

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
Кафедра сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Т. М. Кожевникова
«17» июня 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.О.18 Сервис-дизайн

Направление подготовки/специальность: 43.03.01 - Сервис

Профиль/направленность/специализация: Гостиничный и ресторанный бизнес

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2026

Автор программы:

Кандидат экономических наук, доцент Шевяков Александр Юрьевич

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 - Сервис (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 514).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры сервиса и туризма «16» июня 2026 г. Протокол № 11

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, информационных технологий и креативных индустрий, Протокол от «17» июня 2026 г. № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата.....	4
3. Объем и содержание дисциплины.....	4
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	19
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	20
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	21

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- сервисный

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр.)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ОПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	Осуществляет поиск и использование технологических новаций и программных продуктов, направленных на создание и улучшение в профессиональной туристской деятельности

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ОПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения		
		Очная (семестр)		
		4	5	6
1	Ознакомительная практика	+		
2	Сервисная практика		+	+

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Сервис-дизайн» относится к обязательной части учебного плана ОП по направлению подготовки 43.03.01 - Сервис.

Дисциплина «Сервис-дизайн» изучается в 1 семестре.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 3 з.е.

Очная: 3 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	108

Контактная работа	48
Лекции (Лекции)	16
Практические (Практ. раб.)	32
Самостоятельная работа (СР)	60
Зачет	-

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лек ции	Пра кт. раб.	СР	
		О	О	О	
1 семестр					
1	Дизайн-мышление в проектировании продуктов и услуг	2	6	12	Другие формы контроля; Опрос; Собеседование
2	Методология сервис-дизайна	4	6	12	Другие формы контроля; Опрос
3	Коммуникативные инструменты сервис-дизайна	2	6	12	Другие формы контроля; Тестирование; Опрос
4	Разработка прототипа продукта по запросам клиентов и дизайн сервисных решений	4	8	12	Другие формы контроля; Опрос
5	Апробация дизайн-решений и рационализация сценария услуги	4	6	12	Другие формы контроля; Тестирование; Опрос

Тема 1. Дизайн-мышление в проектировании продуктов и услуг (ОПК-1)

Лекция.

Эволюция клиенториентированных решений в бизнесе. Концепция совместного создания ценностей (ССЦ) в процессе производства и потребления услуг. Особенности проектирования услуг в культурных и креативных индустриях. Конкуренция компаний в исследованиях поведения потребителей. Концепции вовлечения потребителя в проектирование продуктов и услуг. Понятие «сервис-дизайн» как системная инновация в бизнесе. Уникальный опыт и впечатление как ресурс и продукт сервис-дизайна. Роли потребителя в модели сервис-дизайна (потребитель-консультант; потребитель-промуотер; потребитель-человеческий_ресурс).

Практическое занятие.

Уравнение К. Лавлока.

Решение кейс-ситуаций:

Задание 1. На переговорах о сделке новый участник заметил, что менеджер по продажам обращается к участникам неформально и использует «ты» -обращение. Прокомментируйте данную ситуацию.

Укажите, в каких случаях это допустимо.

Задание 2. Перечислите приемы, которые помогут завоевать доверие клиента.

Задание 3. Перечислите основные поведенческие ошибки сотрудников ресторана, контактирующих с клиентом. Задание 4. Опишите открытую позу при деловом общении «сотрудник-клиент».

Объясните, почему именно она эффективна.

Задание 5. Перед менеджером клиентского отдела стоит задача измерения клиентоориентированности сотрудников ресторана. Какие инструменты сервис-дизайна он может применить?

Задания для самостоятельной работы.

Изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике.

Тема и содержание занятия: Составляющие и принципы сервис-дизайна

Вопросы, выносимые на обсуждение

1. Принципы современного сервиса в индустрии и сервиса.
2. Задачи современного сервиса и сервис-дизайна.
3. Усиление роли туристической индустрии в современной экономике. Воздействие факторов роста потребительской активности. Эволюция понятия сервис-дизайн.
4. Принципы сервис-дизайна
5. Фирменный сервис и его преимущества.
6. Основные подходы к осуществлению сервиса в разных странах.

