

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г. ШУХОВА»
В Г. НОВОРОССИЙСКЕ
(НФ БГТУ им. В.Г. Шухова)



УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала

И.В. Чистяков

25 ноября 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.01 Сервисная деятельность на транспорте (по видам транспорта)

наименование дисциплины

Специальность: 43.02.06 Сервис на транспорте (по видам транспорта)

Квалификация: специалист по сервису на транспорте

Форма обучения: очная

Срок обучения: 2 года 10 месяцев

Новороссийск – 2023

Рабочая программа составлена на основании требований:

Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.06 Сервис на транспорте (по видам транспорта), утвержден приказом Министерством просвещения Российской Федерации от «26» августа 2022 г. № 777 (зарегистрировано в Минюсте РФ 29 сентября 2022 года, регистрационный номер 70278)

Плана учебного процесса НФ БГТУ им. В.Г. Шухова по специальности:

43.02.06 Сервис на транспорте (по видам транспорта), введенного в действие в 2023 году.

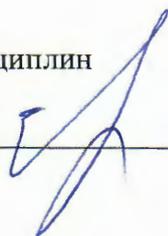
Составитель(составители): доцент  А.В.Картыгин

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

«24» ноября 2023 г.,

протокол № 3

Заведующий кафедрой технических дисциплин

д.т.н., профессор  Г.Ю.Ермоленко

Рабочая программа одобрена научно-методическим Советом НФ БГТУ им.В.Г.Шухова

«25» ноября 2023 г., протокол № 2

Председатель к.ф.н., доцент  И.В.Чистяков

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Сервисная деятельность на транспорте по видам транспорта» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам, ОК 04, Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01,	Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 04	Умения: организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	Знания: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет .58 ч., - 1,6 зач.ед. Семестр 4

Форма промежуточной аттестации дифференцированный зачёт

Виды учебной работы	Всего часов	4 семестр часов в семестре
Общая трудоемкость дисциплины, час	58	58
Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:		58
лекции		32
лабораторные		
практические		26
групповые консультации в период теоретического обучения и промежуточной аттестации		-
Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе:		-
Курсовой проект		-
Курсовая работа		-
Расчетно-графическое задание		-
Индивидуальное домашнее задание		-
Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические занятия, лабораторные занятия)		-
Промежуточная аттестация		диф.зачет

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Наименование тем, их содержание и объем 4 семестр

№п /п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям
Тема 1.1. Возникновение и развитие сервисной деятельности					
	Возникновения сервиса как особого вида профессиональной деятельности: социальные предпосылки, этапы развития. Потребности человека как движущая сила развития сервиса. Особенности сферы сервиса, как рынка услуг. Классификация потребностей. Классификация сервисных услуг. Понятие «контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности. Психологические основы процесса обслуживания. Рынок как основа сервисной деятельности.	4	4		
Тема 1.2. Виды услуг на транспорте (по виду), дополнительные услуги					
	Классификация услуг по функциональной направленности. Виды транспортных услуг. Дополнительные услуги на транспорте. Общероссийские классификаторы услуг населению. Виды услуг по виду транспорта их сущность.	4	4		
Тема 1.3. Государственное и региональное регулирование сервисной деятельности					
	Проблемы регулирования сервисной деятельности на федеральном уровне. Формирование региональной кадровой политики малого предпринимательства в сервисной деятельности. Корпоративное регулирование сервисной деятельности. Особенности обслуживания на различных видах транспорта.	4	4		
Тема 1.4. Стимулирование развития рынка услуг и рекламной деятельности					
	Показатели развития рынка транспортных услуг. Состояние монопольного и конкурентоспособного секторов рынка услуг. Гибкая тарифная политика. Индексация тарифов. Системы скидок с тарифов для различных видов транспорта. Транспортная составляющая в цене продукции. Порядок начисления дополнительных сборов. Определение размера транспортных издержек при перевозке грузов и пассажиров. Структура международных тарифов. Организация работы экспедиторских фирм. Выбор и обоснование рекламных показателей. Сегментация рынка транспортных услуг	8	10		
Тема 1.5. Защита прав потребителей					

	Законодательство о защите прав потребителей и его применение на транспортных предприятиях. Зоны ответственности за обеспечение качественного обслуживания.	4			
Тема 1.6. Повышение качества обслуживания на транспорте					
	Основные параметры характеризующие транспортное обслуживание. Основные показатели качества и порядок их контроля на транспортном предприятии (по виду транспорта). Направления совершенствования обслуживания и приемы повышения качества услуг по видам транспорта.	4	2		
Тема 1.7. Операторские транспортные компании по перевозке грузов (по виду транспорта)					
	Классификация операторских компаний. Сервис маршрутных назначений. Сервис перевозок грузов в технологических маршрутах. Сервис перевозок в отправительских маршрутах. Условия доставки грузов отправительскими маршрутами. Обоснование сервиса перевозок в отправительских маршрутах. Оценка эффективности перевозок грузов маршрутами	4	2		
ВСЕГО :		32	26		

