

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
для проведения текущей и промежуточной аттестации

по учебной дисциплине

**«Сервисная деятельность»**

для направления подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение  
(по отраслям)  
профиль подготовки: Сервис

## 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Семестр	1	2	3	4	5	6	7	8
Наименование дисциплины								
<b>ОК-5 Способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</b>								
Б1.Б4 Общая психология				+				
Б1.Б10 Возрастная физиология и психофизиология		+	+					
Б1.Б14 Психология профессионального образования					+			
Б1.Б21 Практическое (производственное) обучение				+	+	+	+	
Б1.В.ОД2 Сервисология		+						
Б1.В.ОД9 География сервиса							+	
<b>Б1.В.ОД10 Сервисная деятельность</b>			+					
Б.2.У1 Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков		+						
Б3.ВКР Выпускная квалификационная работа								+
<b>Этапы формирования компетенций</b>		1	2	3	4	5	6	7
<b>ОПК-9 Готовностью анализировать информацию для решения проблем, возникающих в профессионально-педагогической деятельности</b>								
Б 1.Б10 Возрастная физиология и психофизиология		+	+					
Б 1.Б12 Экология				+				
Б 1.Б16 Профессиональная педагогика					+	+		
Б1.В.ОД5 Бухгалтерский учет и отчетность					+			
<b>Б1.В.ОД10 Сервисная деятельность</b>			+					
Б1.В.ОД19 Управление качеством услуг								+
Б1.В.ДВ4.1 Безопасность в сервисе			+					
Б1.В.ДВ4.2 Фото-видеосъемка. Режиссура			+					
Б1.В.ДВ6.1 Здоровый образ жизни			+					
Б1.В.ДВ6.2 Экология человека			+					
Б2.У1 Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков		+						
Б3.ВКР Выпускная квалификационная работа								+
<b>Этапы формирования компетенций</b>		1	2	3	4	5		6
<b>ПК-12 Готовностью к участию в исследованиях проблем, возникающих в процессе подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена</b>								
Б1.В.ОД9 География сервиса							+	
<b>Б1.В.ОД10 Сервисная деятельность</b>			+					
Б1.В.ДВ1.1 Электронные образовательные ресурсы сети Интернет					+	+		

\* В качестве этапов формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы определены семестры.

Б1.В.ДВ1.2 Технология использования информационной образовательной среды библиотеки для написания курсовых и ВКР								
Б1.В.ДВ7.1 Экономическая география				+				
Б1.В.ДВ7.2 Особо охраняемые природные территории				+				
Б1.В.ДВ15.1 Основы исследовательской деятельности в сервисе								+
Б2.Пд Преддипломная практика								+
Б3.ВКР Выпускная квалификационная работа								+
<b>Этапы формирования компетенций</b>								
<b>ПК-13 Готовностью к поиску, созданию, распространению, применению новшеств и творчества в образовательном процессе для решения профессионально-педагогических задач</b>								
Б 1.Б19 Методика профессионального обучения						+	+	
Б1.В.ОД6 Информационные технологии в сервисе			+	+				
Б1.В.ОД7 Современные технические средства обучения						+		
<b>Б1.В.ОД10 Сервисная деятельность</b>			+					
Б1.В.ОД12 Маркетинг в сервисе						+		
Б1.В.ОД17 Основы туристического сервиса								+
Б1.В.ОД18 Проектирование услуг							+	
Б1.В.ДВ4.2 Фото-видеосъемка. Режиссура			+					
Б1.В.ДВ5.1 Физика в природе			+					
Б1.В.ДВ5.2 Твоя Вселенная			+					
Б1.В.ДВ10.1 Проектная деятельность					+			
Б1.В.ДВ.14.1 Анимационная деятельность							+	
Б1.В.ДВ.14.2. Организация презентаций							+	
Б1.В.ДВ15.1 Основы исследовательской деятельности в сервисе								+
Б2.Пд Преддипломная практика								+
Б3.ВКР Выпускная квалификационная работа								+
<b>Этапы формирования компетенций</b>			1	2	3	4	5	6

## 2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Контроль качества освоения дисциплины включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

Индекс	Компетенция	Компоненты
ОК-5		1) способен работать в команде

	Способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	2) способен толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
В рамках данной дисциплины формируется первый и второй компонент компетенции ОК-5		
ОПК-9	Готовностью анализировать информацию для решения проблем, возникающих в профессионально-педагогической деятельности	1) выявляет проблемы, возникающие в профессионально-педагогической деятельности 2) анализирует информацию в сфере профессионально-педагогической деятельности
В рамках данной дисциплины формируется первый и второй компонент компетенции ОПК-9		
ПК-12	Готовностью к участию в исследованиях проблем, возникающих в процессе подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена	1) выявляет проблемы, возникающие в процессе подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена 2) участвует в исследованиях проблем, возникающих в образовательном процессе
В рамках данной дисциплины формируется первый и второй компонент компетенции ПК-12		
ПК-13	Готовностью к поиску, созданию, распространению, применению новшеств и творчества в образовательном процессе для решения профессионально-педагогических задач	1) знает основы новшеств и творчества в образовательном процессе 2) занимается поиском и созданием новшеств и творчества в образовательном процессе для решения профессионально-педагогических задач 3) занимается распространением и применением новшеств и творчества в образовательном процессе для решения профессионально-педагогических задач
В рамках данной дисциплины формируется первый и второй компонент компетенции ПК-13		