Цель занятия: изучить проблематику формирования сервисного общества РФ, определить основные проблемы. Практические навыки: знать особенности проектирования сервисного продукта в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями

Тема 2. Методология сервис-дизайна (ОПК-1)

Лекция.

Цепочка ценностей и точки контакта потребителей и производителей услуги. Баланс интереса потребителя и производителя услуги, продукта. Принципы сервис-дизайна (клиентоцентричность, сотворчество, этапность, наглядность целостность). Портрет пользователя и модели поведения потребителей для решений сервис-дизайна. Уровень вовлеченности потребителя в проектировании продукта или услуги. Аналитика в сервис-дизайне (Data-Driven Design). Задачи сервис-дизайна (инсайт для решения, сервисный сценарий, сервисный механизм). Процессный подход к сервис-дизайну. Специфика проектирования впечатлений в рамках дизайна продукта или услуги. Апробация продукта в сервис-дизайне. Прогноз коммерческого результата и бизнесмасштабирования услуги, продукта.

Практическое занятие.

1. Дайте определение понятиям «форма обслуживания» и «метод обслуживания потребителей».
2. Какие современные инструменты сервис-дизайна Вы знаете?
3. В чем сущность и особенности обслуживания потребителей в стационарных условиях и с выездом на дом к потребителям? Приведите примеры.
4. В чем преимущество бесконтактного обслуживания потребителей?
5. Дайте определение понятия «контактная зона», приведите примеры контактных зон в сфере сервиса.
6. Какие требования предъявляют к обслуживающему персоналу в контактной зоне?
7. Расскажите, /объясните/, в чем суть абонементного обслуживания, обслуживания с помощью обменного фонда машин и приборов. Какие «плюсы и минусы» несут они клиенту и сервисной фирме? Какие инструменты сервис-дизайна в этой форме можно применить?
8. Каким образом интерьер помещения, в котором проводится обслуживание потребителей, влияет на степень их удовлетворенности и эффективность работы обслуживающего персонала? Приведите примеры.
9. Назовите этапы жизненного цикла услуги и почему это необходимо знать любому предпринимателю.
10. Почему при оказании услуг так важно учитывать временной фактор?

11. Где потребитель скорее рискует столкнуться с неэтичным обращением /обслуживанием/ - в сфере услуг или производственной сфере и почему?

12. Приведите примеры того, как компьютерные и телекоммуникационные технологии в течение последних лет изменили те виды услуг, которыми вы пользовались уже давно.

Задания для самостоятельной работы.

Изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике

Тема 3. Коммуникативные инструменты сервис-дизайна (ОПК-1)

Лекция.

Проектирование коммуникаций в структуре сервис-дизайна (локации и содержание контакта). Ошибки восприятия поведения клиента. Библиотека коммуникационных инструментов и знаний для сервис-дизайна. Практики исследования поведения потребителей и коммуникаций с клиентами («День из жизни», «Этнографическое интервью», «Шэдоуинг», метод сценариев поведения клиента). Анализ и проектирование коммуникативных решений в сервис-дизайне.

Практическое занятие.

Задание. Перед менеджером клиентского отдела стоит задача измерения клиентоориентированности сотрудников ресторана. Какие инструменты сервис-дизайна он может применить?

Задание. Одним из принципов клиентоориентированности является эмпатия и глубокое понимание клиента. Какой инструмент сервис-дизайна соответствует данному принципу.

Задание. В каких случаях уместно применять карту эмпатии?

Задание. Перечислите основные составляющие квадранта потребителя.

Задание. Какие инструменты сервис-дизайна помогут визуализации клиентского опыта?

Задание. Менеджеру клиентской службы необходимо повысить клиентоориентированность отдела.

Представьте алгоритм действий для исполнителя.

Задание. Принцип тактичности и деликатности означает....:

Задания для самостоятельной работы.

Изучение научной и научнометодической базы по поставленной проблематике

Тема 4. Разработка прототипа продукта по запросам клиентов и дизайн сервисных решений (ОПК-1)

Лекция.