3.2 Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Кол-во часов	Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям
1	Тема 1.1.	Практическое занятие 1. Оценка потребностей клиентов в сервисных услугах	2	
		Практическое занятие 2. Разнесение услуг на группы материальных и нематериальных	2	
2	Тема 1.2	Практическое занятие 3. Моделирование профессиональных ситуаций в сфере сервиса на транспорте (по виду) по решению конфликтных ситуаций	4	
3	Тема.1.3	Практическое занятие 4. Моделирование сервисного обслуживания на транспорте	4	
4	Тема 1.4	Практическое занятие 5. Расчет транспортной составляющей в цене продукции по видам транспорта	4	
		Практическое занятие 6. Структура дополнительных сборов по видам транспорта.	2	
		Практическое занятие 7. Расчет транспортных издержек при перевозке грузов и пассажиров (по виду транспорта).	4	
5	Тема 1.6	Практическое занятие 8. Определение критериев качества обслуживания	2	

6	Тема 1.7	Практическое занятие 9. Моделирование деятельности операторской транспортной компании	2	
	ВСЕГО		26	

3.3. Содержание лабораторных занятий

Не предусмотрено учебным планом

3.4. Содержание курсового проекта/работы

Не предусмотрено учебным планом

3.5. Содержание расчетно-графического задания

Не предусмотрено учебным планом

3.6. Содержание самостоятельных работ

Не предусмотрено учебным планом

4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины «Сервисная деятельность на транспорте (по видам транспорта)» осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, промежуточного тестирования, а также промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности; потребности человека и принципы их удовлетворения в деятельности организаций сервиса на транспорте; сущность услуги как специфического продукта; понятие "контактной зоны" как сферы реализации сервисной деятельности;</p> <p>правила обслуживания населения и законодательство о защите прав потребителей; способы и формы оказания услуг;</p> <p>нормы и правила профессионального поведения и этикета; этику взаимоотношений в трудовом коллективе, в общении с потребителями;</p> <p>критерии и составляющие качества услуг;</p> <p>Освоенные умения соблюдать в профессиональной деятельности правила обслуживания клиентов;</p> <p>определять критерии качества оказываемых услуг; использовать различные средства делового общения; анализировать профессиональные ситуации с позиций участвующих в них пассажиров особых категорий;</p> <p>выполнять требования этики при выполнении трудовых функций с учетом вида транспорта</p>	<p>- оценивание результата практической работы, оценка промежуточных тестов</p>
	<p>Итоговый контроль в форме дифференцированного зачета</p>

4.1 Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

4.1.1 Критерии оценивания выполнения практических работ

Критерии оценивания:

- полнота и правильность ответа;
- степень осознанности, понимания изученного

Показатели и шкала оценивания:

Шкала оценивания	Показатели
5	– обучающийся в полном объеме выполнил требования по выполнению практической работы;
4	– обучающийся в полном объеме выполнил требования по выполнению практической работы, но допустил 1-5 неточностей и в последствии сам их исправил
3	– обучающийся в полном объеме выполнил требования по выполнению практической работы, но допустил более 5 неточностей и в последствии сам их исправил
2	– обучающийся не в полном объеме выполнил практическую работу, допустил более 5 ошибок и не может их исправить

4.1.2 Перечень контрольных заданий для промежуточной аттестации № 1

Для первой промежуточной аттестации студент выполняет задание .

Темы рефератов

Виды сервисной деятельности.

Договора перевозки грузов, транспортной экспедиции, организации транспортного обслуживания.

Жизненный цикл услуги и его основные этапы

Конфликтные ситуации и их регулирование

Новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания населения

Исторические этапы сервисной деятельности

Отраслевая структура сферы сервиса

Транспортные услуги

Маркетинг как средство определения услуг, его особенности в сфере сервиса

Культура сервиса и ее составляющие

4.1.3 Перечень контрольных вопросов для промежуточной аттестации № 2

Становление и развитие сервиса в России, его основные этапы

Основные понятия и определения: услуга, сервис.

Показатели качества услуг и уровня обслуживания населения

Формирование рынка услуг.

Основные подходы к осуществлению сервиса.

Сервисная деятельность на автомобильном транспорте

Возникновение рынка услуг.

Виды услуг и их характеристика.

Этика и культура обслуживания.

Составляющие качества услуг и обслуживания.