## ***2.1 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования (промежуточная аттестация)***

Компетенции	Показатели	Критерии в соответствии с уровнем освоения ОП			Оценочное средство (промежуточные)
		пороговый (удовлетворительно) 55-69 баллов	стандартный (хорошо) 70-84 балла	эталонный (отлично) 85-100 баллов	
ОК-5	Знать	1. Правила организации работы команды.	1. Основы организации работы командной работы.	1. Особенности организации работы командной работы.	Тестирование

	Уметь	1. Нести ответственность за результаты совместной работы.	1. Внести ощутимый вклад в работу коллектива.	1. Правильно распределять функциональные обязанности. 2. Понимает необходимость совместной деятельности во взаимодействии с другими.	Тестирование
	Владеть	1. Методами выявления социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий.	1. Технологиями взаимодействия с индивидами имеющими социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.	1. Технологиями конструктивного взаимодействия.	Проф. ситуации
ОПК-9	Знать	1. Историю развития сервиса. 2. Виды сервисной деятельности и теорию организации обслуживания. 3. Принципы классификации услуг их характеристики.	1. Особенности взаимоотношений специалистов по сервису и клиента в процессе осуществления сервисной деятельности. 2. Базовую информацию в сфере профессионально-педагогической деятельности.	1. Содержание сервисной деятельности в современном обществе. 2. Основные нормы и правила взаимодействия с клиентом в контактной зоне. 3. Основные проблемы, возникающие в профессионально-педагогической деятельности.	Тестирование
	Уметь	1. Применять на практике знания об организации технологий обслуживания в деятельности специалиста сервиса.	1. Осуществлять консультирование клиента. 2. Анализировать базовую информацию в сфере профессионально-педагогической деятельности.	1. Работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности». 2. Выявлять основные проблемы, возникающие в профессионально-педагогической деятельности.	Тестирование
	Владеть	1. Приемами внедрения традиционных форм и способов сервиса на предприятиях сервиса.	1. Приемами консультирования клиента при работе с ним в контактной зоне. 2. Приемами анализа базовой информации	1. Способами организации и экспертизы контактной зоны предприятия сервиса. 2. Технологиями выявления основных	Проф. ситуации

			в сфере профессионально-педагогической деятельности.	проблем, возникающие в профессионально-педагогической деятельности	
ПК-12	Знать	1.Отечественный опыт сервисной деятельности. 2.Основные методы исследования проблем, возникающих в образовательном процессе	1. Зарубежный опыт сервисной деятельности. 2. Основные технологии исследования проблем, возникающих в образовательном процессе.	1. Отечественный и зарубежный опыт сервисной деятельности. 2. Проблемы, возникающие в процессе подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена.	Тестирование
	Уметь	1. Систематизировать научно-техническую информацию, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности. 2.Применять методы исследования проблем, возникающих в образовательном процессе.	1. Осуществлять поиск и обработку информации о видах и формах оказания услуг. 2. Применять основные технологии исследования проблем, возникающих в образовательном процессе.	1. Следить за обновлением научно-технической информации и зарубежным опытом в сервисной деятельности. 2.Выявлять проблемы, возникающие в процессе подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена.	Тестирование
	Владеть	1. Методами изучения научно-технической информации по сервисной деятельности. 2. Элементами исследовательской деятельности.	1. Методами изучения научно-технической информации и отечественного и опыта в сервисной деятельности. 2. Основами исследовательской деятельности в образовательном процессе.	1.Методами самостоятельного изучения актуальной информации о сервисной деятельности в современном обществе. 2. Методологией исследовательской деятельности в образовательном процессе.	Проф. ситуации
ПК-13	Знать	1. Основы сервисной деятельности как формы удовлетворения потребностей человека. 2. Теорию новшеств и в образовательном процессе.	1. Методы бесконфликтных взаимоотношений с потребителем в процессе сервисной деятельности. 2.Теорию творчества в образовательном процессе.	1.Современные стандарты качества сервисного обслуживания. 2.Формы и способы оказания услуг. 3. Основы новшеств и творчества в образовательном процессе.	Тестирование

	Уметь	1.Учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности. 2. Заниматься изучением инноваций образовательном процессе.	1.Решать основные проблемы психологической составляющей сервиса на предприятиях. 2.Заниматься поиском инноваций образовательном процессе	1. Проектировать программу обслуживания клиентов. 2.Заниматься созданием новшеств в образовательном процессе.	Тестирование
	Владеть	1.Способами организации процесса обслуживания при совершении заказа на предприятиях сервиса.	1.Приемами выделения основных психологических особенностей потребителя в процессе сервисной деятельности.	1.Приемами внедрения инновационных форм и способов сервисной деятельности на предприятиях.	Проф. ситуации

## ***2.2. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости***

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества формирования компетенций, стимулирования учебной работы обучаемых и совершенствования методики освоения новых знаний. Он обеспечивается проведением семинаров, оцениванием контрольных заданий, проверкой конспектов лекций, выполнением индивидуальных и творческих заданий, периодическим опросом обучающихся на занятиях. Контролируемые разделы (темы) дисциплины, компетенции и оценочные средства представлены в таблице.

