**ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **ТЕМА** | **ФАМИЛИЯ И О** | **примечание** |
| 1. | Основные научные теории потребностей (А. Маслоу, Д. Мак-Грегор и др.). |  |  |
| 2. | Предприятия, оказывающие услуги населению. |  |  |
| 3. | Нестандартные ситуации в сервисной сфере: причины возникновения |  |  |
| 4. | Правила предоставления услуг в сфере гостиничного бизнеса. |  |  |
| 5. | Поведенческие модели людей в стрессовых ситуациях |  |  |
| 6. | Группы потребителей услуг и их характеристики. Анализ потребностей различных групп клиентов. |  |  |
| 7. | Клиент как потребитель сервисной продукции. |  |  |
| 8. | Фирменное обслуживание. |  |  |
| 9. | Индустрия сервиса в региональном общественном воспроизводстве. |  |  |
| 10. | Способы регулирования качества обслуживания. |  |  |
| 11. | Стандарты обслуживания в сервисной сфере. |  |  |
| 12. | Национальные особенности обслуживания в сфере гостеприимства. |  |  |
| 13. | Стандарты поведения обслуживающего персонала в гостеприимстве. |  |  |
| 14. | Основные задачи и стратегии ассортиментной политики в сфере услуг. Жизненный цикл услуг. |  |  |
| 15. | Обязательные, вспомогательные и дополнительные услуги. |  |  |
| 16. | Самообслуживание в сфере питания туристов. |  |  |
| 17. | Специальные и прогрессивные формы обслуживания. |  |  |
| 18. | Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности. Обслуживание групп клиентов. |  |  |
| 19. | Корпоративное обслуживание. |  |  |
| 20. | Работа с VIP-клиентами. |  |  |
| 21. | Правила предоставления услуг в сфере гостиничного бизнеса. |  |  |
| 22. | Формы и методы контроля в сфере сервиса. Контрольные органы. |  |  |
| 23. | Диагностика мотивации клиентов. |  |  |