждающим факт оказания **Исполнителем** услуг согласно настоящего договора, является акт об оказании услуг, который оформляется на сумму агентского вознаграждения (бронирование, оформление, обмен, возврат пассажирских авиаперевозок), по авиабилетам (стоимости авиаперевозки) предоставляются реестры проданных авиаперевозок и сами авиабилеты (БСО). Акт, в двух экземплярах направляется **Исполнителем** в адрес **Заказчика**. **Заказчик** обязуется акт подписать, скрепить печатью, а затем один экземпляр акта в срок не позднее 3 (трех) дней с момента его получения направить обратно в адрес **Исполнителя**, либо направить в адрес **Исполнителя** мотивированный отказ от приемки оказанных услуг. В противном случае оказанные **Исполнителем** услуги будут считаться принятыми **Заказчиком** в полном объеме без замечаний и в срок.

**3.6.** По окончании каждого месяца Стороны в течение 10 (десяти) дней производят сверку расчетов с оформлением соответствующего акта сверки.

**3.7.** В случае не поступления оплаты проездных документов и услуг со стороны **Заказчика** в предусмотренные п.3.6. Договора сроки, **Исполнитель** для предотвращения причинения ущерба и в целях соблюдения установленных правил перевозчика вправе в одностороннем порядке не исполнять (аннулировать) непоплаченную часть заявки **Заказчика**, в том числе аннулировать бронирование мест на рейс, при этом **Исполнитель** обязательно оповещает **Заказчика** об этом посредством электронной связи по адресам: \_\_\_\_\_ и факсовой связи по телефону: \_\_\_\_\_ (или по иным номерам телефонов, указанным в заявке в качестве контактных).

#### 4. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

**4.1.** Стороны несут ответственность за неисполнение и/или ненадлежащее исполнения условий настоящего Договора в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

**4.2.** Ответственность за правильность оформления проездных документов несет **Исполнитель**, в случае возникновения ошибок по вине **Исполнителя**, последний производит исправления за свой счет, а также возмещает расходы **Заказчика** и/или пассажиров, возникшие в связи с неправильным оформлением проездных документов.

Под пассажирами, дополнительно к понятию, установленному законодательством Российской Федерации, в рамках настоящего Договора следует понимать сотрудников **Заказчика** или других лиц, для которых **Заказчик** бронирует и приобретает проездные документы.

**4.3.** Ответственность за наличие и правильное оформление документов, в том числе за достоверность предоставляемой информации, несет **Заказчик**. **Исполнитель** не несет ответственности в случае

невозможности воспользоваться пассажиром **Заказчика** перевозкой вследствие отсутствия у последних надлежащих документов либо виз.

**4.4. Заказчик** вправе в любое время до предоставления **Исполнителем** заказанной услуги отказаться от заявки полностью или частично, возместив ущерб **Исполнителю** в соответствии с правилами перевозчиков, на рейсы которых были оформлены проездные документы и/или забронированы места. Отказ **Заказчика** производится в письменной форме посредством направления отказа факсимильным или электронным сообщением, с последующим предоставлением оригинала соответствующего уведомления **Исполнителю**; момент отказа **Заказчика** определяется моментом направления факсимильной либо электронной копии соответствующего уведомления **Исполнителю**.

**4.5.** В случае отказа **Заказчика** от поданной заявки полностью или частично после того, как **Исполнителем** были оформлены проездные документы, **Заказчик** полностью возмещает **Исполнителю** возникший при этом реальный ущерб, который определяется в соответствии с правилами перевозчика, на рейсы которого были оформлены проездные документы, а также оплачивает услуги **Исполнителя** по оформлению операции возврата каждого проездного документа в размере, установленном Приложением №2 к настоящему Договору.

**4.6.** Не является отказом **Исполнителя** от исполнения настоящего Договора невозможность исполнения заявки **Заказчика** по причине отсутствия свободных мест на маршрутах (рейсах) перевозчиков. Данное обстоятельство будет расцениваться Сторонами как невозможность исполнения заявки **Заказчика** по обстоятельствам, за которые не отвечает ни одна из Сторон.

**4.7.** Стороны освобождаются от ответственности в случае наступления обстоятельств непреодолимой силы, которые они не могли предвидеть или предотвратить. Сторона, для которой создалась невозможность исполнения ее обязательств, должна уведомить другую Сторону в письменном виде в пятитдневный срок с момента наступления указанных обстоятельств; неисполнение данной обязанности лишает права сторону ссылаться на наступление обстоятельств непреодолимой силы.

## 5. СРОК ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА

**5.1.** Договор вступает в силу с момента его подписания Сторонами и действует до «31» декабря 202\_года.

**5.2.** Договор может быть расторгнут в одностороннем порядке любой из Сторон с письменным уведомлением другой Стороны за 15 (пятнадцать дней) до предполагаемой даты расторжения.

**5.3.** Договор считается пролонгированным на каждый последующий календарный год, если до окончания срока действия Договора Стороны не уведомляют друг друга о намерении прекратить действие настоящего Договора.

## 6. ПРОЧИЕ УСЛОВИЯ

**6.1.** При изменении наименования, местонахождения, банковских реквизитов или реорганизации одной из Сторон, она обязана письменно в двухнедельный срок сообщить другим Сторонам о произошедших изменениях, кроме случаев, когда изменение наименования и реорганизация происходят в соответствии с актами Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации.

**6.2.** Все изменения и дополнения к настоящему договору оформляются в виде дополнительных соглашений к договору, подписанных Сторонами, за исключением случаев предусмотренных настоящим договором.

**6.3.** При досрочном расторжении договора, обязательства Сторон, возникшие до момента расторжения договора не считаются погашенными и подлежат исполнению в полном объеме и в надлежащем виде.

**6.4.** Все споры и разногласия, возникающие из настоящего Договора и в связи с ним, разрешаются путем переговоров Сторон, а в случае не достижения согласия – в Арбитражном суде Иркутской области.

**6.5.** Настоящий Договор составлен в двух экземплярах на русском языке, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному для каждой из Сторон.

Приложения:

Приложение № 1 Заявка (Форма)  
Приложение № 2 Прейскурант цен на дополнительные услуги

## 8. АДРЕСА И РЕКВИЗИТЫ СТОРОН

### Исполнитель:

**ООО «Скай Сервис»**

Юридический адрес: Российская Федерация,  
г. Иркутск, ул. Ширямова, 13, литер «А»  
помещение № 5.

Почтовый адрес: Российская Федерация,  
664050, г. Иркутск, а/я № 19.

ИНН 3811171066 / КПП 381101001

ОГРН 1133850032502

Р/счет 40702810018350002033

Байкальский банк Сбербанка России

г. Иркутск

К/счет 30101810900000000607

БИК 042520607

Тел/факс (3952) 26-62-14

e-mail: [info@skyservice.aero](mailto:info@skyservice.aero)

сайт: [www.skyservice.aero](http://www.skyservice.aero)

### Заказчик:

**Иванов И.И.**

**Г.Москва, ул.Ленина 45**

Тел/факс (8-988-000-99-00)

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

**Директор**

\_\_\_\_\_ **А. Н. Кирсанова**

## Практическое занятие «Применение правил сервисного обслуживания при выполнении профессиональной деятельности».

### Цель работы:

- } научиться применять правила сервисного обслуживания при профессиональной деятельности;
- } научиться использовать различные средства делового общения;
- } научиться выполнять требования этики в профессиональной деятельности;

**Ход работы:** моделирование и решение ситуационной задачи.

Вы – оператор по бронированию пассажирских перевозок. К вам в турагентство обратилась молодая пара, которая не может определиться с направлением и типом отдыха. Смоделируйте диалог оператора и клиентов, чтобы клиенты приобрели перевозку вашей авиакомпании и пакет дополнительных услуг. Какие детали и особенности о пассажирах вы должны обязательно уточнить, а какие личные данные не стоит уточнять чтобы не смутить клиентов? Какие виды обслуживания в аэропорту вы можете предложить клиентам? В чем преимущества специального обслуживания?

Составьте согласие на предоставление и обработку персональных данных. Для чего необходимо собирать данное согласие?

Продемонстрируйте диалог с будущими пассажирами после приобретения билета вашей авиакомпании. Продумайте заранее какие рекомендации вы будете давать пассажирам? О каких рисках необходимо уточнить? О чем следует заранее предупредить пассажиров? На каких положениях в маршрут квитанции следует сделать акцент, почему?

Шаблон Согласие на обработку персональных данных (образец заполнения)

Генеральному директору  
ООО " \_\_\_\_\_ "

ФИО

от

-----  
(фамилия, имя, отчество)  
зарегистрированного по адресу:

-----  
(адрес регистрации указывается

-----  
с почтовым индексом)

паспорт серия  
-----  
выдан  
-----  
(дата выдачи и наименование  
-----  
органа, выдавшего документ)

## СОГЛАСИЕ

### на обработку персональных данных

Я, ----- ,  
(фамилия, имя, отчество полностью)

в соответствии со статьей 9 Федерального закона от 27 июля 2006 года N 152-ФЗ "О персональных данных"

#### **даю согласие**

Обществу с ограниченной ответственностью "-----" (ООО "-----"), расположенному по адресу:-----, на автоматизированную, а также без использования средств автоматизации обработку моих персональных данных, а именно совершение действий, предусмотренных пунктом 3 части первой статьи 3 Федерального закона от 27 июля 2006 года N 152-ФЗ "О персональных данных", со сведениями о фактах, событиях и обстоятельствах моей жизни, представленных в ООО "-----".