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства**
1	Исторические предпосылки развития сервисной деятельности. Теория услуг.	ОПК-9-1 ОПК-9-2	Терминологическая картотека Сообщение Подготовка электронных презентаций Тестирование
2	Сервисные процессы. Сервисные технологии.	ОПК-9-1 ПК-1-2 ПК-13-1	Электронная презентация Структурно-логическая схема Структурирование учебной информации Отчет по микро-исследованию Тестирование
3	Правовое регулирование сервисной деятельности. Особенности обслуживания.	ПК-12-1 ПК-12-2 ОК-5-1	Аналитика нормативных документов сферы сервиса Сообщение Ситуационная задача Электронная презентация

			Тестирование
4	Психология сервиса. Инновационный сервис.	ПК-13-1 ПК-13-2 ОК-5-1 ОК-5-2	Ситуационная задача Экспертиза контактной зоны предприятия сервиса Структурно-логическая схема. Тестирование

***Критерии и шкала оценивания терминологической работы по теме***

Количество терминов и объем их описаний соответствуют заданию	2 балл
Используемая литература включает как классические, так и современные издания	1 балл
Содержание подкреплено необходимыми комментариями, примерами и поясняющими цитатами	1 балл
Максимальный балл	4 баллов

***Критерии и шкала оценивания устного сообщения с предоставлением тезисов***

Понимание проблемы, стремление разъяснить ее суть с научных позиций	2 балла
Умение интересно подать материал, наличие личностного отношения к нему	1 балла
Грамотность и логичность изложения материала.	1 балл
Предоставление тезисов заданного формата	1 балл
Максимальный балл	5 баллов

***Критерии и шкала оценивания выступления с презентацией***

Понимание проблемы, стремление разъяснить ее суть с научных позиций	1 балла
Умение интересно подать материал, наличие личностного отношения к нему	1 балла
Общее восприятие презентации, эмоциональность, убедительность	1 балл
Максимальный балл	3 баллов

***Критерии оценивания презентаций***

Оценка	Название критерия	Оцениваемые параметры
«зачтено»	<i>Тема презентации</i>	<i>Соответствие темы программе учебного предмета, раздела</i>
	<i>Дидактические и методические цели и задачи презентации</i>	<i>Соответствие целей поставленной теме Достижение поставленных целей и задач</i>
	<i>Выделение основных идей презентации</i>	<i>Соответствие целям и задачам Содержание умозаключений Вызывают ли интерес у аудитории Количество (рекомендуется для запоминания аудиторией не более 4-5)</i>
	<i>Содержание</i>	<i>Достоверная информация об исторических справках и текущих событиях Все заключения подтверждены достоверными источниками Язык изложения материала понятен аудитории Актуальность, точность и полезность содержания</i>

<i>Подбор информации для создания проекта – презентации</i>	<i>Графические иллюстрации для презентации Статистика Диаграммы и графики Экспертные оценки Ресурсы Интернет Примеры Сравнения Цитаты и т.д.</i>
<i>Подача материала проекта – презентации</i>	<i>Хронология Приоритет Тематическая последовательность Структура по принципу «проблема-решение»</i>
<i>Логика и переходы во время проекта – презентации</i>	<i>От вступления к основной части От одной основной идеи (части) к другой От одного слайда к другому Гиперссылки</i>
<i>Заключение</i>	<i>Яркое высказывание - переход к заключению Повторение основных целей и задач выступления Выводы Подведение итогов Короткое и запоминающееся высказывание в конце</i>
<i>Дизайн презентации</i>	<i>Шрифт (читаемость) Корректно ли выбран цвет (фона, шрифта, заголовков) Элементы анимации</i>
<i>Техническая часть</i>	<i>Грамматика Подходящий словарь Наличие ошибок правописания и опечаток</i>
<i>«не зачтено»</i>	<i>Выполнение менее 60% оцениваемых параметров</i>

***Критерии и шкала оценивания работы с текстом по обобщению, систематизации и структурированию учебной информации***

<i>Умение проводить смысловую группировку текста, выделять основополагающие идеи</i>	<i>2 балла</i>
<i>Умение создавать на основе выделенной в тексте информации схемы, таблицы, конспекты</i>	<i>2 балла</i>
<i>Умение высказывать оценочные суждения, свою точку зрения о прочитанном в тексте</i>	<i>1 балл</i>
<i>Максимальный балл</i>	<i>5 баллов</i>

