

Утверждаю
Ректор института
_____ А.А. Паршина

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по организации самостоятельной работы студентов и
проведению
практических (семинарских) занятий
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основы сервиса

(наименование дисциплины (модуля))

Специальность	38.02.04 Коммерция (по отраслям)
Форма обучения	очная

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРАКТИЧЕСКИМ РАБОТАМ

Практическое занятие

«Подбор подхода и его обоснование по заданным видам услуг»

Цель работы

1. Систематизация знаний о подходах к осуществлению сервиса
2. Приобретение и развитие навыков по выбору подхода к осуществлению парикмахерских услуг.

Материалы, инструменты и приспособления для выполнения практического задания: конспект, тетрадь для практических работ, ручка

Теоретические основания для выполнения работы:

Основные подходы к осуществлению сервиса;

- негативный подход – при данном подходе производитель рассматривает проявившиеся дефекты изделия как случайно возникшие ошибки, а сервис как излишние расходы;
- исследовательский подход – акцент делается на внимательный сбор и обработку информации о дефектах используемой продукции для улучшения в дальнейшем ее качества; этот подход больше опирается на выявление причины возникновения дефекта, нежели на ремонт самого изделия;
- сервис как хозяйственная деятельность – сервис может быть серьезным источником прибыли организации, особенно если продано большое количество изделий и систем, которые уже находятся в послегарантийном периоде. Любое совершенствование продукта в направлении увеличения надежности ограничивает доходы от сервиса. Но, с другой стороны, создает предпосылки для успеха в конкурентной борьбе;
- сервис – обязанность поставщика – сервис обеспечивается тем звеном канала распределения, который наиболее близок к потребителю, обязанности производителя исчерпываются поставкой оговоренных запасных частей и помощью в рамках гарантийного срока;
- сервис – обязанность производителя – это подход основан на том, что на изделии указана марка производителя и только он может обеспечить полный и качественный сервис;
- ограниченная ответственность – согласно этому подходу, производитель и поставщик имеют обязанности по ТО до окончания гарантийного срока; после этого сервис осуществляется независимыми фирмами;
- сервис – средство в конкурентной борьбе – усилия фирм направлены на: 1- организацию образцового сервиса; 2 –наблюдение за изделием в эксплуатации, независимо от того поступал ли сигнал о возникших проблемах; 3 –возможно даже замену узлов на более современные, разработанные производителем после покупки соответствующего товара. 4 – цель – убедить потребителя, чтобы в будущем при возникновении необходимости покупки нового товара данного производителя или поставщика, он не задумывался о каком-либо ином выборе;
- оптимальное качество – сервис рассматривается как важный источник информации о том, почему появилась неисправность и что нужно для усовершенствования продукции, чтобы в будущем этого не случилось;
- социально-экономический подход – невнимание производителя к проблемам сервиса оценивается потребителями как грубое пренебрежение их интересами. А проведение, например, рекламной кампании с акцентом на организацию и качество сервиса может создать впечатление о том, что сама продукция не очень качественная. Обычно ищут вариант, при котором на производителя (поставщика)

возлагается ответственность за освобождение потребителя от всяких забот по поводу поведения изделия в эксплуатации.

Порядок выполнения задания:

1. подобрать подхода к осуществлению парикмахерских услуг.
2. обосновать подбор подхода к осуществлению парикмахерских услуг.
3. записать в тетрадь обоснование подхода.

Практическое занятие

Решение ситуационных задач по разрешению конфликтных ситуаций при оказании парикмахерских услуг (применение Закона РФ «О защите прав потребителей»)

Цель работы

1. Систематизация знаний о организации оказания услуг.
2. Систематизация знаний Закона РФ «О защите прав потребителей»
2. Приобретение и развитие навыков по организации оказания услуг.