Настоящее согласие действует со дня его подписания до дня отзыва в письменной форме.

-----  
(подпись) (расшифровка  
подписи)

-----  
(дата)

#### **Пример выполнения:**

#### **Диалог:**

- Добрый вечер, расскажите о ваших предпочтениях в отдыхе? Какой тип отдыха вы предпочитаете? Какой ваш самый запоминающийся отдых за последнее время?

- Мы давно не отдыхали, хотелось бы чего-нибудь запоминающегося!
- На какое время вы запланировали тур? Вы планируете заграничный тур или вам комфортнее путешествовать по нашей стране?
- Мы хотим недолгий перелет, в ближайшие дни, жаркий климат, море, но также посмотреть интересные места, много гулять, поездку хотели бы за границу!
- Я вас поняла. Если учитывать все ваши пожелания, предлагаю взглянуть на презентацию тура в ОАЭ. (презентация)
- Нам все нравится! Бронируйте билеты!
- Позвольте рассказать вам о стоимости тура, что в него входит и какие условия на въезд в страну: «.....»
- Нас все устраивает, вот наши паспорта.
- Хорошо, проверю сроки действия ваших документов и дополнительную информацию для оформления брони. Заранее предупреждаем, что необходимо будет на месте (по прибытию) оформить визу для въезда в ОАЭ, турист получает штамп прямо на месте, виза на 90 дней, бесплатная. Перелет будет осуществлять авиакомпания «ММ», рейс из ближайшего аэропорта «ЕЕ», для удобства, при вашем желании, мы организуем вам трансфер, чтобы вы бы застрахованы от опоздания в аэропорт. Подойдет вам такой вариант?
- Было бы замечательно!
- Хорошо, включу эту услугу в пакет по туру. Сейчас вам необходимо пройти к нашему менеджеру по работе с пассажирами, он вас сориентирует по информации перелета с багажом и ручной кладью. Если у вас остались дополнительные вопросы, вы можете их задать прямо сейчас.
- Нам все понятно...
- Отлично! Для оформления вашего тура нам необходимо ваше согласие на обработку персональных данных.
- Хорошо, спасибо!

### **Заключение:**

При оформлении брони на тур с авиаперевозкой пассажирам обязательно следует разъяснить правила перелета от авиакомпании, за какое время необходимо приехать в аэропорт, какое количество багажных мест у них будет в тарифе, как проходит процедура регистрации и посадки на рейс. Всегда необходимо проверять проездные документы клиентов, а именно визу, паспорта (сроки действия этих документов). При оформлении тура, необходимо согласие от пассажиров на обработку их персональных данных. Согласие на обработку персональных данных – это письменное разрешение гражданина Российской Федерации, которое он дает заинтересованной стороне на получение, сбор, хранение и использование персональных сведений о себе. Также документ гарантирует человеку то, что информация о нем будет применяться для строго определенных целей и будет защищена от неправомерных действий. Задавайте уточняющие вопросы только по тем пунктам, которые действительно необходимы для оформления пакета документов. Не стоит задавать личные вопросы пассажирам по типу «Зачем вы едете в эту страну», «Почему вы не выбираете другую авиакомпанию» и т.д. По завершению об-

служивания необходимо разъяснить все поля маршрутной квитанции по перевозки, дать контакты для связи с менеджерами вашего агентства и убедиться, что пассажирам все понятно.

## Практическое занятие «Выполнение работ по оценке качества аэропортовых услуг, предоставляемых пассажирам».

### Цель работы:

- 1) Научиться определять критерии качества оказываемых услуг;
- 2) Научиться применять методики оценки качества аэропортовых услуг;
- 3) Разработать анкету для опроса пассажиров/перевозчиков;

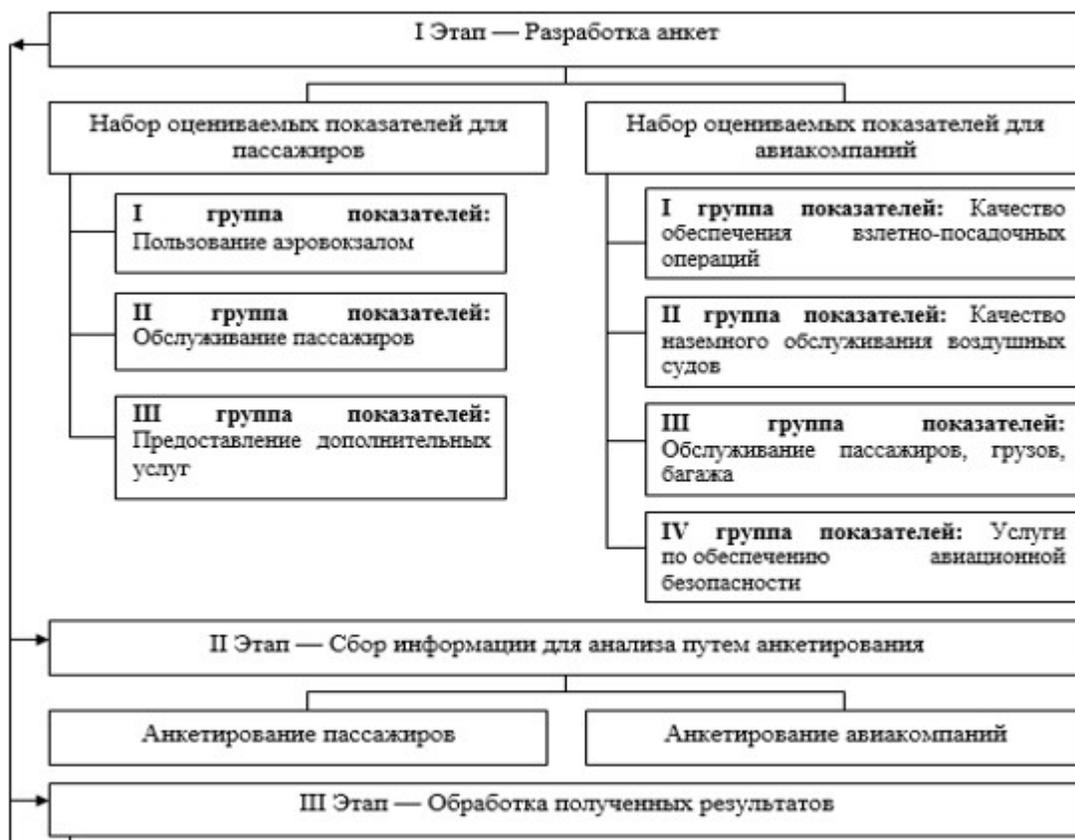
### Ход работы:

1. Выполнение задания.

Задание: используя методики оценки качества услуг, разработать анкету (для любого аэропорта), для оценки качества услуг, предоставляемых пассажирам. Анкета должна включать в себя перечень **факторов**, влияющих на качество обслуживания в аэропорту (на выбор для пассажиров/ для авиакомпаний). Количество вопросов 18-22 (в зависимости от выбранной методики)

2. Проведение анализа анкеты для оценки качества сервисных услуг аэропорта, составления вывода с прогнозами эффективности применения данной анкеты в аэропортах.

*Вспомогательный материал для выполнения задания:*



Комплексный алгоритм оценки качества аэропортовых услуг, включает в себя экспертную оценку степени значимости факторов, влияющих на качество услуг, а также степени удовлетво-

**ренности данными факторами на конкретном авиапредприятии** двумя категориями потребителей аэропортовых услуг: **пассажирами и авиакомпаниями.**

В основе алгоритма лежит разработка анкет, включающих в себя перечень факторов, влияющих на качество обслуживания в аэропорту.

Факторы разработаны отдельно для **пассажиров и авиакомпаний** с классификацией по группам с целью выявления основных направлений совершенствования аэропортового сервиса.

Задача пассажиров и авиакомпаний – оценить степень значимости каждого фактора по пяти-балльной шкале (от 1 – «не значимо» до 5 – «очень значимо»), а также дать оценку его качеству на конкретном авиапредприятии (от 1 – «плохо или отсутствует» до 5 – «отлично»).

### **Пример выполнения:**

Уважаемые пассажиры и гости нашего аэропорта. Предлагаем вам пройти небольшую анкету, чтобы выявить серьезные проблемы. Ведь мы постоянно стремимся улучшать работу нашего предприятия.

Кем вы являетесь?

- Пассажиром
- Гостем аэропорта

Ваш пол?

- Мужской
- Женский

Ваш возраст?

- До 25
- 25-45
- 45-60
- Больше 60

Насколько вы оцениваете качество обслуживания в нашем аэропорту?

1	2	3	4	5

Насколько вас устраивает качество предоставления услуг в зоне ожидания рейсов?

1	2	3	4	5

Оцените, пожалуйста, уровень обслуживания и компетентность сотрудников?

1	2	3	4	5

Насколько вас устраивает качество предоставленного сервиса при регистрации на рейс?

1	2	3	4	5

Оцените удобство навигационной системы нашего аэропорта?

--

Укажите общее впечатление от обслуживания в аэропорту?

1	2	3	4	5

Как Вы считаете, какие меры необходимо предпринять для повышения качества услуг в аэропорту?

--

Оцените чистоту в нашем аэропорту

1	2	3	4	5

Устраивает ли Вас перечень дополнительных услуг в аэропорту?

1	2	3	4	5

Оцените компетентность, вежливость персонала при посадке на рейс

1	2	3	4	5

Оцените внешний вид персонала?

1	2	3	4	5

Оцените комфортабельность аэровокзала?

1	2	3	4	5

Оцените официальный сайт аэропорта?