***Критерии и шкала оценивания экспертизы контактной зоны предприятия сервиса***

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
<i>«зачтено»</i>	<i>Корректно определено пространство контактной зоны для экспертизы. Правильно выбраны элементы контактной зоны для экспертизы. Определена шкала оценивания. Проранжированы элементы контактной зоны. Выполнен количественный и качественный анализ полученных данных. Выполнена презентация по экспертизе контактной зоны.</i>
<i>«не зачтено»</i>	<i>Экспертиза не выполнена или выполнена со значительными замечаниями.</i>

### **Критерии и шкала оценивания ситуационные задачи**

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
«зачтено»	Ситуационная задача решена верно, приведены правильные аргументирующие выводы. Результаты решения ситуационной задачи законспектированы.
«не зачтено»	Ситуационная задача не решена или решена со значительными замечаниями.

### **Критерии и шкала микро-исследования**

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
«зачтено»	Исследование выполнено верно, приведены правильные аргументирующие выводы. Результаты исследования законспектированы.
«не зачтено»	Исследование не выполнено или выполнено со значительными замечаниями.

### **Критерии и шкала анализа нормативных документов**

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
«зачтено»	Анализ выполнен верно, приведены правильные аргументирующие выводы. Результаты анализа законспектированы.
«не зачтено»	Анализ не выполнен или выполнен со значительными замечаниями.

### **Критерии и шкала оценивания тестирования (промежуточного)**

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
«зачтено»	Выполнение более 60% тестовых заданий
«не зачтено»	Выполнение менее 60% тестовых заданий

### **Итоговое тестирование**

Итоговый тест включает: 1) задания с единственным и множественным выбором ответа, позволяющие оценить знание программного материала дисциплины. Максимальное число баллов – 5.

### **2.3. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения всего объема учебной дисциплины. Для оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации используется четырехбалльная шкала: «Отлично», «Хорошо», «Удовлетворительно», «Неудовлетворительно». Для оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации используется подсчет рейтинговых баллов по результатам изучения дисциплины и перевод их в четырехбалльную шкалу.

Шкала оценивания	Критерии	Уровень освоения компетенций
Отлично	наличие глубоких и исчерпывающих знаний в объеме пройденного программного материала, правильные и	Эталонный

	уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, знание дополнительно рекомендованной литературы	
Хорошо	наличие твердых и достаточно полных знаний программного материала, незначительные ошибки при освещении заданных вопросов, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала	Стандартный
Удовлетворительно	наличие твердых знаний пройденного материала, изложение ответов с ошибками, уверенно исправляемыми после дополнительных вопросов, необходимость наводящих вопросов, правильные действия по применению знаний на практике	Пороговый
Неудовлетворительно	наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.	Компетенции не сформированы

**3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

### ***3.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости***

#### **Модуль №1**

##### **Термины для терминологической картотеки**

Контактная зона, сервисное предприятие, услуга, социально-культурная услуга, сервисный продукт, организационная структура сервисного предприятия, услуга, материальная услуга, институциональная услуга, духовная услуга, новая услуга, жизненный цикл услуг, культура сервиса, сервисная деятельность, инфраструктура сервиса, индустрия сервиса.

##### **Темы для сообщений на семинарских и практических занятиях**

1. Сервис и повседневные ритуалы в царской России.
2. Традиционный быт русского народа.
3. Сфера быта и услуг в XVIII в. (1703-1801).
4. Сфера быта и услуг в XIX в. (1801—1861).
5. Сфера услуг в пореформенный период (1861—1897).
6. Сфера быта и услуг в конце XIX — начале XX в. (1897—1917).
7. Советский сервис в «реабилитированной» повседневности.
8. «Красногвардейская атака» на советский быт (1917—1921).
9. Сфера услуг в годы нэпа (1921—1929): между частным и общественным интересом.
10. Советский сервис в годы «великого перелома» (1929—1939).
11. Система бытового обслуживания в СССР в контексте советской модели повседневности.
12. «Красногвардейская атака» на советский быт (1917—1921).

13. Сфера услуг в годы нэпа (1921—1929): между частным и общественным интересом.
14. Советский сервис в годы «великого перелома» (1929—1939).
15. На пути становления отрасли: восстановление и развитие сферы услуг (1945—1964).
16. «Перестройка» и «новое мышление» в сфере услуг(1985-1991).

### **Темы для составления презентаций**

1. Этапам развития сервисной деятельности в России, в Забайкальском крае, в Сибири, на Дальнем востоке.
2. Истории развития ресторанного, гостиничного, туристического, анимационного сервиса в Забайкальском крае и в г. Чита.