Материалы, инструменты и приспособления для выполнения практического задания: конспект, тетрадь для практических работ, ручка

Теоретические основания для выполнения работы:

Модель организации деятельности предприятия сферы сервиса

Предприятие сферы сервиса

Юридическая основа	Хозяйственная основа	Отраслевая основа
<ul style="list-style-type: none">• организационное единство;• имущественная обособленность;• самостоятельная гражданско-правовая ответственность;• выступление в гражданско-правовом обороте от собственного имени	<ul style="list-style-type: none">• права собственности;• персонал предприятия;здания, оборудование, инвентарь, нематериальные активы;• материалы;• услуги, товары;• денежные средства	<ul style="list-style-type: none">• особенности деятельности;• производственно-технологическая структура;• организационная структура управления;• экономическая и учетная политика предприятия

Порядок выполнения задания:

1. подобрать модель организации предприятия по оказанию парикмахерских услуг.
2. обосновать подбор модели организации
3. записать обоснование в тетрадь
4. разобрать конфликтную ситуацию с клиентом при оказании услуг, разрешить конфликт, основываясь на Законе РФ «О защите прав потребителей»
5. записать обоснование в тетрадь

Практическое занятие

«Исследование показателей качества и уровня услуг обслуживания»

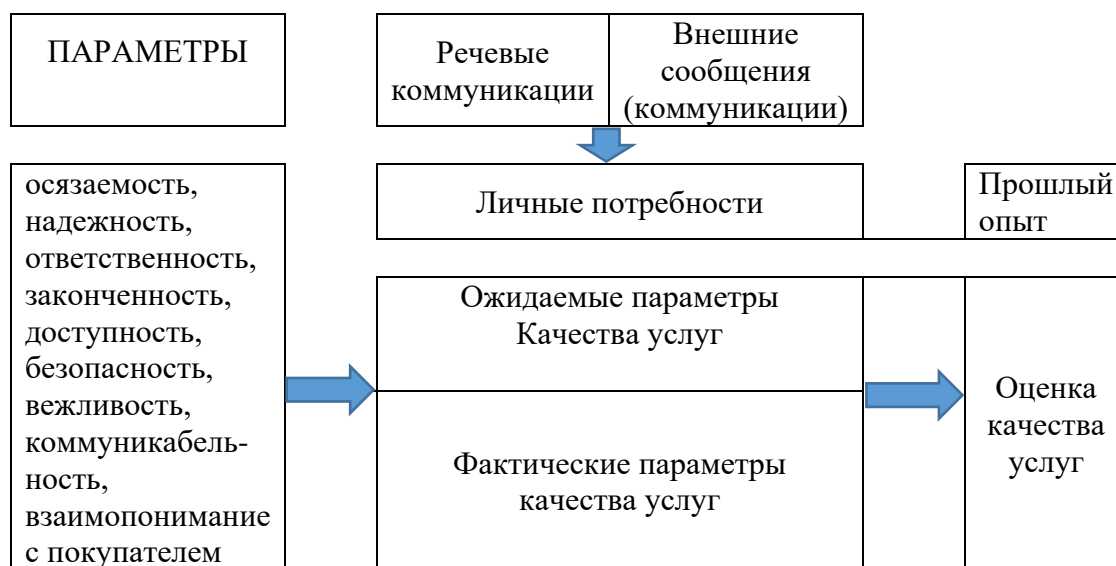
Цель работы

1. Систематизация знаний о показателях качества обслуживания.
2. Приобретение и развитие навыков по выявлению уровня обслуживания.

Материалы, инструменты и приспособления для выполнения практического задания: конспект, тетрадь для практических работ, ручка

Теоретические основания для выполнения работы:

Для каждого параметра оценки качества услуг имеются две величины (условные) – ожидаемая покупателем и фактическая. Разница между этими двумя величинами называется расхождением (рассогласованием) и оценивает степень удовлетворения покупателя качеством услуги.