1	2	3	4	5

Только в том случае, если анкета составлена правильно, можно рассчитывать на высокую эффективность исследования. Она должна состоять из трёх частей: вводной, основной и паспортной или демографической. Первая выступает в роли своеобразного диалога с респондентом. В ней обычно указываются цели исследования, условия заполнения и заверения респондентов в полнейшей анонимности опроса.

Основная часть должна состоять из ряда вопросов, которые помогут выполнить поставленные в первой части задачи. Изначально нужно подготовить респондента, поэтому желательно, чтобы анкета начиналась с простых вопросов. С их помощью можно будет заинтересовать исполнителя. Также они способствуют облегчению процесса вникания в суть исследования.

Затем можно включать в анкету вопросы, связанные с ключевыми целями. Обычно они касаются оценок, личных мнений или мотивов. В конце основной части должны присутствовать обобщающие вопросы, которые при этом детализируют ответы.

## Практическое занятие «Применение стандартов сервиса и этики делового общения при выполнении транспортной документации».

### Цель работы:

- 1) научиться оформлять документ на оказание сервисных услуг;
- 2) научиться применять стандарты сервиса при заполнении транспортной документации;
- 3) научиться соблюдать нормы и правила работы в команде;
- 4) научиться работать в группе, коллективе, применять методы взаимодействия;

Ход работы: моделирование и решение ситуационных задач (1,2) .

1. Вы - диспетчер по обработке грузов и документов. К вам пришел грузоотправитель, которые не знает английского языка и никогда ничего не отправлял грузовыми перевозками. Очень переживает что его ценный груз улетит «нетуда». Помогите заполнить ему поля грузовой накладной и объясните ему правила перевозки и ответственность сторон, соблюдайте этику делового общения и правила деловых коммуникаций. Проконсультируйте пассажира таким образом, чтобы отобразить все преимущества сервиса грузоперевозок воздушным транспортом. Для выполнения задания необходимо разделить на пары с ролями «Грузоперевозчик», «Грузоотправитель»

Бланк грузовой авианакладной

Shipper's name and Address	Not Negotiable  <b><u>Air Waybill</u></b>  Issued by  Copies 1, 2 and 3 of this Air Waybill are have the same validity
Consignee's name and Address	It is agreed that the goods described herein are accepted in apartment good order and condition (except as noted) for carriage SUBJECT TO THE CONDITION OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY OTHER MEANS INCLUDING ROAD OR ANY OTHER CARRIER UNLESS SPECIFIC CONTRARY INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREON BY THE SHIPPER. THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY



Prepaid	<u>Weight</u>	<u>Charge</u>	Collect	Other Charges			
	<u>Valuation</u>	<u>Charge</u>					
	Tax						
	<u>Total Other Charges</u>	<u>Due Agent</u>		Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Goods Regulations  ..... Signature of Shipper or his Agent			
	<u>Total Other Charges</u>	<u>Due Agent</u>					
Total Prepaid		Total Collect					
Currency Conversion Rates		CC Charges in Destination Currency		..... Executed on (Date)                      at (Place)                      Signature of Issuing Carrier or its Agent			
For Carrier's Use only at Destination		Charges at Destination		Total Collect Charges			XXX-XXXX XXXX

Пример заполненной авианакладной на груз из Германии в Россию:

555 AMS 90752734		555 - 90752734				
Shipper's Name and Address CASIO EUROPE GMBH BORNBARCH 10 D-22848 NORDERSTEDT GERMANY		Shipper's Account Number				
Consignee's Name and Address "Basis Postavky" JSC Office 51, bld 105 Mira Prospect 129626 MOSCOW RUSSIAN FEDERATION		Not negotiable <b>Air Waybill</b> AEROFLOT-RUSSIAN INTERNATIONAL AIRLINES SHEREMETYEVO AIRPORT MOSCOW RUSSIA				
Issuing Carrier's Agent Name and City VAT Logistics (Airfreight) BV. Prestwickweg 80 1118 ZX SCHIPHOL Zuidooost		Accounting Information 5250/ 52002343 basis PREPAID				
Agent's IATA Code 57-4 7116/8042		Account No. SVO2				
Airport of Departure (Add. of first Carrier) and requested Routing AMSTERDAM -HNN -MOW						
Declared Value for Carriage NVD		Declared Value for Customs NCV				
to HNN AEROFLOT SU		to MOW SU				
Airport of Destination MOSCOW		Amount of Insurance XXX				
Handling Information on pallets (stc. 17 cartons) & 11 cartons addressed. AIRPORT OF DESTINATION: SVO2						
T1						
No. of Pieces RCP	Gross Weight	Rate Class	Chargeable Weight	Rate / Charge	Total	Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)
13	515,0k		515,0	* AS AGREED *		electricals (total 28 cartons) volwrd : 2,981
13	515,0k					T-1
Prepaid		Weight Charge		Collect		Other Charges
AS AGREED		Valuation Charge				
		Tax				
Total Other Charges Due Agent						
Total Other Charges Due Carrier						
Total Prepaid		Total Collect				
Currency Conversion Rates		CC Charge (In Dest. Currency)		06-12-06 AMSTERDAM(SPL)		
For Carriage Use only at Destination		Charges at Destination		Executed on (Date) at (Place) Signature of Issuing Carrier or its Agent.		
		Total collect Charges				555 - 90752734

www.bva.ru - Tel. 070-308 87 86

bva

Грузоотправитель при бронировании провозной емкости должен сообщить Агенту информацию о данных грузоотправителя и грузополучателя, наименовании груза, предполагаемой дате отправки, весе-брутто (далее - вес) и объеме груза, габаритах каждого грузового места, количестве грузовых мест, условиях обращения с грузом, свойствах груза, требующих специальных условий или мер предосторожности при его перевозке, хранении и обработке.

При заполнении грузовой накладной грузоотправителю сообщалась следующая информация:

- ⌚ Габариты груза ограничиваются размерами загрузочных люков и багажных грузовых отсеков
- ⌚ Масса перевозимого груза ограничивается допустимой предельной коммерческой загрузкой используемых воздушных судов.
- ⌚ Перевозимый груз подлежит обязательному досмотру службы авиационной безопасности аэропорта вылета с использованием технических средств досмотра.

- ☉ *Авиакомпания принимает к перевозке только такой груз, характер упаковки и свойства которого должны позволять осуществлять безопасную его перевозку. К перевозке принимаются также некоторые виды особых грузов (скоропортящиеся, опасные, живые животные и др.), а также тяжеловесные и негабаритные грузы, которые требуют особых условий при их перемещении воздушным транспортом.*
- ☉ *При добровольном расторжении договора перевозки груза в пункте отправления грузоотправителю возвращается стоимость перевозки с удержанием сбора за расторжение договора перевозки*

*И т.д.*

2. Вы – инспектор по досмотру документов. Пассажиры летят в составе: мама, папа и несовершеннолетний ребенок. У всех пассажиров разные фамилии. Вам необходимо уточнить кто кем приходится друг другу, а также проверить все документы. Смоделируйте эту ситуацию в группе и продемонстрируйте диалог. Какие документы должны присутствовать у пассажиров? Какие графы документов необходимо проверять при международной перевозке? при внутренней (федеральные направления) перевозке? Какие вопросы вы будете задавать пассажирам? Какими будут ваши действия при отказе пассажиров предоставить необходимую информацию.

*Ответ: При досмотре пассажиров инспектор по досмотру обязан: провести проверку пакета документов, на международном сообщении это – визовые документы, загран. паспорта, нотариальная доверенность на ребенка (при необходимости), наличие посадочных талонов и багажных бирок. Особое внимание уделяется сроком визовых документов, срокам истечения действия паспортов. На федеральных направлениях – гражданские паспорта/виды на жительство пассажиров, сроки действия документов, наличие посадочных талонов и багажных бирок. Иногда идет опрос по срокам пребывания на территории другого государства, опрос по данным в паспортах (ваша фамилия, ваша дата рождения) с целью обеспечения авиационной безопасности. Пассажир сообщает необходимую информацию о своих персональных данных и при наличии - об особых условиях перевозки пассажира, багажа. Если пассажир отказывается отвечать на вопросы, отказывается предоставлять необходимую информацию, перевозчик/службы безопасности в праве отказать ему в перевозке и вызвать соответствующие службы в аэропорту. Пассажирам не следует шутить про подделанные документы, запрещённые к перевозке предметы в багаже, так как это приведет к дополнительному задержанию и проверки службами безопасности.*

## Практическое занятие «Применение правил обслуживания пассажиров на воздушном транспорте, в местах вылета и прилета воздушного транспорта».

### Цель работы:

- 1) научиться применять правила обслуживания пассажиров на воздушном транспорте;
- 2) уметь определять способы и формы оказания услуг в конкретной ситуации;
- 3) получить практический опыт предоставления сервиса для пассажиров;
- 4) научиться использовать различные средства делового общения;
- 5) научиться анализировать ситуации с позиций участвующих в них индивидов;

**Ход работы:** решение ситуационных задач 1-4, с последующим обсуждением и составлением выводов.

Ситуационные задачи:

1. Вы – диспетчер регистрации в аэропорту. Пассажиры на регистрации отказываются оплачивать перевес багажа/ручной клади, ввиду неимения достаточного количества денежных средств и того, что их не предупредили заранее. Опишите ваши действия как диспетчера по регистрации. Смоделируйте диалог с одноклассниками и продемонстрируйте различные концовки ситуации. Какой из вариантов ведения диалога следует выбрать и почему?