### **Тестирование**

- 1.Какая прикладная наука раскрывает социальное значение сервисной деятельности в обществе и жизни людей, обосновывает тот вклад, который может быть сделан в этом направлении персоналом предприятия:
  - а) сервисология;
  - б) сервисная деятельность;
  - в) философия обслуживания;
  - г) все ответы не верны.
2. Целью сервисной деятельности является:
  - а) удовлетворение человеческих потребностей;
  - б) исследование рынка услуг;
  - в) производство услуг;
  - г) все ответы не верны.
3. Отношения в доисторических сообществах строились на принципе:
  - а) товарно-денежных отношений;
  - б) взаимопомощи;
  - в) самообслуживания;
  - г) верны ответы а) и б).
4. Что является прогрессивной основой развития сферы услуг постиндустриального общества 1960—1970-х годов:
  - а) научно-техническая революция;
  - б) информационная революция;
  - в) сервисизация экономики;
  - г) все ответы не верны.
5. Какой принцип не является принципом современного сервиса?
  - а) эластичность сервиса;
  - б) удобство сервиса;
  - в) обязательность предложения;
  - г) обязательность использования.
6. К какому виду сервисной деятельности относится информационный сервис:
  - а) познавательному сервису;
  - б) коммуникативному сервису;
  - в) образовательному сервису;
  - г) деловому сервису.
7. Какой из перечисленных принципов не должен быть положен в основу развития сферы услуг:
  - а) максимизация прибыли за счет создания новых потребностей
  - б) услуги должны быть доступны каждому члену общества

- в) отождествлять сферу услуг с бытовым обслуживанием
- 8. Какие потребности общества призвана удовлетворять сфера услуг:
  - а) все виды потребностей
  - б) социальные потребности
  - в) первичные потребности
- 9. Как изменился состав производителей услуг в ходе рыночных преобразований в России:
  - а) увеличилась доля государственных предприятий
  - б) большую часть составляют организации частной и негосударственной форм собственности
  - в) доля государственных и частных организаций на рынке услуг равна
- 10. Под сроком оказания услуг понимается:
  - а) время на подготовительные работы
  - б) время на производство услуг
  - в) время от приема заказа до момента выдачи.

### **Вопросы для собеседования**

1. Основные понятия, используемые в сервисной деятельности.
2. Этапы развития сервисной деятельности.
3. Основные принципы современного сервиса.
4. Характеристика комплексной классификации видов сервиса.

## **Модуль № 2**

### **Электронная презентация**

Опишите жизненный цикл какой-либо услуги, существующей или существовавшей на рынке услуг г. Читы или Забайкальского края.

Перечень услуг: гостиничные услуги, ресторанные услуги, анимационные услуги, развлекательные услуги, рекреационные услуги, санаторно-курортные услуги, туристские услуги.

### **Структурно-логическая схема**

Выполните характеристику мультиатрибутивной модели гостиничного продукта или туристического продукта. Представьте в виде схемы. Данные можно внести в таблицу.

#### **Характеристика мультиатрибутивной модели сервисного продукта**

Этапы модели	Общая характеристика	Гостиничный продукт
Ядро		
Базовый продукт		
Дополнительный продукт		
Расширенный продукт		

### **Темы по обобщению, систематизации и структурированию учебной информации**

1. Основные направления, рассматривающие сущность услуг.
2. Основные принципы классификации услуг.
3. Принципы создания оптимального сервисного продукта:
4. Различия жизненного цикла товара и услуги.
5. Алгоритм разработки «новой услуги».

### **Темы для микро-исследования**

1. Какие новые виды услуг предлагает туристский бизнес?
2. Какие новые виды услуг предлагает гостиничный бизнес?
3. Какие новые виды услуг предлагает индустрия развлечений?
4. Какие новые виды услуг предлагают предприятия питания?
5. Какие новые виды услуг предлагает спортивно-оздоровительный и косметический бизнес?

### **Тестирование**

1. Термин «услуга» был введен в научный оборот:
  - а) в начале XIX в.;
  - б) в начале XX в.;
  - в) в начале XVIII в.;
  - г) в конце XIX в.
2. Термин «услуга» ввел в научный оборот:
  - а) К. Маркс;
  - б) Ж.Б. Сэй;
  - в) Д. Белл;
  - г) Ф. Бастиа.
3. Согласно определению услуги Т. Хилла, услуга — это деятельность, которая:
  - а) вызывает изменение состояния человека или предмета;
  - б) не вызывает изменения состояния человека или предмета;
  - в) не приводит к новому качеству состояния человека или материального блага;
  - г) все ответы не верны.
4. Какое из перечисленных свойств не присуще услугам?
  - а) качественная определенность;
  - б) недолговечность;
  - в) невозможность перепродажи;
  - г) невозможность транспортировки традиционным способом.
5. В чем заключается неосвязаемость услуги:
  - а) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
  - б) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
  - в) услуги во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.
  - г) верны ответы а) и в).
6. В сферу услуг, различающихся по функциональной направленности сектора, не входят:
  - а) услуги, ориентированные на производство;
  - б) услуги, ориентированные на общество;
  - в) услуги, ориентированные на демографию населения;
  - г) услуги, ориентированные на домашнее хозяйство.
7. На какой стадии жизненного цикла услуги растут объемы реализации услуги, что позволяет преодолеть точку убыточности:
  - а) на стадии 2 - внедрение
  - б) на стадии 3 - рост
  - в) на стадии 4 – насыщение рынка
  - г) на стадии 5 – сокращение реализации услуг.
8. На какой стадии жизненного цикла услуги растут объемы реализации услуги, что позволяет преодолеть точку убыточности:
  - а) на стадии 2 - внедрения
  - б) на стадии 3 - роста

в) на стадии 4 – насыщения рынка.

