

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.01 Теория организации услуг на потребительском рынке

по направлению подготовки: 29.04.05 «Конструирование изделий легкой промышленности»

по программе «Организация коммерческой деятельности в сфере товаров и услуг легкой промышленности»

Квалификация выпускника: МАГИСТР

Выпускающая кафедра: КОиО

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Конструирование одежды и обуви»

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Теория организации услуг на потребительском рынке» является:

- а) формирование знаний о роли сферы услуг в экономике страны, а также изучение вопросов организации обслуживания населения на предприятиях сервиса.
- б) обучение технологии планирования и системной организации услуг на потребительском рынке с учетом существующих методов продажи услуг, психологических аспектов клиентоориентированного сервиса.
- в) обучение способам организации сервисной деятельности и обеспечения необходимого уровня сервиса в торговле потребительскими услугами и товарами.
- г) раскрытие сущности теоретических и практических вопросов планирования и организации деятельности предприятий по оказанию услуг на потребительском рынке.

2. Содержание дисциплины «Теория организации услуг на потребительском рынке»:

Научные основы сервисной инфраструктуры.

Понятие и структура сферы услуг, формы обслуживания населения.

Системный подход в организации обслуживания.

Системы массового обслуживания в сфере услуг.

Организация процесса индивидуального обслуживания клиентов.

Поведение потребителей в процессе обслуживания.

Методы и способы продажи услуг.

Психологические аспекты построения клиентоориентированного сервиса.

Доступность предприятий сервиса для потребителей.

Управление качеством обслуживания населения.

Сервис в системе предприятия.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

- а) иметь представление о развитии сферы услуг и сервисной деятельности в российском обществе, о сервисной деятельности как составной части экономики;
- б) комплексную деятельность предприятий сферы сервиса;
- в) сущность сферы услуг, её цели, задачи, основные понятия, концепции, принципы и функции;
- г) особенности поведения потребителя в процессе выбора услуг оказываемых предприятиями торговли.

2) Уметь:

- а) оценивать конъюнктуру рынка, положение организации и ее товаров на потребительском рынке;
- б) анализировать тенденции изменения покупательского спроса;
- в) оценивать качество предоставляемых услуг;
- г) проводить приёмку товаров по количеству и качеству;
- д) заключать договора и контролировать процесс их выполнения.

3) Владеть:

- а) навыками обслуживания потребителей в конкретной зоне;
- б) навыками по созданию логистического сервиса;
- в) приемами и методами проведения маркетинговых исследований в сфере услуг;
- г) основными стратегиями организации торгового бизнеса;
- д) основными методами установления цен на услуги.

Зав.каф. КОиО



Махоткина Л.Ю.