*Есть такое правило: на пассажира действуют те правила авиаперевозки, которые были актуальны на дату заключения договора перевозки, то есть на дату покупки билета. Если вы купили билет сегодня, а через неделю воздушный кодекс полностью изменится, авиакомпания обязана везти вас по сегодняшним правилам, а не по новым. Если только в законе нет специального условия по поводу срока действия. Любые изменения в правилах перевозки, кодексах и тарифах действуют только на тех пассажиров, которые купили билеты после вступления в силу новых правил.*

*Говоря о новых условиях по поводу багажа, о которых ее якобы не предупредили, пассажиры, судя по всему, имеют в виду изменения по поводу ручной клади. При покупке билета у пассажиров была возможность изучить все условия провоза багажа. На сайте авиакомпании они есть. Оплачивая билет, они подтвердили, что согласны с такими правилами. Предупредить об изменениях их никто не обязан, потому что конкретно для этих пассажиров изменений фактически не было.*

2. Вы – диспетчер посадки в аэропорту. Группа пассажиров требует пропустить их на борт воздушного судна раньше остальных, что недопустимо. Вы понимаете, что возможно пассажиры не в трезвом состоянии. Какие действия следует вам предпринять чтобы не вступить в конфликт с группой пассажиров? Какие действия запрещено совершать пассажирам в зоне посадки на ВС?

*Не провоцируйте пассажиров в алкогольном опьянении. Необходимо доложить о ситуации с пассажиром старшему по смене. При более тяжелых случаях – полиции аэропорта. Даже «дежурную улыбку» диспетчера аэропорта пьяный пассажир может принять за насмешку, что сделает общение с ним еще более проблематичным. При обслуживании такого клиента будьте сдержанны, серьезны, профессиональны и немногословны, а на его вопросы отвечайте четко, короткими предложениями. В регламенте абсолютно каждой авиакомпании прописаны определенные правила. Согласно им, на борт самолета приходит в состоянии алкогольного опьянения нельзя. Когда человек приобретает билет, то автоматически подтверждает свою приверженность конкретному соглашению. Если на стойке регистрации заметят, что пассажир употребил алкоголь, то его могут не пустить на борт. В этом случае авиакомпания сформирует официальный отказ в перевозке. Там она распишет, какие пра-*

вила были нарушены. И при каких условиях. Если человек, находящийся в состоянии алкогольного опьянения, захочет пойти в суд, то он проиграет. Поскольку в акте будет указано, что он был не допущен на борт из-за употребления горячительными напитками.

Человек, который придет в самолет в нетрезвом виде, может быть привлечен к ответственности. По нескольким статьям:

*Мелкое хулиганство. Если это будет замечено за пассажиром.*

*За то, что человек пришел в общественное место, будучи в нетрезвом виде.*

*Грубые нарушения отдельных видов правил регламента поведения в самолете. В частности, может быть применено, если пассажир отказывается от выполнения приказов, которые были даны ему командиром. Чего он делать не должен.*

*В некоторых случаях нетрезвый пассажир может быть привлечен к ответственности за попытку захвата самолета.*

*Также, пассажира в состоянии алкогольного опьянения могут привлечь к ответственности за то, что он специально доставляет вред здоровью окружающих.*

3. Вы специалист досмотра багажа в аэропорту. При досмотре багажа одного из пассажиров, вы обнаружили запрещенные к провозу в ручной клади вещи (бутылки воды свыше 100мл). Пассажиры отказались их выкладывать, так как им постоянно жарко и требуется жидкость, одному из них необходимо постоянно запивать лекарства. Какому алгоритму действий следует придерживаться чтобы не создать конфликтную ситуацию и соблюсти все правила перевозки багажа?

*Правила перевозок подразумевают определенные ограничения в провозе багажа и ручной клади. Необходимо знать весь перечень запрещенных к провозу веществ и предметов. При обнаружении запрещенных предметов к провозу, например жидкости в ручной клади свыше 100мл, необходимо провести изъятие вещей у пассажира.*

4. Вы- бортпроводник авиалайнера. На борту воздушного судна у одного из пассажиров начинается паника, при входе в самолет, вам об этом сообщает второй бортпроводник. Что следует предпринять в данной ситуации? Чем опасно паника пассажира на борту воздушного судна?

*Если пассажир при посадке на борт прячет глаза или у него дрожат руки, это не должно укрыться от опытных глаз бортпроводника. Вы как бортпроводник поможете справиться с паникой в случае необходимости. Вы обязаны успокоить пассажира, который находится в состоянии тревоги. Это важно не только ради его спокойствия, но и для благополучного полета всех окружающих. В первую очередь необходимо отвести пассажира от основных пассажиров (либо в другой класс, либо к местам бортпроводников. Обслуживающий персонал, встречающий пассажиров у двери, может попросить тех, кто стоит позади, подождать и проводить пассажира к ближайшему свободному месту в первом классе. Второй бортпроводник должен быстро принести влажную тряпку, лед и содовую. Сотрудник остается с пассажиром, а другой возвращается к приветствию тех, кто все еще пребывает на борту. Бортпроводнику следует находиться с пассажиром, проверить его пульс, подготовиться к экстренной ситуации и медицинской помощи. Желательно загородить всех от паникующего пассажира, чтобы не началась общая паника. Следует тихо разговаривать и успокоить пассажира, предложить присесть сделать дыхательные упражнения, понять причину его страха. Правильно подобранные слова могут быстро помочь пассажиру и привести его в состояние спокойствия.*

## Практическое занятие «Процесс обслуживания пассажиров аэропорта в контактных зонах»

### Цель работы:

- | научиться применять стандарты сервисной деятельности при обслуживании пассажиров аэропорта в конкретных контактных зонах;
- | уметь определять способы и формы оказания услуг в конкретной контактной зоне;
- | получить практический опыт предоставления сервиса для пассажиров в контактной зоне;
- | провести анализ временных затрат на обслуживание пассажиров аэропорта;
- | научиться использовать различные средства делового общения;
- | научиться анализировать ситуации с позиций участвующих в них индивидов;

### Ход работы:

1. Дать подробную характеристику возможным контактным зонам в аэропорту и особенностям их организации.
2. Продемонстрировать обслуживания пассажиров в основных контактных зонах сферы воздушных перевозок:
  - зона продажи билетов
  - зона досмотра пассажиров
  - зона регистрации пассажиров
  - зона сдачи багажа
  - зона паспортного контроля
  - зона оформления грузов
  - зона информационной стойки
  - зона потери багажа
  - зона посадки пассажировИ др. (на выбор студента)
3. Проанализировать временные затраты на обслуживание пассажиров в различных контактных зонах и сравнить их с регламентом по технологическому графику аэропорта
4. Сформулировать выводы, и рекомендации по основным ошибкам во время обслуживания.

## Практическое занятие «Применение правил этикета делового общения по телефону»

### Цель работы:

- 1) Научиться применять правила этикета делового общения по телефону;
- 2) Оценить этикет делового общения по телефону;
- 3) Научиться использовать различные средства делового общения;

научиться анализировать ситуации с позиций участвующих в них индивидов

**Ход работы:** выполнение задания 1-2.

**Задание 1: оценить этикет делового общения по телефону и данные оценки занести в отчет по работе (при этом использовать рекомендации по ведению телефонного разговора).**

примеры телефонных разговоров:

### Телефонный разговор № 1. [\(см. Приложение 1\)](#)

Приложение 1

*Телефонный разговор № 1.*

*Доброе утро! Это служба помощи пассажирам аэропорта «М». Кто говорит?*

*Вам звонит Иванова!*

*Как дела?*

*У Вас есть пара минут?*

*Я звоню вам, чтобы обсудить вопрос: насколько мы можем опоздать на регистрацию рейса в 21-00?*

*Гм, так сказать ни на сколько.*

*Ясно! Пока!*

Итак, мы прослушали телефонные разговоры и давайте **оценим** его с точки зрения:

- а) правильности построения разговора
- б) этикета делового общения по телефону
- в) речевых правил и особенностей телефонных разговоров

### Телефонный разговор № 2. [\(см. Приложение 2\)](#)

Приложение 2

### Телефонный разговор № 2.

*Добрый день, Петрова Ирина Васильевна, директор турагентства «Полет».*

*Ольга Дмитриевна?*

*Вам сейчас удобно говорить?*

*Я звоню, чтобы обсудить с вами вопросы по подготовке тур группы к поездке на научно-практическую конференцию.*

*Насколько я знаю, Вы принимаете решение по поводу возможности получения информации.*

*Можно ли Вам задать несколько кратких вопросов?*

*Когда вы будете свободны?*

*Вам удобно встретится в четверг в 15-00 в вашем офисе?*

*Благодарю Вас за то, что вы уделите мне свое время.*

**Задание 2. Разделитесь на пары и смоделируйте диалог в парах. Продемонстрируйте диалог.**

К заданию № 2: Рекомендуется использовать речевые правила и особенности телефонных разговоров; некоторые правила этикета при ведении телефонных разговоров; прочие советы. (см. [приложение 3](#))

Приложение 3

К заданию № 2: Рекомендуется действовать в следующем порядке:

- Составьте план разговора:
    - какова цель разговора (получить согласие или договориться о встрече)?
    - что Вы знаете о человеке, которому звоните?
  - После установления соединения, начните с «живых» слов: «доброе утро или добрый день», назовите свое полное имя и полное имя человека, которому звоните.
  - Избегайте ничего не значащих фраз типа «Как дела?» или «Вы меня не знаете».
  - Спросите «вам сейчас удобно говорить?» Если в ответ услышите: «Нет, у меня совещание», - спросите, когда будет удобно позвонить снова. Не говорите: «У Вас есть пара минут?» «Вы очень заняты?» - это избитая фраза, лучше «Я звоню, чтобы обсудить с Вами вопрос».
  - Узнайте, кто принимает решения. «Насколько я знаю, Вы принимаете решения о..., не так ли?» Узнайте, с кем надо еще поговорить.
  - Спросите разрешения, прежде чем задавать вопросы. «Чтобы определить, насколько мы можем быть Вам полезны, и хотя бы сначала, если можно, задать Вам несколько кратких вопросов». Задавайте вопросы вежливо. Внимательно вслушивайтесь в тон собеседника. Если он начинает раздражаться, значит вопросов уже слишком много, необходимо остановиться.
  - Ни в коем случае не произносите монологов по телефону. В идеале Ваше участие в беседе должно составлять 25%, а вашего собеседника – 75%.
  - Если краткий разговор удался, уместно подвести итог беседы и договориться о встрече для обсуждения конкретных вопросов. Если Вы не можете быть полезным собеседнику, необходимо прямо и честно об этом сказать.
  - Никогда не говорите «Я загляну к Вам как-нибудь», это означает, что встреча не имеет для Вас большого значения.
  - Договоритесь о точном времени встречи. Не спрашивайте: «Когда Вы будете свободны на следующей неделе?», а «Когда Вам было бы удобней встретиться, во вторник или в четверг? Утром или днем? В два или три часа?»
  - Будьте вежливы и учтивы. «Если Вы не против...», «Благодарю Вас за то, что Вы уделите мне свое время», «Я ценю Ваш интерес» и т.д.
  - Обязательно перезванивайте людям, звонившим в Ваше отсутствие.
  - Если не застали нужного человека, всегда просите ему передать, что Вы звонили.
- Кроме этого примите во внимание следующее:
- Старайтесь говорить более низким голосом, но не тихим.
  - Говорите деловито, но не чопорно и не сухо.
  - В Вашем голосе должны звучать бодрость и воодушевление.
  - Окрасьте голос улыбкой.
  - Изредка называйте собеседника по имени.
  - Периодически подтверждайте, что Вы внимательно его слушаете.
  - Не употребляйте слова-паразиты типа «гм», «ну», «вы знаете», «так сказать» и т.п.
  - Не читайте текст по бумажке.

После окончания разговора следует потратить 2-3 минуты на анализ содержания и стиля разговора.

Речевые правила и особенности телефонных разговоров:

- неправильно говорить: «Вам звонит Иванов», правильно «звонит»;
  - формулируйте свои мысли четко, лаконично, грамотно, однозначно.
- Избегайте сложных предложений, причастных и деепричастных оборотов, вычурности и манерности;
- особенно отчетливо произносите имена (собственные), числа, названия фирм, организаций.
- Если они сложны для восприятия на слух, произносите их по буквам;

- избегайте жаргонных выражений типа «добро», «идет», «привет», «лады», «ладушки», «пока», «о'кей».

### **Практическое занятие «Разрешение конфликтов в процессе профессиональной деятельности».**

#### **Цель работы:**

- | научиться применять методы разрешения конфликтов при профессиональной деятельности;
- | научиться контролировать эмоции при разрешении конфликта;
- | научиться управлять конфликтами и стрессами в процессе профессиональной деятельности;
- | научиться использовать различные средства делового общения;
- | научиться выполнять требования этики в профессиональной деятельности;

**Ход работы:** решение ситуационных задач с последующим обсуждением и анализом  
Ситуационные задачи:

- А. Представьте себя в роли инспектора, проверяющего работу предприятий сферы услуг. Опишите критерии, по которым вы будете оценивать их качество сервиса и услуг. Можете ли вы определить степень удовлетворенности или неудовлетворенности клиентов, если да, то как?

*В стандарте РФ ГОСТ Р 52113—2003 «Услуги населению. Номенклатура показателей качества» установлена следующая номенклатура основных групп показателей качества по характеризующим ими свойствам услуг:*

- ⌚ 1) показатели назначения;
- ⌚ 2) показатели безопасности;
- ⌚ 3) показатели надежности;
- ⌚ 4) показатели профессионального уровня персонала.

- В. Турист приобрел туристский продукт в составе: внутренний авиаперелет, наземное обслуживание. При оформлении на рейс в аэропорту турист был проинформирован сотрудником пограничной службы о том, что он включен в список должников по выплате алиментов, по которым вынесено решение суда. Имеет ли право турист в данной ситуации претендовать на перелет? Будет ли осуществлен возврат расходов по оплате туристского продукта или не предоставленных услуг при добровольном отказе от полета? Какие нормативные документы регулируют ответственность сторон в такой ситуации? Как изменилась бы ситуация, если бы пассажир вылетал за границу?

*Сегодня не запрещается на самолете летать по России с долгами. Это прописано в законе об исполнительном производстве. Ограничение на перелеты используется как мера, что простимулирует должника выплатить долг. Передвигаться внутри страны должники могут без ограничений. Это касается и авиаперелетов. Подобная лояльность связана с предписаниями, указанными в конституции страны. Согласно ей, каждый гражданин имеет свободу передвигаться по стране и жить где ему захочется.*

*Другими словами, если должник хочет сесть на самолет и отправиться в любую точку России, приставы не могут ему это запретить. Но рассматриваемое правило не действует на граждан, которые несут уголовную ответственность за неуплату алиментов. Такие граждане получают статус злостных неплательщиков, и не могут*

выезжать из города, где проживают. Правда, только если есть письменное согласие обвиняемого. Даже злостного должника могут пустить на внутренний рейс, если он не подписывал письменное согласие. Пускают ли в самолет с долгами, зависит от размера рассматриваемого долга и куда направляется рейс. В 2017 году был принят закон, согласно которому получить запрет на выезд из страны на самолете не смогут граждане, долг которых выше 30 тысяч рублей. Если у человека есть только небольшая просрочка по кредиту или штраф за парковку, лететь все ещё можно без проблем.

С. Туристы приобрели турпродукт следующего состава: международный авиаперелет, размещение, экскурсионная программа. В конце путешествия на стойке регистрации обратного вылета туристы были проинформированы сотрудником аэропорта о том, что рейс, указанный в их билете, не значится в расписании и, соответственно, не будет выполняться. Туристы были вынуждены за свой счет приобрести обратные билеты на другой рейс. По возвращении туристы обратились в турагентство с требованием компенсации понесенных расходов на авиаперелет. Имеет ли право турист в данной ситуации на возврат своих расходов по оплате туристского продукта или непредставленных услуг? За чей счет и в каком размере будет произведен возврат или компенсация? От каких условий это будет зависеть? Какие нормативные документы регулируют ответственность сторон в такой ситуации?

При подписании контракта (договора) указаны обязанности сторон. То есть перелет может быть в одну сторону. Также указывается: состоит ли турагентство в ассоциации турагентов и есть ли у них действующая страховка на тур деятельность.

1. При письменном ответе (подтверждении) что оплаченный перелет не состоялся по вине перевозчика, компенсация будет от тур агентства. Возможна компенсация за счет турагентства или за счет страховки агентства.

Д. Если в аэропорту потерялся багаж, что может потребовать пассажир?

Доставка багажа домой. Когда чемодан найдут, его привезут в аэропорт, куда прилетел пассажир. Затем авиакомпания обязана доставить багаж по адресу, который клиент укажет в заявлении на розыск. Еще перевозчик может спросить про место доставки по телефону. Штраф. Перевозчик обязан выплатить клиенту штраф — 25% от МРОТ за каждый час просрочки доставки багажа. Это 25 Р в час или 600 Р в сутки. Сумма компенсации за все время задержки не может быть больше половины стоимости билета. [п. 1 ст. 103 ВЗК РФ](#) [ст. 120 ГК РФ](#)

Чтоб получить выплату, придется отправить авиакомпании письменную претензию. Если пассажир прилетел из-за рубежа, у него есть на это 21 день после получения багажа. Если путешествовал по России — шесть месяцев, не считая дня выдачи чемодана.

Бывают ситуации, когда авиакомпания не доставила багаж вовремя по независящим от нее причинам. В этом случае она не должна платить клиенту штраф. К таким обстоятельствам относят, например, поломку самолета, которая угрожала жизни или здоровью пассажиров.

Е. Пассажиру не хватило места на рейс. Хотя он прибыл за 1 час до конца регистрации. Почему может не хватить места в самолете, какие обязанности в этом случае должен выполнить перевозчик?

Нехватка мест в самолете может случиться по нескольким причинам: овербукинг; технические неполадки, из-за которых борт заменяют другим, менее вместительным; существуют билеты с открытой датой.

При овербукинге, как и при задержке или отмене рейса, авиакомпания обязана доставить вас в пункт назначения. Вам могут предложить более поздний рейс, рейс с пересадкой, а бывают счастливицы, которых сажают на тот же борт, которым он должен был лететь, но в бизнес-класс (питание при этом будет из эконом-класса). Европейские и американские перевозчики заплатят компенсацию, у других можно пытаться ее требовать лишь через суд - но таковой могут посчитать оплату отеля и трансфера или предоставленный вам перелет в бизнесе.