Задачи прототипирования услуги или продукта в сервис-дизайне (в сфере сервиса, дизайна, обучения, туризма и др.). Принципы создания прототипа. Идея прототипа. Отбор идей для прототипа. Макеты и эскизы в дизайн-сервисе. Моделирование прототипа с использованием материальных носителей. Картирование и визуализация услуги. Информационные технологии в прототипировании. Упаковка как составная часть восприятия продукта (услуги). Фирменный стиль в структуре дизайн-сервиса

Практическое занятие.

«Круглый стол» Тема и содержание занятия: Происхождение сервис дизайна и его преимущества
Практическое занятие, предусматривающее обсуждение студентами исторических вопросов возникновения и эволюции сервисной деятельности.

Цель занятия: В процессе изучения темы следует сосредоточиться на терминах и понятиях, используемых в современной сервисной деятельности – «сервис», «услуга», «сфера обслуживания», «культура сервиса», «сервис-дизайн», «сервис-мышление», «эмоциональный интеллект», «путь клиента» и др. Практические навыки: Студентам необходимо уяснить отличительные особенности услуг в сравнении, например, с товаром – их неосвязаемость, изменчивость по качеству, невозможность их хранения. Также важно усвоить принципы и отличительные признаки сервисной деятельности. Вопросы, выносимые на обсуждение:

1. Понятие сервис-дизайне и сервисной деятельности.
2. Сфера услуг в общественном разделении труда.
3. Функции сферы услуг. 4. Понятие "услуга".

5. Особенности рынка услуг.
6. Состав отраслей сферы услуг.
7. Сфера услуг и формирование постиндустриального общества.
8. Факторы развития сферы услуг.

Задания для самостоятельной работы.

Изучение научной и научнометодической базы по поставленной проблематике

Тема 5. Апробация дизайн-решений и рационализация сценария услуги (ОПК-1)

Лекция.

Задачи и методы апробаций решений в сервис-дизайне. Способы исследования прототипа продукта или услуги. Оценка коммерческих перспектив продукта или услуги. Управление восприятием новой услуги, продукта. Управление поведением клиента в дизайне продукта или услуги (навигация, обучение, инструкции). Услуга, продукт как результат модернизации прототипа. Спецификация продукта, услуги. Программа продвижения как составная часть дизайна продукта, услуги.

Практическое занятие.

Тема и содержание занятия:

Методы исследования клиентского опыта.

1. Современные формы обслуживания потребителей услуг. Основные типы сервисных посредников, посреднические и досуговые услуги.
2. Правовое обеспечение сферы обслуживания. Жалобы и претензии потребителей, защита их прав.

Цель занятия: изучить методы исследования клиентского опыта, основные точки контакта с продуктом.

Практические навыки: владеть навыками формирования сервисного продукта и отношений с потребителями

Задания для самостоятельной работы.

Изучение научной и научнометодической базы по поставленной проблематике

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

1 семестр

- текущий контроль – 80 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Дизайн-мышление в проектировании и продуктов и услуг	Другие формы контроля	10	10 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов; 9-8 балла – студент выполнил работу, допустив ошибку и или недочет; 7-6 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 5-1 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов

		Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.
		Другие формы контроля	10	10-9 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием специализированной терминологии; 7-8 баллов – студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием специализированной терминологии; 7-5 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему; 4-1 если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается
2.	Методология сервис-дизайна	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание

3.	Коммуникативные инструменты сервис-дизайна	Другие формы контроля	10	10-9 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием специализированной терминологии; 7-8 баллов – студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием специализированной терминологии; 7-5 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему; 4-1 если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается
		Тестирование(контрольный срез)	10	10 баллов – 75-100% правильных ответов в тесте, 5 баллов – 50-74% правильных ответов в тесте, 3 балла – 25-50% правильных ответов в тесте, 1 балл - менее 25
		Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание
4.	Разработка прототипа продукта по запросам клиентов и дизайн сервисных решений	Другие формы контроля	10	10 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов; 9-8 балла – студент выполнил работу, допустив ошибку и или недочет; 7-6 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 5-1 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов

		Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание
5.	Апробация дизайн-решений и рационализация сценария услуги	Другие формы контроля	10	10-9 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием специализированной терминологии; 7-8 баллов – студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием специализированной терминологии; 7-5 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему; 4-1 если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается
		Тестирование(контрольный срез)	10	10 баллов – 75-100% правильных ответов в тесте, 5 баллов – 50-74% правильных ответов в тесте, 3 балла – 25-50% правильных ответов в тесте, 1 балл - менее 25
		Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание
6.	Премияльные баллы		20	публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в материалах всероссийской или международной конференции / журнале из перечня ВАК – 15 / 20
7.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		70	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
8.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Другие формы контроля

Тема 1. Дизайн-мышление в проектировании продуктов и услуг

Задание. В офисе последнее время сложилась напряженная атмосфера. Клиенты начали это замечать. Составьте советы для персонала, которые помогут снизить уровень стресса.

Задание. Представьте определение сервис-дизайна. Чем дизайн может помочь сервису?

Задание. В офис вошел клиент. Скованная, напряженная поза (“зажатость”), рассчитанные движения, точные, скупые жесты, медленная “солидная” походка, бесстрастное лицо.

Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задание. В офис вошел клиент. Спокойные, плавные, уверенные движения, выразительные жесты, неторопливы, но всем видом показывают, что их время дорого стоит, пронизательный, все подмечающий взгляд, быстрый контакт, моментальная оценка ситуации и мгновенная реакция (иногда довольно “ядовитая”). Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задание. В офис вошел клиент. В одежде и внешнем облике: небрежность и неряшливость, также возможна и ориентация на супермоду. Быстрые движения, оживленная жестикуляция, живая мимика, “всевидающий” взгляд. В диалогах часто перебивает: менеджер не успевает ответить на один вопрос, как от него уже ждут ответа на другой. Быстро и откровенно, без всякого стеснения оценивают ваш продукт и состояние дел компании. Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задание. Уравнение ценности услуги К. Лавлока звучит как...:

Тема 2. Методология сервис-дизайна

case-study/ Решение ситуационных задач Т

Тема и содержание занятия: Поведение потребителей и принятие ими решений.

Персонализированное предложение сервисного продукта позволяет выделить наиболее важные, с точки зрения сервисологии, аспекты раскрывающие особенности потребления:

- персонализация осуществляется за счет изменения отдельных материальных и нематериальных компонентов продукта, но не предполагает изменения базового продукта или его идеи;
- адаптированные характеристики формируются только с участием потребителя;
- персонализация может осуществляться только за счет сервиса.

Тема 3. Коммуникативные инструменты сервис-дизайна

Задание, предусматривающее посещение региональной выставки:

1. Объясните, какие типы услуг помогут потребителю удовлетворить каждый уровень потребностей в иерархии потребностей по Маслоу.
2. Объясните, как внешние и внутренние факторы влияют на появление наших потребностей в услугах.
3. Перечислите основные источники информации, используемые потенциальным клиентом для принятия решения о покупке. На ваш взгляд, какой из них является наиболее эффективным?

4. Существует мнение, что, принимая решение, клиент не следует какой-либо схеме, а делает свой выбор в большей или меньшей степени случайно. Какова ваша позиция по этому вопросу? Ответ обоснуйте.
5. Какие классификации клиентов Вы знаете?
6. Почему потребители оценивают услуги иначе, чем товары?

Тема 4. Разработка прототипа продукта по запросам клиентов и дизайн сервисных решений

Представление презентаций:

Составить презентацию на тему «Современный сервис в коммерции». Задание предполагает анализ одной из современных компаний с раскрытием всех особенностей обслуживания потребителей в процессе продажи товара».

Презентация состоит из 10-15 слайдов.

Тема 5. Апробация дизайн-решений и рационализация сценария услуги

Разработать и описать процесс персонализации продукта (на примере). Представить графическую модель.

Представить систему пользовательских и экономических метрик Практические навыки: знать особенности проектирования сервисного продукта на основе пользовательских и экономических метрик.

