

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**

**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

Факультет «Сервис и туризм»

Кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

**Методические указания**

**по подготовке и написанию контрольной работы по дисциплине**

**«SPА-комплекс как предприятие»**

**Ростов-на-Дону**

**2022**

1. **ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Контрольная работа выполняется студентами заочной формы обучения и преследует следующие цели:

- развивать способность студента к анализу учебной и нормативной литературы;

- вырабатывать умение систематизировать и обобщать научный материал.

Работа должна быть выполнена самостоятельно, осмысленно, а не путем механического переписывания первоисточников.

Контрольная работа должна быть выполнена следующим образом:

1) написана от руки логически последовательно, грамотно, разборчиво или напечатана;

2) страницы работы должны быть пронумерованы и иметь поля для замечаний преподавателя;

3)в конце работы надо привести список фактически использованной литературы, работу подписать и поставить дату ее выполнения.

Объем контрольной работы должен составлять 10-12 листов ученической тетради или листов А4. Нарушение указанных требований служит основанием для возврата работы студенту для соответствующей доработки. Контрольная работа должна быть предоставлена в установленный графиком срок.

**Вариант 1.**

Коллектив СПА-комплекса как объект управления в ходе профессионального общения менеджера.

*Определение коллектива; основные психологические характеристики коллектива; стили руководства коллективом; влияние руководства на психологический климат коллектива; направленность устремлений коллектива; психологическая структура коллектива турорганизации; структура межличностных отношений; специфика межгруппового восприятия.*

**Вариант 2.**

Характерные черты современного потребителя услуг СПА-комплекса.

*Общие тенденции развития спроса на туруслуги; изменения в психологии современного типа потребителя туруслуг; психолого-поведенческие особенности потребителя туруслуг; мотивация туристских поездок; классификация современных типов туристов (Ф.Ган).*

**Вариант 3.**

Организация изучения психологических особенностей работников СПА-комплекса и потребителей СПА-услуг.

*Методика изучения психологических особенностей; организационные мероприятия; основные условия эффективного изучения человека; система методов изучения человека и влияющих на развитие факторов.*

**Вариант 4.**

Структура профессионального и делового общения в сфере туризма. Функциональная характеристика профессионального и делового общения.

*Потребность, цель, форма и содержание общения; устная и письменная речи; функции делового и профессионального общения; способы психологического влияния.*

**Вариант 5.**

Модели переговоров как формы делового общения в сфере оказания СПА-услуг.

*Виды переговоров; модели переговоров; основные правила при проведении принципиальных переговоров; основные способы выхода из тупика; стратегия и тактика ведения переговоров.*

**Вариант 6.**

Особенности профессионального общения в ходе воспитания сотрудников СПА-комплекса как предприятия.

*Структура воспитания сотрудников организации; целевые установки; функции; принципы; состав хозяйствующей организации как воспитательная система; факторы эффективного протекания процесса воспитания в организации; способы воспитательного влияния на личность сотрудника организации; воспитательная деятельность менеджеров; общие принципы управления мотивацией работников.*