Поскольку в российском законодательстве понятия «овербукинг» нет, то и компенсация за него не положена. Возмещение можно потребовать лишь за задержку рейса: 25 процентов

*МРОТ за каждый час, но не более чем 50 процентов стоимости билета. И то, если задержка не связана с неисправностью воздушного судна, угрожающей жизни или здоровью пассажиров, обстоятельствами непреодолимой силы или другими, не зависящими от перевозчика.*

*В правилах европейских компаний на всех рейсах внутри, из или в ЕС компенсация при овербукинге такая же, как при задержках рейса:*

- при задержке на три и более часов - 250 - 600 евро (в зависимости от дальности полета);*
- при задержке на пять и более часов добавляется полный возврат денег за билет и ваучер на питание;*
- при переносе рейса на следующий день ко всему этому еще и оплата проживания и транспорта из/в аэропорт.*

*В американских авиакомпаниях на рейсах внутри, из или в США:*

- при задержке на 1 - 2 часа на внутренних и на четыре часа на международных рейсах - 200 процентов от цены билета (максимум \$650);*
- при задержке на два часа на внутренних и на четыре и более часов на международных рейсах - 400 процентов от цены билета (максимум \$1,3 тысячи).*

## Практическое занятие «Применение методик предотвращения конфликтных ситуаций с клиентами в профессиональной деятельности».

### Цель работы:

- научиться применять методы разрешения конфликтов при профессиональной деятельности;
- научиться контролировать эмоции при разрешении конфликта;
- научиться управлять конфликтами и стрессами в процессе профессиональной деятельности;
- научиться использовать различные средства делового общения;
- научиться выполнять требования этики в профессиональной деятельности;

Ход работы: решение ситуационных задач (1,2) с последующим обсуждением и анализом.

Ситуационная задача.

1. Команде экипажа поступило сообщение об аварийной посадке самолета Airbus A320-100 на борту которого возникли технические неисправности с правым двигателем. Принимаем, что сообщение было получено за 20 минут до посадки самолета. Как вы будете сообщать пассажирам о данной ситуации? Какие особенности должны быть соблюдены при подачи данного рода информации? Что категорически запрещено делать при подаче аварийной информации пассажирам?

*Если серьезный сбой системы уже произошел или может случиться в ближайший момент, то принимается решение об экстренном приземлении. Задача капитана в такой ситуации — свести к минимуму риски. Опытный пилот быстро оценивает состояние самолета и принимает оптимальное решение. Поэтому самолет может сесть вне аэропорта даже с работающими двигателями и без видимых повреждений.*

*Если имеется техническая возможность, то воздушное судно отправляют к ближайшей взлетно-посадочной полосе. Но в случае серьезной угрозы здоровью и жизням пассажиров самолет сразу приступает к снижению. Пилоты подают сигнал о бедствии, докладывают диспетчеру об обстановке. Бортпроводники готовят пассажиров к жесткому приземлению.*

*О решении экстренно посадить самолет пассажирам сообщает капитан воздушного судна. Бортпроводники только помогают донести эту информацию до тех, кто ее пропустил. На табло загорается лампочка «Пристегните ремни». Её также включает капитан или второй пилот.*

*В это же время экипаж самолета действует строго по протоколу. Так как уведомить об аварийной посадке нужно не только пассажиров, но и диспетчера, экстренные службы и т.д. Включаются аварийные маяки и специальный сигнал «Авария» на системе опознавания воздушного судна. После этого другие самолеты будут понимать, что рядом производится аварийная посадка.*

*Запрещается кричать, паниковать, вводить в заблуждение пассажиров. Давать не точную, нечеткую информацию. Выполнять все действия необходимо строго по регламенту, в соответствии с инструкциями при аварийных посадках.*

2. Во время путешествия на самолете гражданки К. был утерян ее багаж. Пассажир очень недоволен и обратился в службу розыска багажа по прилету. Вы как сотрудник этой службы обязаны разъяснить ситуацию пассажиру и успокоить. Выясните, имеет ли гражданка К. право потребовать компенсацию за утрату багажа. Если да, то в каком размере. Смоделируйте в парах возможные пути данного диалога пассажир-диспетчер службы розыска багажа. Продемонстрируйте 1 из вариантов наиболее приемлемый для разрешения нестандартной ситуации.

*За утрату, недостачу или повреждение (порчу) багажа, груза, а также ручной клади перевозчик несет ответственность в следующих размерах:*

*(в ред. Федерального [закона](#) от 29.07.2017 N 228-ФЗ)*

*(см. текст в предыдущей [редакции](#))*

*1) за утрату, недостачу или повреждение (порчу) багажа, груза, принятых к воздушной перевозке с объявлением ценности, - в размере объявленной ценности. За воздушную перевозку багажа или груза с объявленной ценностью с грузоотправителя или грузополучателя взимается дополнительная плата, размер которой устанавливается договором воздушной перевозки багажа или договором воздушной перевозки груза;*

*2) за утрату, недостачу или повреждение (порчу) багажа, груза, принятых к воздушной перевозке без объявления ценности, - в размере их стоимости, но не более шестисот рублей за килограмм веса багажа или груза;*

*(в ред. Федерального [закона](#) от 04.12.2007 N 331-ФЗ)*

*(см. текст в предыдущей [редакции](#))*

*3) за утрату, недостачу или повреждение (порчу) ручной клади - в размере ее стоимости, а в случае невозможности ее установления - в размере не более чем одиннадцать тысяч рублей.*

*(в ред. Федеральных законов от 04.12.2007 [N 331-ФЗ](#), от 29.07.2017 [N 228-ФЗ](#))*

*(см. текст в предыдущей [редакции](#))*

*2. Стоимость багажа, груза, а также ручной клади определяется исходя из цены, указанной в счете продавца или предусмотренной договором, а при ее отсутствии исходя из средней цены на аналогичный товар, существовавшей в том месте, в котором груз подлежал выдаче, в день добровольного удовлетворения такого требования или в день вынесения судебного решения, если требование добровольно удовлетворено не было.*

### **Критерии оценки практического занятия**

Оценка «5» ставится, если студент полностью владеет материалом, умеет привести примеры; более 80% работы выполнено без ошибок;

Оценка «4» ставится, если студент владеет материалом, но не может привести примеры; более 70% работы выполнено без ошибок.

Оценка «3» ставится, если студент владеет материалом не полностью, не может привести примеры, более 50% работы выполнено без ошибок.

Оценка «2» ставится, если студент не владеет материалом, не может привести примеры; все работа выполнена с грубыми ошибками.

## Самостоятельная работа обучающихся

### Примерная тематика рефератов

Наименование разделов и тем	Тематика рефератов
Раздел 1. Основы теории услуг.	
Тема 1.1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.	Сервис как общественное и экономическое явление. Социальные предпосылки сервисной деятельности.
Раздел 2. Организация обслуживания потребителей.	
Тема 2.1. Теория организации обслуживания.	Основы организации сервисной деятельности в аэропортах.
Тема 2.2. Организация сервисной деятельности.	Организация обслуживания потребителей услуг воздушного транспорта.
<a href="#">Тема 2.3. Основные правила обслуживания потребителей.</a>	Основные правила обслуживания населения.
Тема 2.5. Качество услуг сервисной деятельности.	Качество услуг и обслуживание пассажирских перевозок Качество услуг и обслуживание пассажиров воздушного транспорта. Качество сервисных услуг и эффективность сервисной деятельности предприятий. Процесс управления качеством услуг.
Раздел 3. Психологическая и этическая культура сервиса.	
Тема 3.1. Психологическая культура сервиса. Психологические особенности делового общения и его специфика в сфере обслуживания.	Этика и психология сервисной деятельности. Социально-культурный сервис: содержание, специфика и основные направления.
Тема 3.2. Нормы и правила профессионального поведения и этикета.	Основные психологические принципы взаимоотношения с клиентом. Подходы к определению содержания и восприятия <a href="#">деловой этики</a> и социальной ответственности в сфере услуг.
Тема 3.3. Стандарты и методики обслуживания авиапассажиров.	Принципы современного сервиса при обслуживании пассажиров воздушного транспорта. Имидж сотрудника аэропорта. Определение потребительской среды в сфере услуг (на воздушном транспорте)
Тема 3.4. Конфликты и стрессы в процессе профессиональной деятельности.	Факторы, влияющие на стрессовое поведение пассажиров воздушного транспорта. Пути решения конфликтов с пассажирами воздушного транспорта.

## Критерии оценки реферата

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка 4 – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка 2 – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

## Тематика презентаций

Наименование разделов и тем	Тематика сообщений, докладов
Раздел 1. Основы теории услуг.	
Тема 1.1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.	Сервисная деятельность как часть культуры России. Теоретические основы сервисной деятельности Структура и виды сервисной деятельности. Особенности сервисной деятельности в туризме. Исторические этапы сервисной деятельности.
Тема 1.2. Услуга как специфический продукт.	Эволюция понятий «товар» и «услуга». Жизненный цикл услуги. Разновидности услуг в сфере транспорта.
Раздел 2. Организация обслуживания потребителей.	
Тема 2.1. Теория организации обслуживания.	Основы организации сервисной деятельности в аэропортах. Основы организации рабочих мест в индустрии транспорта (воздушного транспорта). Производственные объединения в сфере сервисной деятельности.
Тема 2.2. Организация сервисной деятельности.	Организация обслуживания потребителей услуг воздушного транспорта. Способы и формы организации обслуживания оказания услуг. Контактная зона и ее характеристики.
<a href="#">Тема 2.3. Основные правила обслуживания потребителей.</a>	Основные правила обслуживания населения.
Тема 2.4. Классификация видов услуг.	Классификация и характеристика основных видов услуг.