Опрос

Тема 1. Дизайн-мышление в проектировании продуктов и услуг

1. Принципы современного сервиса в индустрии и сервиса.
2. Задачи современного сервиса и сервис-дизайна.
3. Усиление роли туристической индустрии в современной экономике. Воздействие факторов роста потребительской активности. Эволюция понятия сервис-дизайн.
4. Принципы сервис-дизайна
5. Фирменный сервис и его преимущества.
6. Основные подходы к осуществлению сервиса в разных странах.

Собеседование

Тема 1. Дизайн-мышление в проектировании продуктов и услуг

- 1 Концепция совместного создания ценностей (ССЦ) в процессе производства и потребления услуг.
- 2 Особенности проектирования услуг в культурных и креативных индустриях. Конкуренция компаний в исследованиях поведения
- 3 потребителей.
- 4 Концепции вовлечения потребителя в проектирование продуктов и услуг. Понятие «сервис-дизайн» как системная инновация в бизнесе.

Тестирование

Тема 3. Коммуникативные инструменты сервис-дизайна

1. Сфера обслуживания населения – это:

- а) Совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению
- б) Деятельность предприятий и организаций, направленная на удовлетворение потребностей

населения и иностранных граждан в туристских и экскурсионных услугах

в) Деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.

2. Согласно модели «Servuction» к части компании, видимой для клиента относятся:

- а) Персонал
- б) Технологическое ядро
- в) Физическое окружение
- г) Всё вышеперечисленное.

3. Сервисная операция – это:

- а) Процесс, в ходе которого производится окончательная сборка всех элементов сервисного продукта и услуга предоставляется потребителю
- б) процесс, в ходе которого обрабатываются вводимые факторы и создаются элементы сервисного обслуживания в виде продукта
- в) Процесс, в ходе которого производители через стимуляцию чувственного восприятия стараются доставить клиенту эстетическое удовлетворение, Привлечь его внимание, восхитить красотой
- г) Нет правильного ответа.

4. Сервис-дизайн – это:

- а) абстрактная теоретическая модель основных видов сервисной деятельности
- б) удовлетворение потребностей, связанных с вещественной направленностью действия
- в) методология, которая помогает улучшить взаимодействие компании с клиентами
- с) визуализация продукта, направленная на формирование повышенного спроса

5. Услуга-это...

- а) изменение состояния лица или товара, принадлежащего какой-либо экономической единице, происходящее в результате деятельности другой экономической единицы с предварительного согласия первой.
- б) комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов, которые призваны гарантировать установленный уровень качества всех производимых операций.
- в) защита стандарта обслуживания;
- г) продукт человеческого труда, принадлежащего вторичному сектору экономики, предлагаемый на рынок для продажи.

6. Потребности – это...

- а) нехватка чего-либо;
- в). нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида;
- с) совокупность существующих и потенциальных покупательских возможностей покупателей товара (услуги);
- д) желание клиента обменять товар на деньги.

7. Майндсеты в сервис-дизайне – это:

- а) процесс формирования образа целостного предмета, непосредственно воздействующего на анализаторы
- б) побуждение к действию и неотъемлемая часть любого профессионального и личностного роста
- в) набор правил, убеждений, подходов, которыми человек руководствуется при принятии решений

Тема 5. Апробация дизайн-решений и рационализация сценария услуги

1. К профессиональным услугам относят:

- а) инжиниринг, лизинг, обслуживание и ремонт оборудования.
 - б) банковские, страховые, финансовые, консультационные, рекламные услуги
 - в) телевидение, радио, образование, культура
2. К услугам, ориентированным на общество, относят:
- а) государственные (правительственные) услуги
 - б) услуги по техническому обслуживанию, наладке, настройке и ремонту производственного оборудования и технических систем
 - в) парикмахерские, фотоателье, разнообразные рекреационные услуги и непроизводственные виды бытового обслуживания.
3. Услуга государственного сервиса является:
- а) непроизводственной, коммерческой, реальной, стандартизированной
 - б) производственной, коммерческой, реальной, легитимной
 - в) некоммерческой, общественной, стандартизированной, сложной.
4. Услуги по отношению к ним государства и общества различаются на:
- а) государственные и негосударственные
 - б) чистые и смешанные
 - в) Легитимные и нелегитимные
5. Услуги, приобретаемые для личного потребления за счет личных средств – это:
- а) деловые услуги
 - б) институциональные услуги
 - в) потребительские услуги
6. Услуги косметолога – это услуга, направленная:
- а) на человека
 - б) на сознание человека
 - в) на нематериальные активы
7. Банковские инвестиции - это услуга, направленная:
- а) на сознание человека
 - б) на нематериальные активы
 - в) на физические объекты, находящиеся в собственности человека.
8. Товар – это:
- а) все, что может быть предложено на рынке для удовлетворения желаний или потребностей
 - б) нематериальные активы, производимые для целей сбыта
 - в) результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя
9. Схема определения товара на трех уровнях: «замысла», «реального исполнения» и «подкрепления» описал:
- а) Т. Левит
 - б) Ф. Котлер
 - в) Дуглас Норт
10. Исходя из трех уровней товара, такие потребительские свойства, как товарный знак, фирменный стиль, качество и надежность продукции, дизайн, упаковка относят к:
- а) первому уровню (стержневая выгода)
 - б) второму уровню (базовый товар)
 - в) Третьему уровню (ожидаемый товар)

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Преимущества сервис-дизайна

2. Составляющие сервис-дизайна

3. Принципы сервис-дизайна

4. Инструменты сервис-дизайна

5. Сущность трендвочинга, примеры

6. Принципы составления CJM

7. Сущность Service Blueprint

8. Краткая характеристика этапов развития человеческого общества.

9. Технологические уровни развития человечества.

10. Понятие индустриального общества, его особенности. Зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира.

11. Услуги в средневековом обществе Европы. 1

2. Услуги в средневековом обществе России.

13. Понятие индустриального общества, его особенности. Индустриальное производство и сервисная деятельность.

14. Применение дизайн-мышления

15. Инструменты развития сервисного мышления

16. Этапы дизайн-мышления

17. Понятие постиндустриального общества (информационная революция, сервисизация экономики и др.). Постиндустриальное производство и сервисная деятельность.

18. Иерархия и пирамида потребительских метрик

19. Пожизненная стоимость клиента, Customer Lifetime Value или LTV

20. Стоимость привлечения клиентов, Customer Acquisition Cost или CAC 21. Воронка основных этапов взаимодействия клиента с продуктом или AAARRR

22. Глобальные проблемы постиндустриального общества и их связь со сферой сервиса

23. Признаки услуги. Сравнительная характеристика товаров и услуг.

24. Понятие услуги. Виды услуг.

25. Методы исследования клиентского опыта

26. Принципы эмоционального интеллекта

27. Концепция потребительской ценности

28. Методика Customer Journey или «карта путешествия потребителя»

Типовые задания для зачета (ОПК-1)

Задание. В офисе последнее время сложилась напряженная атмосфера. Клиенты начали это замечать. Составьте советы для персонала, которые помогут снизить уровень стресса.

Задание. Представьте определение сервис-дизайна. Чем дизайн может помочь сервису?

Задание. В офис вошел клиент. Скованная, напряженная поза (“зажатость”), рассчитанные движения, точные, скупые жесты, медленная “солидная” походка, бесстрастное лицо.

Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задание. В офис вошел клиент. Спокойные, плавные, уверенные движения, выразительные жесты, неторопливы, но всем видом показывают, что их время дорого стоит, пронизательный, все подмечающий взгляд, быстрый контакт, моментальная оценка ситуации и мгновенная реакция (иногда довольно “ядовитая”). **Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.**

Задание. В офис вошел клиент. Скованная, напряженная поза (“зажатость”), рассчитанные движения, точные, скупые жесты, медленная “солидная” походка, бесстрастное лицо.

Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задание. В офис вошел клиент. Спокойные, плавные, уверенные движения, выразительные жесты, неторопливы, но всем видом показывают, что их время дорого стоит, проницательный, все подмечающий взгляд, быстрый контакт, моментальная оценка ситуации и мгновенная реакция (иногда довольно “ядовитая”). Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задние. В офис вошел клиент. В одежде и внешнем облике: небрежность и неряшливость, также возможна и ориентация на супермоду. Быстрые движения, оживленная жестикуляция, живая мимика, “всевидящий” взгляд В диалогах часто перебивает: менеджер не успевает ответить на один вопрос, как от него уже ждут ответа на другой. Быстро и откровенно, без всякого стеснения оценивают ваш продукт и состояние дел компании. Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задание . Уравнение ценности услуги К. Лавлока звучит как...:

Задание. Менеджеру необходимо описать ценность услуги по доставке еды. Какую модель можно ему порекомендовать?

Задание. Согласно модели ценности услуги В. Зейтамля блок «Воспринимаемое качество» содержит в себе...:

Задание . Согласно модели ценности услуги В. Зейтамля блок «Неденежная цена» содержит в себе...:**Задание.** В офисе последнее время сложилась напряженная атмосфера. Клиенты начали это замечать. Составьте советы для персонала, которые помогут снизить уровень стресса.

Задание. Представьте определение сервис-дизайна. Чем дизайн может помочь сервису?

Задание. В офис вошел клиент. Скованная, напряженная поза (“зажатость”), рассчитанные движения, точные, скупые жесты, медленная “солидная” походка, бесстрастное лицо.

Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задание. В офис вошел клиент. Спокойные, плавные, уверенные движения, выразительные жесты, неторопливы, но всем видом показывают, что их время дорого стоит, проницательный, все подмечающий взгляд, быстрый контакт, моментальная оценка ситуации и мгновенная реакция (иногда довольно “ядовитая”). Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задние. В офис вошел клиент. В одежде и внешнем облике: небрежность и неряшливость, также возможна и ориентация на супермоду. Быстрые движения, оживленная жестикуляция, живая мимика, “всевидящий” взгляд В диалогах часто перебивает: менеджер не успевает ответить на один вопрос, как от него уже ждут ответа на другой. Быстро и откровенно, без всякого стеснения оценивают ваш продукт и состояние дел компании. Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задание . Уравнение ценности услуги К. Лавлока звучит как...:

Задание. Менеджеру необходимо описать ценность услуги по доставке еды. Какую модель можно ему порекомендовать?

Задание. Согласно модели ценности услуги В. Зейтамля блок «Воспринимаемое качество» содержит в себе...:

Задание . Согласно модели ценности услуги В. Зейтамля блок «Неденежная цена» содержит в себе...:

Задание. В офисе последнее время сложилась напряженная атмосфера. Клиенты начали это замечать. Составьте советы для персонала, которые помогут снизить уровень стресса.

Задание. Представьте определение сервис-дизайна. Чем дизайн может помочь сервису?

Задание. В офис вошел клиент. Скованная, напряженная поза (“зажатость”), рассчитанные движения, точные, скупые жесты, медленная “солидная” походка, бесстрастное лицо.

Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задание. В офис вошел клиент. Спокойные, плавные, уверенные движения, выразительные жесты, неторопливы, но всем видом показывают, что их время дорого стоит, проницательный, все подмечающий взгляд, быстрый контакт, моментальная оценка ситуации и мгновенная реакция (иногда довольно “ядовитая”). Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задние. В офис вошел клиент. В одежде и внешнем облике: небрежность и неряшливость, также возможна и ориентация на супермоду. Быстрые движения, оживленная жестикуляция, живая мимика, “всевидящий” взгляд В диалогах часто перебивает: менеджер не успевает ответить на один вопрос, как от него уже ждут ответа на другой. Быстро и откровенно, без всякого стеснения оценивают ваш продукт и состояние дел компании. Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задание . Уравнение ценности услуги К. Лавлока звучит как...:

Задание. Менеджеру необходимо описать ценность услуги по доставке еды. Какую модель можно ему порекомендовать?

Задание. Согласно модели ценности услуги В. Зейтамля блок «Воспринимаемое качество» содержит в себе...:

Задание . Согласно модели ценности услуги В. Зейтамля блок «Неденежная цена» содержит в себе....:

время сложилась напряженная атмосфера. Клиенты начали это замечать. Составьте советы для персонала, которые помогут снизить уровень стресса.

