

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Тульский государственный университет»

Институт педагогики, физической культуры, спорта и туризма  
Кафедра «Туризм и индустрия гостеприимства»

Утверждено на заседании кафедры  
«Туризм и индустрия гостеприимства»  
«30» января 2022 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой

 И.Ю. Пономарева

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**  
**по проведению практических (семинарских) занятий**  
**по дисциплине (модулю)**

**«Менеджмент в сфере обслуживания»**

**основной профессиональной образовательной программы**  
**высшего образования – программы бакалавриата**  
по направлению подготовки  
43.03.01 Сервис

с направленностью (профилем)  
Менеджмент в туризме и гостеприимстве

Форма(ы) обучения: очная, заочная

Идентификационный номер образовательной программы: 430301-01-23

Тула 2023 год

## Разработчик(и) методических указаний

Королев А.В., доцент каф. ТИГ, к.т.н, доцент  
(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)



\_\_\_\_\_  
(подпись)

## Содержание практических занятий

Практическое занятие 1.	
Разработка проекта предприятия сервиса сферы туризма и гостеприимства.	4
Практическое занятие 2.	
Разработка и построение дерева целей предприятия сервиса сферы туризма и гостеприимства .....	6
Практическое занятие 3.	
Построение организационной структуры предприятия сервиса сферы туризма и гостеприимства. Разработка должностной инструкции работника сервиса сферы туризма и гостеприимства .....	8
Практическое занятие 4.	
Личная продажа.....	9
Список рекомендованной литературы.....	

## **Практическое занятие 1.**

### **Разработка проекта предприятия сервиса сферы туризма и гостеприимства**

Порядок проведения: класс разбивается на группы в 3-4 человека для разработки бизнес-проектов. 2-3 студента становятся экспертами (городские власти) — помощниками преподавателя, при этом они не входят в команду.

Каждая группа самостоятельно выбирает здание в городе. Им необходимо придумать и разработать бизнес-проект по использованию здания при условии, что данный проект будет социально значим для города, местных жителей и экономически эффективен. Задачей для участников игры является заинтересовать городские власти, в случае положительного решения возможно получение здания в бесплатную аренду.

При выборе типа предприятия и услуг, производимых им, следует учитывать конкурентную обстановку в городе, чтобы не дублировать имеющиеся в избытке предприятия. Во избежание несоответствий необходимо учесть особенности и размер помещений и тщательно продумать, что и где будет размещено.

Группы формулируют идеи и выбирают представителя, который выступает перед городскими властями, представленными преподавателем и студентами-экспертами.

Выступающий должен раскрыть цель проекта, задачи, затраты, показать его экономическую эффективность, определить социально-культурную значимость для города. Перед началом выступления целесообразно нарисовать схему предлагаемого проекта: что будет размещено на первом и втором этажах, на чердаке и в подвале, а также определить перечень услуг, производимых данным предприятием.

При защите следует обратить внимание на то, что проект еще не финансируется городскими властями, а только выносится на их суд.

После защиты начинается обсуждение проекта: выступающим задают вопросы преподаватель, эксперты и вся группа.

Защита всех команд оканчивается конкурсом на лучший проект, в котором по желанию можно выделить несколько номинаций: самый оригинальный проект, самый эффективный, социально значимый и т. д. Предварительно эксперты должны разработать список критериев, на основе которых будет производиться отбор лучшего проекта.

## **Практическое занятие 2.**

### **Разработка и построение дерева целей предприятия сферы сервиса и туризма**

Порядок проведения: класс разбивается на группы по два человека. Из предложенных преподавателем вариантов необходимо выбрать туристское предприятие, для которого будет разработано дерево целей.

#### Варианты заданий

№ варианта	Вид предприятия	Направления деятельности
1	Турфирма	Внутренний туризм, специализация — лечебный туризм, отдых на море
2	Гостиница	Гостиничные услуги
3	Кафе в кинотеатре	С частичным обслуживанием официантами, выбор блюд ограничен
4	Ресторан	Гастрономический ресторан (русская, европейская кухня)
5	Турфирма	Преимущественно выездной туризм (деловой и детский туризм, в том числе обучение за рубежом)
6	Санаторий	Расположен в Ставропольском крае, хорошая лечебная база
7	Турфирма	Турагентство, различные направления деятельности, ориентация на среднеобеспеченных граждан и студентов
8	Ресторан	Категория люкс, VIP-обслуживание, французская и средиземноморская кухня, организация банкетов
9	Гостиница	Малая гостиница на 15 номеров, расположена в центре города
10	Дом отдыха	Котеджного типа, большой парк, озеро в шаговой доступности

11	Кафе	С полным обслуживанием официантами, блюда собственного приготовления (русская, японская кухня)
12	Пансионат с лечением	Расположен в сосновом лесу, хорошо оборудованная территория, современная лечебная база
13	Турфирма	Туроператор по трем направлениям, по остальным выполняет функции турагента
14	Гостиничный комплекс	Многофункциональный комплекс, два бизнесцентра, несколько ресторанов, баров, тренажерный зал, салон красоты и др.
15	Турфирма	Туроператор по внутреннему туризму, собственный автобусный парк
16	Ресторан	Первой категории, японская кухня
17	Кафе	С частичным обслуживанием официантами, фаст-фуд
18	Гостиница	Две звезды, ресторан, в основном корпоративные клиенты
19	Турфирма	Турагентство, в основном выездной туризм

Перед студентами стоит задача охарактеризовать бизнес и сформулировать миссию, определить главную стратегическую цель и построить на ее основе дерево целей.