	Виды сервисных услуг в аэропортах. Разновидности услуг в сфере авиации и их характеристика.
Тема 2.5. Качество услуг сервисной деятельности.	Качество услуг и обслуживание пассажиров воздушного транспорта. Качество сервисных услуг и эффективность сервисной деятельности предприятий. Компоненты качества услуги. Значение репутации предприятия сферы сервиса.
Раздел 3. Психологическая и этическая культура сервиса.	
Тема 3.1. Психологическая культура сервиса. Психологические особенности делового общения и его специфика в сфере обслуживания.	Этика и психология сервисной деятельности. Социально-культурный сервис: содержание, специфика и основные направления.
Тема 3.2. Нормы и правила профессионального поведения и этикета.	Психология взаимоотношений специалиста по сервису и туризму и потребителя в процессе обслуживания. Основные психологические принципы взаимоотношения с клиентом. Эстетическая культура сервиса аэропорта. Дресс-код в сфере обслуживания.
Тема 3.3. Стандарты и методики обслуживания авиапассажиров.	Принципы современного сервиса при обслуживании пассажиров воздушного транспорта. Различные средства делового общения при обеспечении финансовыми расчетами с пассажирами и грузоотправителями. Правила и стандарты в сервисном обслуживании при организации информационно-справочного обслуживания в аэропорту. Имидж сотрудника аэропорта.
Тема 3.4. Конфликты и стрессы в процессе профессиональной деятельности.	Виды конфликтов и способы их разрешения. Принципы эффективного решения конфликтных ситуаций. Типы клиентов сферы услуг воздушного транспорта и их потребности.

### Критерии оценки презентации:

«5» - Компьютерная презентация соответствует целям и задачам дисциплины, содержание презентации полностью соответствует заявленной теме, рассмотрены вопросы по проблеме, слайды расположены логично, последовательно, завершается презентация четкими выводами.

«4» - Компьютерная презентация соответствует целям и задачам дисциплины, содержание презентации полностью соответствует заявленной теме, заявленная тема раскрыта недостаточно полно, при оформлении презентации имеются недочеты.

«3» - Компьютерная презентация соответствует целям и задачам дисциплины, но её содержание не в полной мере соответствует заявленной теме, заявленная тема раскрыта недостаточно полно, нарушена логичность и последовательность в расположении слайдов.

«2» - Презентация не соответствует целям и задачам дисциплины, содержание не соответствует заявленной теме и изложено не научным стилем.

## Тематика сообщений, докладов

*Тематика может быть расширена/изменена с учетом интересов студентов*

Наименование разделов и тем	Тематика сообщений, докладов
Раздел 1. Основы теории услуг.	
Тема 1.1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.	Сервисная деятельность как процесс удовлетворения потребностей. Сервис как общественное и экономическое явление. Социальные предпосылки сервисной деятельности. Роль сервисной деятельности в социально-экономическом развитии страны. Структура и виды сервисной деятельности.
Тема 1.2. Услуга как специфический продукт.	Услуга как специфический продукт сервисной деятельности. Специфика оказания различных услуг в сервисной деятельности. Эффективность сервисной деятельности. Эволюция понятий «товар» и «услуга». Жизненный цикл услуги.
Раздел 2. Организация обслуживания потребителей.	
Тема 2.1. Теория организации обслуживания.	Основы организации сервисной деятельности в аэропортах. Основы организации рабочих мест в индустрии транспорта (воздушного транспорта). Способы и формы организации обслуживания оказания услуг.
Тема 2.2. Организация сервисной деятельности.	Организация обслуживания потребителей услуг воздушного транспорта. Способы и формы организации обслуживания оказания услуг. Контактная зона и ее характеристики.
<a href="#">Тема 2.3. Основные правила обслуживания потребителей.</a>	Основные правила обслуживания населения.
Тема 2.4. Классификация видов услуг.	Классификации типов и видов услуг на транспорте. Клиенты сферы услуг и их потребности.
Тема 2.5. Качество услуг сервисной деятельности.	Качество услуг и обслуживание пассажиров воздушного транспорта. Культура обслуживания как базовый элемент качества обслуживания. Методы определения показателей качества оказания услуг.

	<p>Качество обслуживания – как главная составляющая успешного функционирования организации.</p> <p>Стратегии создания конкурентных преимуществ, основанных на высоком уровне обслуживания.</p>
Раздел 3. Психологическая и этическая культура сервиса.	
Тема 3.1. Психологическая культура сервиса. Психологические особенности делового общения и его специфика в сфере обслуживания.	<p>Этика и психология сервисной деятельности.</p> <p>Особенности профессионального поведения в сфере сервиса.</p> <p>Этика и психология взаимоотношений в трудовом коллективе и в общении с потребителем.</p> <p>Основные психологические принципы взаимоотношения с клиентом.</p>
Тема 3.2. Нормы и правила профессионального поведения и этикета.	<p>Специфика межличностного общения работников аэропортов и пассажиров в процессе оказания услуги.</p> <p>Основные психологические принципы взаимоотношения с клиентом.</p> <p>Подходы к определению содержания и восприятия деловой этики и социальной ответственности в сфере услуг воздушного транспорта.</p>
Тема 3.3. Стандарты и методики обслуживания авиапассажиров.	<p>Особенности сервисной деятельности в отдельных отраслевых группах услуг (услуги воздушного транспорта).</p> <p>Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания пассажиров.</p> <p>Стандарты сервиса на транспорте при оказании первой помощи пассажирам.</p> <p>Различные средства делового общения при обеспечении финансовыми расчетами с пассажирами и грузоотправителями.</p>
Тема 3.4. Конфликты и стрессы в процессе профессиональной деятельности.	<p>Виды конфликтов и способы их разрешения.</p> <p>Принципы эффективного решения конфликтных ситуаций.</p> <p>Работа с жалобами потребителей услуг.</p> <p>Проблемные клиенты сферы услуг воздушного транспорта и их потребности.</p>

### **Критерии оценки сообщения**

Оценка «отлично» - учебный материал освоен студентом в полном объеме, студент легко ориентируется в материале, полно и аргументировано отвечает на дополнительные вопросы, излагает материал логически последовательно, делает самостоятельные выводы, умозаключения, демонстрирует кругозор, использует материал из дополнительных источников, интернет-ресурсы. Сообщение носит исследовательский характер. Речь характеризуется эмоциональной выразительностью, четкой дикцией, стилистической и орфоэпической грамотностью. Используется наглядный материал (презентация).

Оценка «хорошо» - по своим характеристикам сообщение студента соответствует характеристикам отличного ответа, но студент может испытывать некоторые затруднения в ответах на дополнительные вопросы, допускать некоторые погрешности в речи. Отсутствует исследовательский компонент в сообщении.

Оценка «удовлетворительно» - студент испытывал трудности в подборе материала, его структурировании. Пользовался, в основном, учебной литературой, не использовал дополнительные источники информации. Не может ответить на дополнительные вопросы по теме сообщения. Материал излагается не последовательно, не устанавливаются логические связи, студент затрудняется в формулировке выводов, допускает стилистические и орфоэпические ошибки.

Оценка «неудовлетворительно» - сообщение студентом не подготовлено, либо подготовлено по одному источнику информации, либо не соответствует теме.

### **Критерии оценки доклада**

Оценка «5» Доклад производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом. Обучающийся представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался. Обучающийся отвечает на вопросы. Выводы полностью характеризуют работу.

Оценка «4» Доклад четко выстроен. Демонстрационный материал использовался в докладе, хорошо оформлен, но есть неточности. Обучающийся отвечает на вопросы, но допускает неточности, затрудняется пояснить ответ. Выводы недостаточно полно сформулированы.

Оценка «3» Доклад рассказывается, но не объясняется суть работы. Обучающийся представил демонстрационный материал, но есть неточности, ошибки в оформлении. Обучающийся не может ответить на большинство вопросов. Выводы неполные.

Оценка «2» Доклад зачитывается. Представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен неграмотно, небрежно, нелогично. Обучающийся не может четко ответить на вопросы. Выводы имеются, но не доказаны.

## Задания для самостоятельной работы

1. Задание в таблице: распределите на 2 столбика отличительные характеристики материально-вещественных товаров и услуг.

<b>Вещь</b>	Редко индивидуальные товары	Материализация в вещи, могут накапливаться	Индивидуальность услуг
Нет передачи собственности	Производство и потребление осуществляются одновременно	Осязаемость	Процесс, деятельность не могут накапливаться
Однородные ресурсы и получаемые товары	Потребитель участвует в производственном процессе	Качественно определены	Производство, хранение и распределение отделено от потребления
Неосязаемость	Неоднородность (изменчивость) потребляемых ресурсов и результатов	Неопределенность качества	
Потребитель не участвует в производстве		Передача собственности	
Деятельность, процесс		Одну и ту же услугу можно несколько раз перепродать разным покупателям	- Товар получает только один покупатель единожды

<b>Вещь</b>	Редко индивидуальные товары	Материализация в вещи, могут накапливаться	Индивидуальность услуг
Нет передачи собственности	Производство и потребление осуществляются одновременно	Осязаемость	Процесс, деятельность не могут накапливаться
Однородные ресурсы и получаемые товары	Потребитель участвует в производственном процессе	Качественно определены	Производство, хранение и распределение отделено от потребления
Неосязаемость	Неоднородность (изменчивость) потребляемых ресурсов и результатов	Неопределенность качества	
Потребитель не участвует в производстве		Передача собственности	
Деятельность, процесс		Одну и ту же услугу можно несколько раз перепродать разным покупателям	- Товар получает только один покупатель единожды

Материально-вещественные товары	Услуги
- вещь	- деятельность, процесс
- осязаемость	- неосязаемость
- материализация в вещи, могут накапливаться	- процесс, деятельность не могут накапливаться

- производство, хранение и распределение отделено от потребления	- производство и потребление осуществляются одновременно
- потребитель не участвует в производстве	- потребитель участвует в производственном процессе
- передача собственности	- нет передачи собственности
- однородные ресурсы и получаемые товары	- неоднородность (изменчивость) потребляемых ресурсов и результатов
- редко индивидуальные товары	- индивидуальность услуг
- товар получает только один покупатель единожды	- одну и ту же услугу можно несколько раз перепродать разным покупателям
- качественно определены	- неопределенность качества

2. Напишите ЭССЕ на тему «Услуга как специфический продукт». Раскройте основные отличия услуги от товара. (100-150 слов).