Показатели и шкала оценивания:

Шкала оценивания	Показатели
5	– обучающийся в полном объеме выполнил требования по выполнению реферата, полностью раскрыл тему;
4	– обучающийся в полном объеме выполнил требования по выполнению реферата, но допустил 1-5 неточностей и в последствии сам их исправил
3	– обучающийся в полном объеме выполнил требования по выполнению реферата, но допустил более 5 неточностей и в последствии сам их исправил
2	– обучающийся не в полном объеме выполнил задание по реферату, допустил более 5 ошибок и не может их исправить

4.1.3 Перечень контрольных вопросов

Тесты по предмету «Сервисная деятельность»

Вариант №1

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:

- a) опрос, профессионализм, качество;
- b) услуга, спрос, специалист;
- c) деятельность, потребность и услуга.

2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:

- a) исследовательская;
- b) потребительская (пользовательская);
- c) ценностно-ориентационная.

3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:

- a) бронирование номеров;

- b) прием и размещение;
 - c) расчет при выезде.
4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:
- a) рекламные услуги;
 - b) организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
 - c) психодиагностику.
5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:
- a) уровень развития экономики и хозяйственная система;
 - b) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;
 - c) общественные структуры: политические партии.
6. В чем заключается неосвязаемость услуги:
- 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;
 - c) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.
7. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это:
- a) спрос;
 - b) потребность;
 - c) мотивация.
8. Отличительными особенностями услуг являются:
- a) неразрывность производства и потребления услуги;
 - b) несохраняемость услуг;
 - c) незабываемость услуг.
9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:
- a) определенный способ предоставления услуг заказчику;
 - b) предоставление информации клиенту;
 - c) оказание услуги клиенту.
10. Сервисная деятельность – это:
- a) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
 - b) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
 - c) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.
11. Услуга обладает следующими качествами:
- a) способность к хранению и транспортировке;
 - b) неотделимость от своего источника;
 - c) неизменностью качества.
12. К некоммерческим услугам относят:
- a) услуги предприятий туризма и отдыха;

- b) услуги организаций общественного питания;
 - c) услуги благотворительных фондов.
13. Целью сервисной деятельности является:
- a) удовлетворение человеческих потребностей;
 - b) исследование рынка услуг;
 - c) производство услуг.
14. Контактной зоной не является:
- a) зона ремонта бытовой техники;
 - b) рабочее место парикмахера;
 - c) рабочее место стоматолога.
15. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:
- a) бесконтактным;
 - b) формальным;
 - c) бесплатным.
16. Физические потребности это потребности в:
- a) в общественной деятельности,
 - b) во сне;
 - c) в творческой деятельности.
17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:
- a) бесконтактное обслуживание;
 - b) фирменное обслуживание;
 - c) неформальное обслуживание.
18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:
- a) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
 - b) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.
 - c) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.
19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Интимное расстояние - общение близких или хорошо знакомых людей.
- a) 0 – 45см;
 - b) 45 – 120 см;
 - c) 120 – 400 см.
20. Франчайзинг это:
- a) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;

- b) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества;
- c) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- a) социальный статус;
- b) выгода;
- c) мотив.

22. Характеристика услуг:

- a) неопределенность качества;
- b) могут накапливаться;
- c) передача собственности.

23. Характеристика товаров:

- a) неоднородность;
- b) индивидуальность;
- c) осязаемость.

24. Виды сервиса по содержанию работ. Жесткий сервис это:

- a) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
- b) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;
- c) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

Вариант №2

1. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:
 - a) жилищно-коммунальные услуги;
 - b) научно-исследовательские услуги;
 - c) услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги;
2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
 - a) материально-преобразовательная;
 - b) исследовательская;
 - c) потребительская (пользовательская);
3. Какие из перечисленных услуг ресторана относятся к вспомогательным?
 - a) Резервирование столиков;
 - b) Вызов такси;
 - c) Кондиционирование воздуха;
4. Реклама, экспертиза, психодиагностика, имиджмейкерские услуги, художественно-

оформительские услуги – это область сервиса в:

- a) материально-преобразовательной деятельности;
- b) познавательной деятельности;
- c) ценностно-ориентационной деятельности;

5. Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:

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

6. Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это:

- a) контактная зона;
- b) зал ожидания;
- c) комната для посетителей.

7. В чем заключается несохраняемость 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;
- c) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

- a) неосвязаемость услуг;
- b) неразрывность производства и потребления услуги;
- c) незабываемость услуг.

9. Обслуживание это:

- a) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги;
- b) оказание услуги потребителю;
- c) комплекс мер по обслуживанию населения.