Задание. Представьте определение сервис-дизайна. Чем дизайн может помочь сервису?

Задание. В офис вошел клиент. Скованная, напряженная поза (“зажатость”), рассчитанные движения, точные, скупые жесты, медленная “солидная” походка, бесстрастное лицо.

Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задание. В офис вошел клиент. Спокойные, плавные, уверенные движения, выразительные жесты, неторопливы, но всем видом показывают, что их время дорого стоит, пронизательный, все подмечающий взгляд, быстрый контакт, моментальная оценка ситуации и мгновенная реакция (иногда довольно “ядовитая”). Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задние. В офис вошел клиент. В одежде и внешнем облике: небрежность и неряшливость, также возможна и ориентация на супермоду. Быстрые движения, оживленная жестикуляция, живая мимика, “всевидящий” взгляд В диалогах часто перебивает: менеджер не успевает ответить на один вопрос, как от него уже ждут ответа на другой. Быстро и откровенно, без всякого стеснения оценивают ваш продукт и состояние дел компании. Определите тип клиента по геометрическому признаку. Составьте правила работы с ним.

Задание . Уравнение ценности услуги К. Лавлока звучит как...:

Задание. Менеджеру необходимо описать ценность услуги по доставке еды. Какую модель можно ему порекомендовать?

Задание. Согласно модели ценности услуги В. Зейтамля блок «Воспринимаемое качество» содержит в себе...:

Задание . Согласно модели ценности услуги В. Зейтамля блок «Неденежная цена» содержит в себе....:

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ОПК-1	Демонстрирует высокий уровень знаний и умений осуществлять поиск и использование технологических новаций и программных продуктов, направленных на создание и улучшение туристской деятельности. Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано. Отвечает полно на поставленные вопросы.
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ОПК-1	Демонстрирует низкий уровень знаний и умений осуществлять поиск и использование технологических новаций и программных продуктов, направленных на создание и улучшение туристской деятельности. Не способен использовать в практической деятельности технологические новации и программные продукты

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Коломиец А. И. Мировая индустрия гостеприимства : учебное пособие. - Москва: Директ-Медиа, 2023. - 56 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701131>

6.2 Дополнительная литература:

1. Индустрия гостеприимства в сфере транспорта : учебное пособие. направление подготовки 43.03.01 сервис. направленность программы (профиль) сервис в сфере транспорта. квалификация выпускника бакалавр. форма обучения очная. - Санкт-Петербург: СПбГУ ГА, 2017. - 29 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/145392>
2. Индустрия гостеприимства : методические указания по изучению курса, программа, планы практических занятий, тематика курсовых работ. для студентов гф и зф. - Санкт-Петербург: СПбГУ ГА, 2015. - 69 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/145300>

3. Туризм и индустрия гостеприимства: исторический опыт и современные тренды: сборник статей Всероссийской конференции с международным участием (16 ноября 2023 г.). - Уфа: БГПУ имени М. Акмуллы, 2023. - 50 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/407501>

6.3 Иные источники:

1. Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ» - <http://www.intuit.ru/>
2. Архив научных журналов зарубежных издательств - <http://arch.neicon.ru>
3. Архив научных журналов - <https://arch.neicon.ru/xmlui/>
4. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг -
5. Гуманитарная электронная библиотека - <http://www.lib.ua-ru.net/katalog/41.html>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

- Лицензия №42574186 от 10.08.2007

Операционная система Microsoft Windows 7, 8, 10

Операционная система Linux Alt 8.1 Образование

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Архив научных журналов зарубежных издательств. – URL: <https://arch.neicon.ru>
2. Консультант студента. Гуманитарные науки: электронно-библиотечная система. – URL: <https://www.studentlibrary.ru>
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
5. Научная электронная библиотека Российской академии естествознания. – URL: <https://www.monographies.ru>
6. Российская государственная библиотека: официальный сайт. – URL: <https://www.rsl.ru>
7. Справочная правовая система "Консультант плюс". – URL: <http://www.consultant.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.