9. Какое из трех составляющих частей качества показывает, насколько услуга соответствует тому, что было запланировано производителем товара:

- а) требуемое качество
- б) базовое качество
- в) желаемое качество

10. Каким образом выявляется соответствие услуг характеру общественных потребностей:

- а) по решению директора сервисного предприятия
- б) в ходе сравнения услуг-конкурентов
- в) методом случайного отбора

## **Модуль № 3**

### **Анализ нормативных документов в сфере сервиса**

Составить библиографический список действующих и принятых стандартов в сфере социально-культурного сервиса (ГОСТ, ГОСТ Р, ГОСТ ИСО). Проанализировать содержание, основные требования к системе обслуживания, персоналу предприятия.

### **Темы для сообщений на семинарских и практических занятиях**

1. Понимание сервисной деятельности с позиций практики взаимодействия производителя и потребителя услуг, компоненты взаимоотношения; особенности в зависимости от типа услуг.

2. Научный анализ сервисной деятельности с позиций системного подхода.

3. Предметно-дисциплинарный подход к сервисной деятельности, междисциплинарный характер.

4. Экономико-центристская направленность сервисной деятельности в истории ее развития в рамках английской политэкономии.

5. Определение услуги в соответствии с Госстандартом, с позиций современной экономики.

6. Масштаб субъекта сервисной деятельности, основной критерий; численность сотрудников на крупных, средних, малых и сверхмалых предприятиях сервисной деятельности по нормам Европейского сообщества.

7. Средние, малые и сверхмалые предприятия в сервисной деятельности, их доля в национальном продукте. Экономические условия, необходимые для развития малого предпринимательства.

8. Предприятие сервиса с позиции системной целостности, ее подсистемы.

9. Современное понимание эффективности сервисного предприятия, пути ее исследования с учетом многоуровневых и многоаспектных отношений сервисной деятельности.

10. Многомерная динамическая модель эффективности сервисного предприятия, три составные характеристики.

11. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.

12. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности

13. Взаимоотношения специалиста по сервису и клиента в процессе осуществления сервисной деятельности

14. Теория и практика сервиса с учетом национальных, региональных, этнических, демографических и природно-климатических особенностей обслуживания.

### **Ситуационные задачи**

1. Составьте список, как минимум из 10 услуг, которыми вы пользовались за

последнее время. Разделите их на категории с учетом типа сервисного процесса.

2. Вспомните, когда вам пришлось в последнее время столкнуться с обслуживанием плохого качества. Опишите свое поведение и поведение сотрудников предприятия сервиса. Чем закончился ваш данный контакт и что вы вынесли из этого для себя?

3. Приведите примеры в каких случаях клиент может заменить физическое посещение места оказания услуги удаленным способом обслуживания?

4. Женщина в туристической фирме просит совета менеджера, каким видом транспорта ей добираться до санатория. Прежде чем посоветовать, какие вопросы он должен ей задать?

5. Потребитель сначала звонит по телефону. Он вернулся из поездки и имеет претензии к туристической фирме. Опишите действия сотрудника.

6. Потребитель пришел с жалобой после предварительного звонка. При правильном проведенном телефонном разговоре человек готов к тому, что ему в любом случае постараются помочь. Опишите действия сотрудника.

7. В офис неожиданно ворвался разгневанный потребитель и грозит расширением конфликта до непредсказуемых размеров. Опишите действия сотрудника.

8. Расскажите, /объясните/, в чем суть абонементного обслуживания, бесконтактной формы обслуживания, обслуживания с помощью обменного фонда машин и приборов, выездного обслуживания. Какие «плюсы и минусы» несут они клиенту и сервисной фирмы?

9. Каким образом интерьер помещения, в котором проводится обслуживание потребителей, влияет на степень их удовлетворенности и эффективность работы обслуживающего персонала? Приведите примеры.

10. Выберите услугу, с которой вы хорошо знакомы и оцените ее качество и конкурентоспособность в рамках сравнительного анализа сервисной деятельности двух однопрофильных предприятий. Опишите ваши ожидания и степень удовлетворенности их сервисом.

11. Представьте себя в роли инспектора, проверяющего работу предприятий сферы услуг. Опишите критерии, по которым вы будете оценивать их качество сервиса и услуг. Можете ли вы определить степень удовлетворенности или неудовлетворенности клиентов, если да, то как?