10. Сервис — это:

- a) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг;
- b) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой;
- c) предпродажное и гарантийное обслуживание.

11. Производственные услуги – это:

- a) услуги банков, страховых компаний;
- b) инжиниринг, обслуживание оборудования, лизинг;

- c) пассажирский транспорт, торговля, образование.
12. Услуги по регистрации транспортных средств являются:
- a) государственными;
 - b) идеальными;
 - c) смешанными.
13. Контактная зона – это:
- a) любое место, где производится услуга;
 - b) место, где услуга может храниться;
 - c) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы.
14. Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания – это:
- a) поиск понимания;
 - b) призыв к совести;
 - c) жалоба.
15. Социальные потребности это потребности в:
- a) в самовыражении;
 - b) в познании,
 - c) в жилье.
16. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:
- a) обслуживание на дому;
 - b) индивидуальное обслуживание;
 - c) письменное обслуживание.
17. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:
- a) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
 - b) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.
 - c) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.
18. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния.
Персональная дистанция - нормальное расстояние для общения знакомых людей..
- a) 0 – 45см;
 - b) 45 – 120 см;
 - c) 120 – 400 см.
19. Франчайзинг это:
- a) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.
 - b) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества
 - c) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право

контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;

20. Качество услуг тесно переплетается:

- a) с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия;
- b) со сбалансированным соотношением цены и качества продукции;
- c) со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания.

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- a) референтные группы;
- b) комфорт;
- c) престиж.

22. Характеристика услуг:

- a) деятельность, процесс;
- b) производство, хранение и распределение отделено от потребления;
- c) получает только один покупатель единожды.

23. Характеристика товаров:

- a) потребитель участвует в производственном процессе;
- b) производство и потребление осуществляются одновременно;
- c) передача собственности.

24. Виды сервиса по содержанию работ. Мягкий сервис это:

- a) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
- b) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;
- c) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

Вариант №3

1. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:

- a) бытовые услуги;
- b) услуги грузового и пассажирского транспорта, связи;
- c) управленческие услуги;

2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:

- a) исследовательская;
- b) потребительская (пользовательская);
- c) коммуникативная (общение).

3. Что такое трансфер?
- Покупка и доставка билетов;
 - Встреча и проводы;
 - Экскурсионные услуги.
4. Выделите два главных уровня сервиса в познавательной деятельности:
- эмпирический и теоретический;
 - оценочный и информационный;
 - аналитический и экспертный.
5. Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:
- потребность в уважении, физиологические потребности, потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо);
 - потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности.
 - физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении).
6. Совокупность предприятий сферы сервиса и их сервисная деятельность – это:
- индустрия сферы услуг;
 - инфраструктура сферы услуг;
 - индустрия сервиса.
7. Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем:
- это отчужденный от производителя результат труда;
 - это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа;
 - фактически производство совмещено с потреблением.
8. Отличительными особенностями услуг являются:
- неразрывность производства и потребления услуги;
 - несохраняемость услуг;
 - незабываемость услуг.
9. Сфера обслуживания населения – это:
- совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению;
 - деятельность предприятий и организаций, направленная на удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристских и экскурсионных услугах;
 - деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.
10. Услуга – это:
- любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо;

- b) осязаемые действия, направленные на товар или человека;
 - c) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями.
11. Общественными услугами являются:
- a) телевидение, радио, образование;
 - b) услуги, связанные с досугом;
 - c) услуги, связанные с транспортом.
12. К легитимным услугам относят:
- a) нелегальные услуги;
 - b) услуги, имеющие криминальный оттенок;
 - c) услуги, одобряемые государством и обществом.
13. Контактной зоной может считаться:
- a) стойка администратора в гостинице;
 - b) цех по ремонту оборудования;
 - c) строительная площадка.
14. Период времени, в течение которого потребитель взаимодействует с исполнителем услуги это:
- a) нормативное время;
 - b) время обслуживания;
 - c) ресурсное время.
15. Одной из существенных отличий услуги от товара является:
- a) различие мест хранения;
 - b) более высокая стоимость;
 - c) совмещение производства и потребления.
16. Интеллектуальные потребности это потребности в:
- a) образовании;
 - b) в самовыражении;
 - c) в пище.
17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:
- a) самообслуживание;
 - b) фирменное обслуживание;
 - c) индивидуальное обслуживание.
18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:
- a) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку;
 - b) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку;
 - c) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Социальная дистанция - формальные встречи в общественных местах..

- a) 120 – 400см;
- b) 45 – 120 см;
- c) 400 - 750см.

20. Франчайзинг это:

- a) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;
- b) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.
- c) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества.