Порядок выполнения задания:

1. составить анкету для выявления качества обслуживания.
2. выполнить работу в тетради

Практическое занятие
«Выбор модели поведения в заданной ситуации»

Цель работы

1. Систематизация знаний о коммуникации с клиентами.
2. Приобретение и развитие навыков коммуникации.

Материалы, инструменты и приспособления для выполнения практического задания:

конспект, тетрадь для практических работ, ручка варианты поведения клиентов (приложение 1)

Теоретические основания для выполнения работы:

Клиентов можно отнести к четырем основным психологическим типам,

- Автономный клиент
- Экспансивный клиент
- Дружественный клиент
- Нерешительный клиент

Но в чистом виде психологические типы встречаются крайне редко. Исходя из поведения человека, его манеры говорить и держаться, можно практически всегда определить преобладающий тип индивидуума.

На это и следует ориентироваться специалисту, выстраивая эффективные отношения с клиентом. Кроме того, необходимо учитывать особенности, потребности и мотивацию каждого посетителя. Все эти факторы могут помочь мастеру превратить потенциального клиента в постоянного.

Порядок выполнения задания:

1. рассмотреть вариант поведения клиента.
2. выбрать модель своего поведения с клиентом.
3. обосновать выбранную модель поведения.
4. записать в тетрадь

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Автономный клиент



С ним практически невозможно выстроить теплые, личностные отношения: общение будет проходить в плоскости формальных контактов. И дело не в том, что специалист не может «достучаться» до такого клиента, а в том, что последнему в подобном состоянии вполне комфортно. Он не желает идти на более близкий контакт, делиться информацией о себе – и это его право, которое необходимо уважать.

Автономным может быть новый клиент, который, еще не зная сотрудников салона, не имеет оснований доверять им. Кроме того, автономным может стать и достаточно открытый постоянный посетитель, находящийся в таком состоянии временно, в силу сложившихся жизненных обстоятельств. Вести себя подобным образом может также человек, сознательно выбирающий формальные отношения в силу своего характера или социального статуса.

При общении с автономным клиентом специалисту лучше поддерживать разговор с ним на профессиональные темы, а не обсуждать личные проблемы. Однако это не означает, что мастер должен занять отстраненную позицию: напротив, он обязан демонстрировать свою искреннюю заинтересованность и заботу.

Экспансивный клиент



Визит в салон экспансивного клиента никогда не остается незамеченным: он появляется шумно и стремительно, требует к себе всеобщего внимания, говорит много и категорично. Для него характерна быстрая смена настроений: он эмоционален, вспыхивает, как спичка, но так же быстро и остывает.

Экспансивный клиент в большинстве случаев увлечен только собственной персоной; он проявляет чрезмерную активность, перехватывает инициативу в общении, подавляет мастера, диктует, что и как ему делать. Для поддержания диалога с ним косметологу необходимо демонстрировать свое внимание и интерес, произнося, например, фразы «да-да», «очень интересно, продолжайте».

Специалист должен быть уверен в себе, деловит, дружелюбен и энергичен, излагать мысли просто и доступно. Следует дать высказаться посетителю (иначе он просто не услышит собеседника) и постараться вернуть его в русло профессионального разговора.

Дружественный клиент



При контактах с этим типом людей границы общения расширяются, что дает возможность установить прочные и долговременные отношения. Как правило, дружественный клиент доверяет специалистам салона: без опасений решается на любые новые процедуры, эксперименты со своей внешностью. Он легко делится с мастером информацией личного характера, с удовольствием поддерживает беседу на самые разнообразные темы.

На первый взгляд может показаться, что это идеальный клиент, однако здесь есть свои сложности: такая тактика поведения посетителя таит опасность установления панибратских отношений, которые впоследствии могут начать тяготить мастера. Поэтому с дружественным клиентом целесообразно поддерживать контакт, основанный на взаимном доверии, но не выходящий за деловые рамки.