### **Практическое занятие 3.**

#### **Построение организационной структуры предприятия сервиса сферы туризма и гостеприимства. Разработка должностной инструкции работника сервиса сферы туризма и гостеприимства**

В продолжение второго практического занятия студентам предстоит построить организационную структуру выбранного предприятия сферы сервиса и туризма, определить тип структуры и обосновать свой выбор, расписав преимущества выбранной структуры для данного проекта. Сформулировать функции каждого из предложенных подразделений, попытаться на примере нескольких основных должностей работников предприятия разработать должностную инструкцию сотрудника (используя постановление «О квалификационных требованиях (профессиональных стандартах) к основным должностям работников туристской индустрии»).

## Практическое занятие 4.

### Личная продажа

Порядок проведения: исходя из предложенных преподавателем типов продавцов и покупателей формируются группы по два человека, где один из участников выступает в роли продавца туруслуги, а другой, соответственно, — в роли покупателя. Заданием для студентов являются выработка стратегии поведения в соответствии с предлагаемым типом и непосредственно процесс продажи. Соединение двух типологий, характеризующее встречу продавца и покупателя, дает возможность получить новую типологию форм или стилей продажи {табл. 1).

Таблица 1 Типы продавца и покупателя

Тип продавца	
Продавец — друг клиента	Я хочу подружиться с клиентом. Хочу понять его эмоции и ответить на его чувства. Он купит продукт в результате наших личных отношений
Общение с четко поставленной целью	Я консультирую клиента и четко понимаю его требования, которые надо удовлетворить нашим продуктом. Клиент получит именно то, что он хочет
Хочешь — бери, хочешь — не бери	Я представил продукт клиенту. Ему решать, покупать или нет, если откажется, это не моя проблема: значит, что-то не так с продуктом
Цель — продать!	Я поднажму на клиента, чтобы он купил здесь и теперь. Цель оправдывает средства. Тем более что я получаю комиссионные от реальных продаж
Продавец профессионал	Я владею безотказным методом продажи. Я обрабатываю клиента с помощью тщательного сбалансированного комплекса рекламы продукта, личного обаяния и знания продукта
Тип покупателя	
Безразличный покупатель	Я стараюсь избегать покупок, буду прав, если сам ничего не куплю, а предоставлю выбор другим
Решительный клиент	Я хорошо знаю, что мне нужно, и ищу отвечающий всем моим требованиям продукт, который я смогу купить по цене, которую я готов заплатить

Осторожный покупатель	Если я буду покупать, то потребую лучший вариант по самой низкой цене
Клиент — друг продавца	Я хочу подружиться с продавцом. Хочу понять его эмоции и ответить на его чувства. Он продаст подходящий мне продукт в результате наших личных отношений
Покупатель имиджа	Я руководствуюсь опытом, который обрели другие люди при пользовании данным продуктом. Покупка этого продукта также будет хороша для меня, повысит мой престиж

## Библиографический список рекомендуемой литературы

### Основная литература

1. Герчикова И. Н. Менеджмент [Электронный ресурс] / И. Н. Герчикова. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 511 с. - Режим доступа: <http://business-library.ru/index.php?page=book&id=114981>
2. Гапоненко А.Л. Менеджмент [Электронный ресурс]/ А.Л. Гапоненко. - М.:Издательство Юрайт, 2013. - 396 с. Гриф МО ISBN: 978-5-9916-2767-2 - Режим доступа: [http://biblio-online.ru/thematic/?9&id=urait.content.4BC69463-5C1E-448E-9F62-033C73CC5ECD&type=c\\_pub](http://biblio-online.ru/thematic/?9&id=urait.content.4BC69463-5C1E-448E-9F62-033C73CC5ECD&type=c_pub)

### Дополнительная литература

1. Веснин, В. Р. Менеджмент : учебник для вузов / В. Р. Веснин .— 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Проспект, 2012 .— 613 с. : ил. — ISBN 978-5-392-03277-8 (в пер.) .
2. Мескон, М. Х. Основы менеджмента = Management : учеб. пособие / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. : О. И. Медведь .— 3-е изд. — М.[и др.] : Вильямс, 2007 .— 672 с. : ил. — Парал.тит.л.англ. — Библиогр.в конце кн. — ISBN 978-5-8459-1060-8 (рус.) .— ISBN 0-0604-4415-0 (англ.) .
3. Пищулов, В. М. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие для вузов / В. М. Пищулов .— М. : Академия, 2010 .— 240 с. — (Высшее профессиональное образование : Туризм) .— Библиогр.: с. 236 .— ISBN 978-5-7695-6762-9 (в пер.) .