21. Внутренние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- a) социальный статус;
- b) культура;
- c) престиж

22. Характеристика услуг:

- a) потребитель участвует в производственном процессе;
- b) производство, хранение и распределение отделено от потребления;
- c) передача собственности.

23. Характеристика товаров:

- a) потребитель участвует в производственном процессе;
- b) индивидуальность;
- c) передача собственности.

24. Виды сервиса по содержанию работ. Косвенный сервис это:

- a) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
- b) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;
- c) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

КЛЮЧИ К ТЕСТОВЫМ ЗАДАНИЯМ

Вариант №1:

1-с,
2-с,
3-а,
4-б,
5-с,
6-с,
7-с,
8-б,
9-а,
10-а,
11-б,
12-с,
13-а,
14-а,
15-а,
16-б,
17-а,
18-б,
19-а,
20-а,
21-а,
22-а,
23-с,
24-а,

Вариант №2:

1-б,
2-а,
3-б,
4-с,
5-б,
6-а,
7-с,
8-а,
9-а,
10-а,
11-б,
12-а,
13-с,
14-с,
15-а,
16-а,
17-с,
18-б,
19-с,
20-с,
21-а,

22-a,
23-с,
24-b,

Вариант №3:

1-с,
2-с,
3-b,
4-b,
5-с,
6-с,
7-с,
8-b,
9-a,
10-с,
11-a,
12-с,
13-a,
14-b,
15-с,
16-a,
17-a,
18-a,
19-a,
20-a,
21-с,
22-a,
23-с,

Шкала оценивания и перевода баллов в оценки

Процент выполнения	Количество баллов	Оценка
100% - 90%	6-7	«5»
89% - 80%	5-6	«4»
79% - 70%	4-5	«3»
69% и меньше	3 и меньше	«2»

Вопросы к дифференцированному зачету

Основные этапы становления и развития сервиса транспорта в России
Цели и задачи сервисной деятельности на транспорте
Виды сервисной деятельности на транспорте в России
Преимущества и недостатки сервисных транспортных предприятий
Состояние сферы сервиса и тенденции развития сервисной деятельности на транспорте на современном этапе развития экономики России
Факторы, влияющие на формирование услуги
Структура и особенности рынка услуг
Формы организации обслуживания населения на транспорте
Ответственность исполнителя услуги за соблюдение условий договора
Основные понятия психологической культуры сервиса на транспорте
Основные понятия профессиональной этики, правила профессионального поведения
Факторы, влияющие на ценообразование услуг

.Понятие качества услуги

Основные составляющие качества услуг и обслуживания

Факторы роста спроса на услуги на транспорте

Современные информационные системы в сфере сервиса на транспорте

Показатели и шкала оценивания:

Шкала оценивания	Показатели
5	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий;– обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные;– излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка
4	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого
3	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:<ul style="list-style-type: none">– излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;– не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;– излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого
2	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал

Вопросы и задания для проверки уровня сформированности компетенций ОК-1

(Вопросы закрытого типа)

1	2. Под методом или формой обслуживания следует понимать: а) предоставление информации клиенту б) определенный способ предоставления услуг заказчику в) оказание услуги клиенту
2	4. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют: а) бесконтактным б) бесплатным в) формальным

3	<p>6. В чем заключается неосвязаемость услуги:</p> <p>а) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит</p> <p>б) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения</p> <p>в) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса</p>
4	<p>7. Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания — это:</p> <p>а) поиск понимания</p> <p>б) призыв к совести</p> <p>в) жалоба</p>
5	<p>8. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:</p> <p>а) научно-исследовательские услуги</p> <p>б) жилищно-коммунальные услуги</p> <p>в) услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги</p>
6	<p>9. Услуга обладает следующими качествами:</p> <p>а) способность к хранению и транспортировке</p> <p>б) неизменностью качества</p> <p>в) неотделимость от своего источника</p>
7	<p>10. Франчайзинг — это:</p> <p>а) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества</p> <p>б) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли</p> <p>в) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании</p>
8	<p>11. Контактная зона — это:</p> <p>а) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы</p> <p>б) любое место, где производится услуга</p> <p>в) место, где услуга может храниться</p>
9	<p>12. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:</p> <p>а) потребительская (пользовательская)</p> <p>б) материально-преобразовательная</p> <p>в) исследовательская</p>
10	<p>13. Качество услуг тесно переплетается:</p> <p>а) со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания</p> <p>б) со сбалансированным соотношением цены и качества продукции</p> <p>в) с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия</p>
11	<p>14. Одно из ключевых понятий, которое используется при определении сервиса:</p> <p>а) профессионализм</p> <p>б) специалист</p> <p>в) деятельность</p>