### **Темы для электронной презентации**

1. Трудовой коллектив сервисного предприятия.
2. Организационно-производственные характеристики предприятия сферы сервиса.
3. Классификация предприятий сферы услуг.
4. Профессиональные стандарты персонала сервисного предприятия.
5. Требования
6. Персонал сервисного предприятия.
7. Особенности формирования организационной культуры предприятия в сфере сервиса
8. Особенности процесса оказания различных видов и форм услуг
9. Общая характеристика и этапы процесса обслуживания.
10. Особенности взаимодействия с клиентами в контактной зоне.
11. Особенности личностных характеристик работников контактной зоны.
12. Культура общения работников сферы сервиса с клиентами. Воздействие культуры на поведение потребителя.
13. Взаимоотношения специалиста по сервису и клиента в процессе осуществления сервисной деятельности.
14. Профессиональная этика работников сервиса.

## 15. Профессиональное поведение работника контактной зоны.

### Тестирование

1. Совокупность отраслей производства, корпораций, учреждений и фирм, производящих, реализующих и предоставляющих услуги на определенной территории – это:

- а) инфраструктура сферы услуг;
- б) индустрия сферы услуг;
- в) организация сервиса;
- г) нет верного ответа.

2. Совокупность предприятий сферы сервиса и их сервисная деятельность – это:

- а) индустрия сферы услуг;
- б) инфраструктура сферы услуг;
- в) третичный сектор экономики;
- г) индустрия сервиса.

3. Персонал организации - это:

- а) совокупность работников организации, объединенных в специализированные службы;
- б) выделение работников по социально-демографическим группам;
- в) совокупность отдельных лиц работников, объединенных по какому-либо признаку;
- г) личный состав организации, работающий по найму и обладающий определенными признаками.

4. К какой группе управления относятся руководящие работники, которые трудятся в стабильном режиме найма и осуществляют общественное руководство, контроль субподрядных работ:

- а) руководящей группе;
- б) основной группе;
- в) дополнительной группе;
- в) все ответы не верны.

5. Главной задачей обеспечения качества услуги является:

- а) удовлетворение ожиданий потребителей;
- б) превышение ожиданий потребителей;
- в) все ответы не верны;
- г) верны варианты а), б).

6. Что понимается под техническим качеством услуги?

- а) процесс предоставления услуги;
- б) персонал;
- в) то, что осталось у клиента после получения услуги;
- г) этический аспект ответственности фирмы перед клиентом.

7. Что является нормативным условием обеспечения качества, безопасности и конкурентоспособности услуг:

- а) «петля качества»;
- б) сертификация;
- в) стандартизация;
- г) верны варианты б), в).

8. Прогрессивные формы обслуживания призваны:

- а) приближать услуги к потребителю
- б) создавать новые виды услуги
- в) внедрять услуги на рынке.

9. На кого распространяются «Правила бытового обслуживания населения в РФ»:

- а) на все юридические лица, независимо от организационно-правовой формы
  - б) на все юридические лица и граждан, занимающихся оказанием услуг
  - в) на лиц занимающихся грузовыми перевозками.
10. От чего не зависит оценка услуги потребителем:
- а) от опыта обращения к производителям подобных услуг
  - б) от личных желаний клиента
  - в) от воспитания потребительского сознания клиента.

### **Вопросы для собеседования**

1. Основные признаки классификации предприятий сферы сервиса.
2. Особенности основных типов организационных структур сервисного предприятия.
3. Личностный потенциал персонала сервисной организации.

## **Модуль № 4**

### **Ситуационные задачи**

1. Сформулируйте конкретные мероприятия (5–6 мероприятий) по привлечению потребителей с целью увеличения спроса на гостиничные услуги.
2. Сформулируйте конкретные мероприятия (5–6 мероприятий) по привлечению потребителей с целью увеличения спроса на услуги общественного питания.
3. Сформулируйте конкретные мероприятия (5–6 мероприятий) по привлечению потребителей с целью увеличения спроса на анимационные услуги.
4. Сформулируйте конкретные мероприятия (5–6 мероприятий) по привлечению потребителей с целью увеличения спроса на услуги фитнес-центров.
5. Сформулируйте конкретные мероприятия (5–6 мероприятий) по привлечению потребителей с целью увеличения спроса на рекреационные услуги.
6. Сформулируйте конкретные мероприятия (5–6 мероприятий) по привлечению потребителей с целью увеличения спроса на туристические услуги.
7. Сформулируйте конкретные мероприятия (5–6 мероприятий) по привлечению потребителей с целью увеличения спроса на санаторно-оздоровительные услуги.

### **Экспертиза контактной зоны предприятия социально-культурного сервиса**

1. Определить пространство контактной зоны для экспертизы (по выбору студента).
2. Выбрать элементы контактной зоны для экспертизы.
3. Определить шкалу оценивания.
4. Проранжировать элементы контактной зоны.
5. Выполнить количественный и качественный анализ полученных данных.
6. Выполнить презентацию по экспертизе контактной зоны.

### **Структурно-логическая схема**

Опишите и представьте в виде схемы организационную структуру сервисного предприятия г. Читы (на выбор).

Пример организационных структур:



## Тестирование

1. Какую типологию личности предложил Эверетт Шостром?
  - а) манипулятивную;
  - б) психометрическую;
  - в) по типам темперамента;
  - г) по типам ведущей модальности.
2. Теория, сущность которой заключается в том, что в контактах с разными людьми (в том числе и в деловых контактах) мы ведем себя по-разному, и наше поведение продиктовано логикой одного из трех эго-состояний (состояний сознания): Родитель, Взрослый, Ребенок, – это:
  - а) психометрическая теория;
  - б) ролевая теория;
  - в) возрастная теория;
  - г) все ответы верны.
3. Какой из этико-психологических типов личности обладает следующими характеристиками: деловой внешний вид, консервативная одежда, выражение лица обычно хмурое, отрицательно реагирует на тактику «упорного намерения продать», как правило, сразу ничего не покупает?
  - а) «ромб»;
  - б) «треугольник»;
  - в) «круг»;
  - г) «квадрат».
4. Какими из этих черт обладает этико-психологический тип «треугольник»?
  - а) спокойные, плавные, уверенные движения;
  - б) сначала ведет себя робко, застенчиво, неуверенно;
  - в) всегда куда-то спешит;
  - г) все ответы верны.
5. Какое расстояние характерно для социальной дистанции общения:
  - а) 400— 750 см;
  - б) 45— 120 см;
  - в) 120— 400 см;
  - г) 150 — 500 см.
6. Контактная зона – это:

- а) любое место, где производится услуга;
  - б) место, где услуга может храниться;
  - в) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы;
  - г) верны варианты а), б).
7. Контактной зоной может считаться:
- а) стойка администратора в гостинице;
  - б) цех по ремонту оборудования;
  - в) строительная площадка;
  - г) зона ремонта бытовой техники.
8. Каким требованиям должно отвечать рабочее место работника сферы сервиса:
- а) должно быть обеспечено дорогим оборудованием
  - б) должно обеспечивать обзор офиса
  - в) должно быть выдержана в яркой цветовой гамме.
9. Какой из перечисленных типов риска подразумевает переживания покупателя о том, как услуга повлияет на его имидж:
- а) психологический риск
  - б) физический риск
  - в) социальный риск.
10. Какое из перечисленных качеств не должно присутствовать в профессиональном поведении работника сферы сервиса:
- а) вежливость
  - б) умение навязывать услуги
  - в) компетентность.

### **Вопросы для собеседования**

1. Основные признаки классификации категорий потребителей.
2. Составляющие контактной зоны сервисного предприятия.
3. Особенности работы персонала в контактной зоне сервисного предприятия.
4. Характеристика основных способов решения конфликтов.

### ***3.2. Оценочные средства промежуточной аттестации***

#### **Перечень теоретических вопросов для зачета:**

1. Понятия «сервис» в широком и узком смысле слова.
2. Понятие «сервисная деятельность».
3. Понятие «культура сервиса».
4. Понятие «услуга».
5. Понятие «социально-культурная услуга».
6. Основные группы услуг и их характеристики.
7. Компоненты качества услуги.
8. Принципы современного сервиса.
9. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.
10. Периодизация истории сервисной деятельности в России.
11. Сфера сервиса в России во второй половине 19-начале 20 века.
12. Особенности сферы сервиса в Советской России.
13. Позитивные и негативные тенденции в развитии сферы сервиса в 90-е гг. 20 века и в начале 3-го тысячелетия.
14. Виды сервисной деятельности.
15. Учреждения и организации сферы сервиса в России.
16. Производственные объединения в сфере сервисной деятельности.
17. Конкуренция в деятельности предприятия сферы сервиса.

18. Значение репутации предприятия сферы сервиса.
19. Понятие «индустрия сервиса».
20. Понятие «инфраструктура сервиса».
21. Разновидности услуг и их характеристика.
22. Услуга и товар: сходство и различие.
23. Рациональная организация пространственной среды сервисной деятельности.
24. Сегментация рынка услуг.
25. Стратегия и приоритеты сервисной деятельности.

### **Перечень теоретических вопросов для экзамена:**

1. «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности»
2. Виды сервисной деятельности.
3. Влияние этнической культуры на поведение потребителя.
4. Деловые и межличностные конфликты в сфере сервиса.
5. Договорные отношения в сфере сервиса.
6. Документы, фиксирующие отношения сервисной организации и потребителей услуг.
7. Документы, фиксирующие отношения сервисной организации и потребителей услуг.
8. Жизненный цикл услуг
9. Значение репутации предприятия сферы сервиса.
10. Значение эстетики среды сервисной деятельности.
11. Индивидуальный подход к потребителю сервисных услуг.
12. Инновации в сфере сервиса.
13. Компоненты качества услуги.
14. Компьютеризация в сервисной деятельности.
15. Конкуренция в деятельности предприятия сферы сервиса.
16. