Аннотация рабочей программы дисциплины

*Б1.В.ДВ.08.02 «Сервисная деятельность организации»*

Направление подготовки

*38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг в торговой деятельности*

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению *38.03.06 «Торговое дело»* профиль *Маркетинг в торговой деятельности*

**1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Сервисная деятельность организации» относится к вариативной части ОПОП бакалавриата, к дисциплинам по выбору.

Дисциплина имеет предшествующие связи с дисциплинами «Экономика организации», «Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Организация предпринимательской деятельности в торговле», «Правовое регулирование профессиональной деятельности» и др. Последующие межпредметные связи дисциплина «Сервисная деятельность организации» имеет с дисциплинами «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков», «Преддипломная практика».

**2. Цель и задачи дисциплины, требования к результатам освоения дисциплины.**

Цель: приобретение студентами теоретических знаний и практических умений в области организации сервисной деятельности предприятий с целью дальнейшего формирования компетенций организации коммерческой деятельности, необходимых в профессиональной деятельности бакалавра по направлению «Торговое дело».

Задачи дисциплины:

1. Изучение основных теоретических и практических подходов к сервису в торговле, как виду деятельности, направленной на удовлетворение потребностей потребителя посредством оказания индивидуальных услуг.
2. Изучение сервисной деятельности как особого вида деятельности;
3. Изучение природы услуг, их основных характеристик;
4. Изучение методов и особенностей обслуживания потребителей в торговле.

**3. Формируемые компетенции:**

ОК-1, ОК-6, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-8, ПК-10.

**4. Содержание дисциплины.**

Тема 1. Введение в дисциплину «Сервисная деятельность организации» Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.

Тема 2. Предпосылки возникновения сервисной деятельности.

Тема 3. Услуга как специфический продукт.

Тема 4. Место и роль сервисной деятельности в жизнедеятельности человека. Сервис и его особенности.

Тема 5. Место и роль общения участников сервисной деятельности.

Тема 6. Теория обслуживания. Организация обслуживания потребителей.

Тема 7. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности.

Тема 8. Категории потребителей и особенности обслуживания в торговле.

Тема 9. Сервис и сервисные технологии в торговле.

Междисциплинарные связи осуществляются со следующими обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами: «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков», «Преддипломная практика».

**5. Объем дисциплины:** 108 часов, 3 з.е. (в том числе ауд. – 42 часа, сам. р. – 66 часов).

**6. Форма промежуточного контроля:** зачет.

**7. Семестр:** 7.

**Разработчик** доцент Э.Э. Бармина