10	<p>Дополните определение ... _____ качества транспортных услуг - это относительная характеристика качества предоставления услуг, основанная на сравнении значений показателей оцениваемой транспортной услуги с базовыми значениями соответствующих показателей.</p>
11	<p>Установите соответствие</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Соперничество между перевозчиками за лучшие, экономически более выгодные условия перевозок и реализации услуг 2. Соперничество различных видов транспорта 3. Конкуренция между различными экспедиторскими организациями и компаниями-операторами <p>1. партнерство, 2. конкуренция на транспорте, 3. межотраслевая конкуренция, 4. внутриотраслевая конкуренция</p>
12	<p>Установите соответствие</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Регулярность прибытия груза 2. Перевозки без потерь 3. Затраты на производство погрузочно-разгрузочных работ 4. Скорость движения <p>1. показатели своевременности, 2. экономические показатели, 3. показатели сохранности</p>
13	<p>Дополните определение ... _____ качеством - это методы и деятельность оперативного характера, используемые для удовлетворения потребностей к качеству.</p>
14	<p>Дополните определение Совокупность свойств и признаков, характеризующих назначение, полезность и способность удовлетворять определенные потребности пользователей в перемещении называется ... _____ транспортной услуги.</p>
15	<p>Установите соответствие уровней качества транспортного сервиса</p> <p>Первый уровень Второй уровень Третий уровень Четвертый уровень</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. соответствие возможностям", т.е. соответствие транспортных услуг не только требованиям стандартов, но и техническим, технологическим возможностям железных дорог 2. "соответствие требованиям рынка", т.е. удовлетворение требованиям клиентуры о высоком качестве и низкой цене транспортной услуги 3. "соответствие латентным потребностям" в железнодорожных перевозках 4. "соответствие потребностям в перевозках массовых грузов", т.е. потребности промышленных предприятий в перевозках топливно-энергетических грузов 5. "соответствие стандарту", т.е. статьям Федеральных законов (Устав железнодорожного транспорта РФ, Правила перевозок и другие нормативные документы);
16	<p>Дополните определение Характеристика транспортной услуги, обеспечивающей перевозку без потерь, повреждений, пропаж, загрязнений называется _____ перевозки.</p>

17	Дополните определение - это система организации и управления деятельностью предприятий, компаний и фирм по производству и сбыту товаров и оказанию услуг на основе комплексного изучения рынка и запросов потребителей, планирования соответствующего ассортимента и объема выпускаемых товаров и услуг, определения цен, распределения продуктов между выбранными сегментам рынка и стимулирования их сбыта в целях создания наилучших экономических условий реализации субъектам рынка.
18	Дополните определение Устный опрос респондента и занесение его ответов в анкету маркетологом, проводящим опрос называется _____.
19	Дополните определение Раздача в местах проведения исследований анкет, и самостоятельное заполнение их самими респондентами называется _____.

Ключ ответов

№ вопроса	Верный ответ
1	своевременность
2	сохранность
3	сертификация
4	стандартизация
5	сертификат
6	лицензия
7	показатель качества
8	добровольная сертификация
9	обязательная сертификация
10	уровень
11	1-2,2-3,3-4
12	1-1,2-3,3-2
13	управление
14	качество
15	1-5,2-1,3-2,4-3
16	сохранность
17	маркетинг
18	интервью
19	анкетирование

**Вопросы и задания для проверки уровня сформированности
компетенций ОК-4**

(Вопросы закрытого типа)

1	Одно из ключевых понятий, которое используются при определении сервиса: а) потребность б) профессионализм в) качество
2	Одно из ключевых понятий, которое используются при определении сервиса: а) качество б) услуга в) специалист
3	Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение: а) престиж б) комфорт в) референтные группы
4	18. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей: а) индивидуальное обслуживание б) самообслуживание + в) фирменное обслуживание
5	Характеристика товаров: а) производство и потребление осуществляются одновременно б) потребитель участвует в производственном процессе в) передача собственности
6	Интеллектуальные потребности — это потребности в: а) пище б) образовании в) самовыражении
7	Отличительными особенностями услуг являются: а) неосязаемость услуг б) незабываемость услуг в) неразрывность производства и потребления услуги
8	Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем: а) это отчужденный от производителя результат труда б) фактически производство совмещено с потреблением в) это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа
9	Форма концентрации производства, предполагающая объединение функционально и технологически разнородных предприятий, которые принадлежат к близким, родственным отраслям: а) горизонтальная интеграция б) вертикальная интеграция в) диверсификация
10	Определите, какой из видов сервиса относится к видам сервиса по удовлетворению тех или иных потребностей: а) послегарантийный сервис

	б) базовый сервис в) предпродажный сервис
11	Описание набора выгод, решений и ценности услуги, которые предполагается предоставить потребителям: а) планирование услуги б) процесс покупки услуги в) концепция обслуживания
12	Главной задачей обеспечения качества услуги является: а) превышение ожиданий потребителей б) удовлетворение ожиданий потребителей в) стандарты обслуживания
13	К основным особенностям рынка услуг не относится: а) значительная территориальная сегментация б) локальный характер рынка в) синхронность оказания и получения услуги

Ключ ответов

№ вопроса	Верный ответ	№ вопроса	Верный ответ	№ вопроса	Верный ответ
1	а	6	б	11	в
2	б	7	а	12	б
3	в	8	б	13	а
4	б	9	в		
5	в	10	б		

(Вопросы открытого типа)

1	Дополните определение Обслуживание технических средств и устройств с целью увеличения срока службы и поддержания их рабочих параметров называется ... _____ сервисом
2	Дополните определение Процесс обработки сырья, материалов в сфере производства и эксплуатации с целью изменения их параметров, характеристик и получения качественной продукции называется ... _____ сервисом
3	Дополните определение Физическое или юридическое лицо, которое за определенное вознаграждение принимает на себя риск убытков в имуществе другого лица, в пользу которого заключен договор страхования, с обязательством возместить убытки, возникающие вследствие наступления обусловленных в договоре событий называется ... _____
4	Дополните определение Распространенная в любой форме, с помощью любых средств информация о физических или юридических лицах, товарах, идеях и начинаниях называется ... _____
5	Расположите данные услуги по степени их значимости 1. Дополнительная 2. Сопутствующая 3. Основная

6	<p>Расположите по возрастанию транспортные рынки в зависимости от территориального охвата</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Внешний 2. Региональный 3. Внутренний
7	<p>Установите соответствие между определениями и понятиями</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Совокупность определенного набора услуг, предоставляемых пользователям 2. Результата деятельности исполнителя транспортной услуги по удовлетворению потребностей пассажиров, грузоотправителей и грузополучателей в перевозках в соответствии с установленными нормами и требованиями 3. Деятельность, выгоды или удовлетворение, которые продаются отдельно или предлагаются вместе с продажей товаров <ol style="list-style-type: none"> 1. основная услуга 2. транспортная услуга 3. услуга 4. транспортный сервис
8	<p>Установите соответствие между определениями и понятиями</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Лицо, принявшее на себя по договору перевозки обязанность доставить пассажира, груз или багаж 2. Сторона договора транспортной экспедиции, организующая и предоставляющая экспедиционные услуги при грузовых перевозках 3. Физическое или юридическое лицо, уполномоченное на получение груза или грузобагажа <ol style="list-style-type: none"> 1. клиент, 2. перевозчик, 3. экспедитор 4. грузополучатель
9	<p>Установите соответствие между определениями и понятиями</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Перевозка пассажиров из одного пункта отправления в другой 2. Услуга, придающая основной услуге дополнительную выгоду и помогающая отличить данную услугу от конкурирующих с ней 3. Услуга, необходимая для того, чтобы повысить доступность основной услуги <ol style="list-style-type: none"> 1. сопутствующая услуга 2. основная услуга 3. поддерживающая услуга 4. дополнительная услуга
10	<p>Установите соответствующие признаки классификации транспортных рынков</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Перевозки в прямом железнодорожном сообщении грузов, пассажиров, багажа, грузобагажа между железнодорожными станциями одной и более дорог по одному перевозочному документу 2. Перевозки, осуществляемые железнодорожными и иными видами транспорта в соответствии с международными договорами 3. Перевозки, осуществляемые в местном сообщении <ol style="list-style-type: none"> 1. региональный 2. географический 3. внутренний 4. внешний

11	<p>Установите соответствие по видам услуг</p> <p>1.Услуга по удовлетворению нужд предприятий и организаций</p> <p>2.Услуга по удовлетворению нужд отдельных лиц или групп лиц</p> <p>3.Результат деятельности исполнителя транспортной услуги по удовлетворению потребностей пассажира, грузоотправителя и грузополучателя в перевозках</p> <p>1.материальная</p> <p>2.транспортная</p> <p>3.производственная</p> <p>4.непроизводственная</p>
12	<p>Дополните определение</p> <p>... _____ транспортных услуг - это оказание международных транспортных услуг национальным перевозчиком при пересечении грузом государственной границы или при перевозке иностранными грузовладельцами.</p>
13	<p>Дополните определение</p> <p>... _____ транспортных услуг - работа иностранных перевозчиков на территории РФ.</p>

Ключ ответов

№ вопроса	Верный ответ
1.	техническим
2.	технологическим
3	страховщиком
4.	реклама
5	1-3,2-2,3-1.
6	1-3,2-1,3-2.
7	1-4,2-2,3-3.
8	1-2,2-3,3-4.
9	1-2,2-4,3-1.
10	1-3,2-4,3-1
11	1-3,2-4,3-2.
12	экспорт
13	импорт

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

5.1. Материально-техническое обеспечение

<i>Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта с перечнем основного оборудования</i>	<i>Адрес (местоположение) учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта (с указанием площади и номера помещения в соответствии с документами бюро технической инвентаризации)</i>
Кабинет «Сервисная деятельность» для проведения занятий лекционного типа, учебных занятий семинарского типа (практических работ), выполнения курсовых работ и проектов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Оснащена специализированной мебелью, сплит-системой, персональными компьютерами с выходом в Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду филиала, телевизором, веб-камерами, графическим планшетом	353919, Краснодарский край г. Новороссийск, ул. Мысхакское шоссе, дом №75, аудитория № 415, 37,1 кв.м., этаж 4, помещение 415
Учебное помещение №407 для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, самостоятельной работы. Оснащена специализированной мебелью, сплит-системой, персональными компьютерами с выходом в Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду филиала, телевизором, веб-камерами, графическим планшетом	353919, Краснодарский край, г. Новороссийск, ул. Мысхакское шоссе, дом № 75, аудитория № 407 35,5 кв.м., этаж 4, помещение 407
Читальный зал библиотеки для самостоятельной работы с выходом в сеть Интернет. Специализированная мебель, кондиционер, персональные компьютеры с выходом в Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду филиала, веб-камера, графический планшет.	353919, Краснодарский край, г. Новороссийск, ул. Мысхакское шоссе, дом № 75, аудитория № 410 35,4 кв.м., этаж 4, помещение 410

5.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

<i>Перечень лицензионного/свободно распространяемого программного обеспечения</i>	<i>Реквизиты подтверждающего документа</i>
Microsoft Windows 10 OEM	Предустановлена на ПК

Microsoft Office Professional Plus 2007	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017
Dr. Web Security Space 12	сублицензионный договор 490 от 10.08.2021
Google Chrome	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
Mozilla Firefox	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения

5.3. Доступная среда

В НФ БГТУ им. В.Г. Шухова при создании безбарьерной среды учитываются потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с нарушениями зрения;
- с нарушениями слуха;
- с ограничением двигательных функций.

В образовательной организации обеспечен беспрепятственный доступ в здание инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья.

Для лиц с нарушением работы опорно-двигательного аппарата обеспечен доступ для обучения в аудиториях, расположенных на первом этаже, также имеется возможность доступа и к другим аудиториям.

Для лиц с нарушением зрения, слуха имеется аудитория, обеспеченная стационарными техническими средствами.

В сети «Интернет» есть версия официального сайта учебной организации для слабовидящих.

5.4. Перечень учебных изданий и учебно-методических материалов

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемых для использования в образовательном процессе

Основная литература:

Резник, Г. А. Сервисная деятельность : учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 202 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016211-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241803> (дата обращения: 27.02.2024). – Режим доступа: по подписке.

Варгунин, В. И. Взаимодействие видов транспорта : учебное пособие / В. И.

Варгунин, С. Н. Шишкина. — Самара : СамГУПС, 2019. — 102 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/130461> (дата обращения: 27.02.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература:

Гарипова, Г. Р. Управление информационными ресурсами в транспорте : учебное пособие : [16+] / Г. Р. Гарипова, М. В. Мирославская ; Казанский национальный исследовательский технологический институт. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2019. — 176 с. : ил.,табл., схем. — Режим доступа: по подписке. — URL : https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=683858 (дата обращения: 27.02.2024). — Библиогр.: с. 170-173.. — ISBN 978-5-7882-2785-6. — Текст : электронный.

Чернышова, И.А. Сервис на транспорте : сборник лекций/ И.А. Чернышова. — Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2011. —102 с

5.5 Перечень Интернет-ресурсов, профессиональных баз данных, информационно-справочных систем

1. Электронная библиотечная система Znanium: сайт. — Москва. — URL:<https://znanium.com>. — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. — Текст: электронный.
2. Университетская библиотека online : электронно-библиотечная система : сайт. — Москва, 2001 –2022 . — URL: <https://biblioclub.ru> — Режим доступа: : для зарегистрир. пользователей. — Текст: электронный.
3. Образовательная платформа «Юрайт» : сайт. — Москва,2020 - . — URL: <https://www.urait.ru>. - Режим доступа: для зарегистриров. пользователей. — Текст : электронный.