Нерешительный клиент



К этой категории, как правило, относятся неуверенные в себе люди, не имеющие четкого представления о том, чего они вообще хотят от жизни. Нередко они просят специалиста принять решение за них. Наиболее частые высказывания, которые можно от них услышать – «я не знаю», «посоветуйте», «что бы вы мне порекомендовали?».

Может показаться, что нерешительный клиент – находка для мастера, но, вступая в отношения с ним, следует иметь в виду, что подобный тип людей очень любит игру под названием «передача ответственности». Перекладывая ответственность на мастера, клиент получает возможность манипулировать им.

Есть и еще один подводный камень. В силу неуверенности в себе нерешительный клиент редко жалуется или выражает свое недовольство; он может улыбаться и говорить, что ему все нравится, но при этом быть недовольным результатом – ведь за него опять все решил кто-то другой.

Задача специалиста салона – максимально вовлечь клиента во все происходящие действия. Мастер должен только помочь советом, мотивируя при этом посетителя сделать выбор самостоятельно. Эта стратегия хороша еще и тем, что у человека разрушается стереотип, касающийся невозможности личного принятия решения.

Практическое занятие

«Социально-психологический тренинг межличностного общения»

Цель работы

1. Систематизация знаний о межличностном общении.
2. Приобретение и развитие навыков в межличностном общении.

Материалы, инструменты и приспособления для выполнения практического задания: конспект, тетрадь для практических работ, ручка, условия тренинга (приложение 2)

Теоретические основания для выполнения работы:

Общение – это специфическая форма взаимодействия человека с другими людьми как членами общества, в общении реализуются социальные отношения людей.

Порядок выполнения задания:

1. принять участие в коллективном тренинге
2. выводы записать в тетрадь

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Цель занятия - умение адекватно воспринимать негативное и позитивное мнение о себе, развитие умения оказывать положительные знаки внимания, диагностика групповой сплоченности, преодоление тревожности индивидуальной и групповой напряженности.

Упражнение "Два круга"

Участники образуют два круга: внешний и внутренний.

- а) каждый участник внешнего круга высказывает негативное мнение, суждение участникам внутреннего круга, при чем внешний круг передвигается по часовой стрелке. Заняв исходную позицию, участники внешнего круга высказывают позитивное мнение, отмечая положительные качества, личностные особенности участников внутреннего круга.
- б) внешний круг меняется на внутренний и процедура возобновляется.

Практическое занятие

«Методы профилактики конфликта и приемы регулирования в заданной ситуации»

Цель работы

1. Систематизация знаний о конфликтах и их регулирование.
2. Приобретение и развитие навыков профилактики конфликтов.

Материалы, инструменты и приспособления для выполнения практического задания: конспект, тетрадь для практических работ, ручка, конфликтные ситуации (приложение 3)

Теоретические основания для выполнения работы:

План разбора конфликтной ситуации:

1. Ситуация
2. Описание конфликта
3. Краткая характеристика субъектов конфликта
 - Схема конфликта
 - Структурная схема
5. Карта интересов
6. Формулировка причины конфликта
7. Инцидент
8. Типология данного конфликта
9. Стратегия поведения в конфликте сторон
10. Разрешение конфликта (снятие противоречий)

Порядок выполнения задания:

1. разобрать одну из конфликтных ситуаций.
2. обосновать способ урегулирования конфликта, выводы записать в конспекте

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Ситуация №1

Руководитель салона входит неожиданно в рабочий зал и становится свидетелем того, что один из мастеров грубо разговаривает с посетителем, необоснованно отказывает в обслуживании и т.п.

Ситуация №2

Руководитель салона (на отдыхе, в гостях, в транспорте и т.п.) становится свидетелем или даже участником разговора, при котором крайне нелестно отзываются о его подчиненных (возможно обвиняют в вымогательстве, хамстве и т.п.).
вариант 1: участвующим в разговоре известен статус руководителя

вариант 2: позиция руководителя остается инкогнито во все время разговора для собеседников.

Следует обсудить поведение руководителя в процессе данной ситуации, а также его дальнейшее поведение в рамках своих должностных полномочий.

Ситуация №3

Между коллективами, работающими в разные смены в салоне назревает моральный конфликт по поводу оценок качества и сложности их труда со стороны руководства (возможно в связи с состоявшимся, либо ожидаемым премированием)

вариант 1: руководителю стало известно о складывающейся ситуации со стороны;

вариант 2: руководитель стал невольным свидетелем перебранки, разговора на повышенных тонах в помещениях своего органа власти из которых понял суть назревающего конфликта.

Практическое занятие

«Составление резюме и анкеты при поступлении на работу»

Цель работы

1. Систематизация знаний о составлении резюме.
2. Приобретение и развитие навыков по составлению резюме и заполнению анкет при поступлении на работу.

Материалы, инструменты и приспособления для выполнения практического задания: конспект, тетрадь для практических работ, ручка, анкета (приложение 4)

Теоретические основания для выполнения работы:

Резюме имеет следующую структуру

1. Название – просто слово «резюме».
2. Цель – указание должности, на которую вы претендуете. Желательно укажите несколько вариантов.
3. Контактная информация: ФИО, адрес проживания, номера ваших телефонов, адрес электронной почты.
4. Полученное образование. У претендента, который еще не имеет опыта работы, этот пункт резюме должен быть расписан особенно тщательно. Образование указывается датами в обратном порядке. Также обязательно укажите о прохождении специализированных курсов. Информацию о средней школе необходимо прописывать только в том случае если вы ее закончили с отличием или это была спецшкола
5. Трудовой стаж, указанный в обратной хронологии. Напротив даты указывается: организация, должность, выполняемые обязанности. При отсутствии трудового стажа указывается стажировка, которая была успешно пройдена.
6. Дополнительные навыки. В этом разделе указывайте те качества, которые вас характеризуют как работника: - наличие водительских прав; - умение работать с ПК и определенными программами; - участие в профессиональных организациях; - владение иностранными языками.
7. Дополнительная информация, хобби, общественная деятельность.
8. Указание возможных рекомендаций.
9. Дата составления резюме и подпись

Порядок выполнения задания:

1. написать резюме в конспекте.
2. заполнить анкету (приложение 4)

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Претендент на должность



место для
фотографии

АНКЕТА

Фамилия _____ Имя _____ Отчество _____

Дата рождения _____ Гражданство _____

Место рождения (село, город, край, область, республика): _____

Адрес (место жительства): индекс, область, город, улица, дом, квартира _____

Адрес (место прописки): индекс, область, город, улица, дом, квартира _____

Домашний телефон _____ Сотовый телефон _____ Рабочий телефон _____

Паспортные данные _____

Семейное положение _____

Сведения о близких родственниках (муж, жена, отец, мать, братья, сестры, дети):

Степень родства	Ф.И.О.	Дата рождения	Место работы, должность	Телефон	Адрес (место жительства)

Отношение к воинской обязанности и воинское звание: _____

Образование:

Дата поступления	Дата окончания	Название учебного заведения	Специальность

Дополнительное образование: _____

Навыки владения компьютером, с какими программными продуктами приходилось работать:

Знание иностранных языков, степень владения:

Рекомендатели (должность, Ф.И.О. и контактный телефон)

Трудовая деятельность (укажите в обратном хронологическом порядке 5 последних мест Вашей работы)

Дата		Наименование организации	Должность	Адрес организации	Причина увольнения (фактическая)
начало	окончание				

Желаемый уровень заработной платы:

на испытательный срок

после испытательного срока

Преимущества Вашей

кандидатуры:

Ваши хобби

Какую информацию Вы хотели

бы добавить о себе

Против проверки предоставленной мною информации не возражаю.