Требования к эссе:

Объем эссе не должен превышать 1–2 страниц

Эссе должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной

Необходимо писать коротко и ясно. Эссе не должно содержать ничего лишнего, должно включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия вашей позиции, идеи

Эссе должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре

Каждый абзац эссе должен содержать только одну основную мысль

Эссе должно показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи

Эссе должно содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции

3. Выполнение задания теме «Контактная зона» в рабочей тетради:

1. Дайте определения следующим понятиям:

Контактная зона – \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_;

Пространство контакта - \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



- a) \_\_\_\_\_ ;
- б) \_\_\_\_\_ ;
- в) \_\_\_\_\_ ;
- г) \_\_\_\_\_ ;
- д) \_\_\_\_\_ ;
- е) \_\_\_\_\_ ;

**7. Дополните следующее положение**

В сервисной деятельности необходимо учитывать \_\_\_\_\_, определяющие динамику \_\_\_\_\_ процессов, \_\_\_\_\_ взаимоотношений, \_\_\_\_\_ поведения

**8. К какому из перечисленных законов относится это определение?**

Психика человека представляет собой органичное единство, целостность двух компонентов - осознаваемого (логическо-мыслительного) и неосознаваемого (эмоционально-чувственного, интуитивного) и соотносятся эти компоненты (или части личности) между собой так, как надводная и подводная части айсберга:

- а) закон неопределенности отклика;
- б) закон неадекватности отображения человека человеком;
- в) закон неадекватности самооценки;
- г) закон расщепления смысла управленческой информации;
- д) закон самосохранения;
- е) закон компенсации.

**9. Найдите правильный вариант ответа.**

На каком этапе задача работника контактной зоны состоит в том , чтобы умело стимулировать решение клиента сделать заказ:

- а) первый этап;
- б) второй этап;
- в) третий этап .

**10. Дополните следующее положение**

\_\_\_\_\_, проявляется в том случае, когда потребитель продолжает в течение продолжительного времени приобретать товар/услугу определенной марки, но, несмотря на это, привязанность к данной марке у него отсутствует. \_\_\_\_\_, связанная с отношением. Этот вид лояльности, напротив, предполагает заинтересованность потребителя в покупке именно конкретного бренда.

4. Выполнение задания по теме «Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека».

1. Дайте определение следующим понятиям:

сервисная деятельность — \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ *исполнитель* \_\_\_\_\_

потребитель — \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Сервисная деятельность – это:

- а) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
- б) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
- в) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

3. Дополните следующее положение:

Важной особенностью услуги является \_\_\_\_\_ для \_\_\_\_\_, причем это действие может оказывать как живой труд ( \_\_\_\_\_), так и труд, овеществленный в осязаемом продукте.

4. Дайте определение понятию:

Полезный эффект от услуги — \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5. В сервисологии существуют понятия идеальной и реальной услуги.

Дополните следующие понятия:

а) \_\_\_\_\_ — это абстрактная, теоретическая модель того или иного вида сервисной деятельности. Она включает правила обслуживания населения, стандарты качества, технологию оказания услуги.

б) \_\_\_\_\_ — это конкретные материальные действия, направленные на удовлетворение потребностей потребителя. Эти услуги индивидуализированы по исполнителям, потребителям, конкретным условиям их оказания.

в) \_\_\_\_\_ — это услуги, удовлетворяющие материальные потребности людей.

г) \_\_\_\_\_ — это услуги, удовлетворяющие духовные, интеллектуальные потребности людей и поддерживающие их нормальную жизнедеятельность.

6. Дайте определения следующим понятиям:

*Деятельность* - \_\_\_\_\_

---

---

---

---

*Базовые потребности* - \_\_\_\_\_

---

---

*Цель сервисной деятельности* - \_\_\_\_\_

---

---

---

*Духовность* - \_\_\_\_\_

---

---

7. Всякая потребность побуждает человека на действия по ее реализации.

К каким потребностям относятся эти понятия:

а) \_\_\_\_\_ — это всеобщие потребности, присущие всем людям, к базовым потребностям относятся: биологические, материальные, социальные и духовные потребности.

б) \_\_\_\_\_ — это всеобщие первичные потребности жизнедеятельности организма, нормального функционирования, питания, потребности расширения жизненного пространства, и пр.

в) \_\_\_\_\_ - потребности в средствах и условиях удовлетворения биологических, социальных и духовных потребностей. Норма материальных потребностей определяется существующим в стране уровнем развития материального производства, наличием в нем природных ресурсов, положением человека в обществе, видом деятельности и должна обеспечить каждой личности нормальные условия ее трудовой и иной деятельности.

г) \_\_\_\_\_ — это стремление преодолеть себя в своем сознании, достичь высоких целей, следовать личному и общественному идеалу, общечеловеческим ценностям.

д) \_\_\_\_\_ - основанием для выделения этой группы потребностей является классификация потребностей по критериям их гуманистической и этической направленности,

по их роли в образе жизни и всестороннем гармоничном развитии личности.

### **Критерии оценки самостоятельной работы**

Оценка «5» ставится, если студент полностью владеет материалом, умеет привести примеры; более 80% работы выполнено без ошибок;

оценка «4» ставится, если студент владеет материалом, но не может привести примеры; более 70% работы выполнено без ошибок.

оценка «3» ставится, если студент владеет материалом не полностью, не может привести примеры, более 50% работы выполнено без ошибок.

оценка «2» ставится, если студент не владеет материалом, не может привести примеры; все работа выполнена с грубыми ошибками.

### **III. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

#### **Вопросы для экзамена**

1. Понятие культуры обслуживания.
2. Основные составляющие культуры обслуживания.
3. Показатели оценки уровня культуры обслуживания.
4. Эстетическая культура сервиса.
5. Формы проявления эстетической культуры сервиса.
6. Роль корпоративной культуры в повышении уровня культуры обслуживания.
7. Основные направления совершенствования культуры обслуживания на предприятиях сервисной сферы.
8. Понятие качества услуги.
9. Основные критерии качества услуги.
10. Методы оценки качества услуг аэропорта.
11. Техническое и функциональное качество предоставляемой услуги.
12. Ожидаемое и воспринятое качество услуги.
13. Мероприятия для повышения качества предоставляемых услуг в аэропорту.
14. Методы оценки степени удовлетворенности клиента услугой.
15. Перечень правил при работе с жалобами клиентов.
16. Основные виды общения в «контактной зоне».
17. Перечень условий, которым должен отвечать процесс контакта между клиентом и исполнителем.
18. Роль общения в построении процесса обслуживания клиентов.
19. Основные требования, предъявляемые к пространству контакта.
20. Особенности организации пространства контакта в различных сервисных предприятиях, особенности контактных зон аэропортов.
21. Составляющие понятия «фирменный стиль сервисной организации воздушного транспорта».
22. Специфические характеристики услуг приводят к несоответствующему уровню обслуживания потребителя.
23. Цели потребителя, подающего жалобы на плохое обслуживание, действия персонала.
24. Принципы эффективного решения конфликтных ситуаций. Пример конфликта и его разрешения в сфере обслуживания пассажиров аэропорта.
25. Психологические механизмы взаимопонимания с потребителем, наиболее эффективные в условиях совместной деятельности.
26. Основные причины деловых и межличностных конфликтов в сфере сервиса на воздушном транспорте.
27. Типы конфликтных личностей среди потребителей услуг воздушного транспорта.
28. Стратегии поведения для работника сферы сервиса в конфликтной ситуации.
29. Правовые аспекты сервисной деятельности, общие для всех сервисных организаций.

#### **Критерии оценивания:**

Оценивается объем изученного материала по дисциплине, умение излагать теоретический материал и применять теорию в решении практических заданий. Оценивается изложение ответов на вопросы, ответы на дополнительные вопросы, самостоятельность ответов, культура речи.

5 «отлично» - заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного программного материала. Выполнивший все предусмотренные программой за-

дания, усвоивший основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, проявивший творческие способности и научный подход в понимании и изложении учебного материала, который представлен последовательно и логично.

4 «хорошо» - заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, выполнивший все предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, отличавшийся достаточной активностью на практических (семинарских, лабораторных) занятиях, достаточный для дальнейшей учебы.

3 «удовлетворительно» - заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей педагогической деятельности, не отличавшийся активностью на практических (семинарских, лабораторных) занятиях, выполнивший основные предусмотренные программой задания, однако допустивший погрешности при их выполнении и в ответах на контрольно-проверочных занятиях, но обладающий необходимыми знаниями для устранения наиболее существенных из них.

2 «неудовлетворительно»- выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях или отсутствие знания по значительной части основного учебно-программного материала, не выполнившего предусмотренные программой основные задания, допустившему принципиальные ошибки в выполнении заданий.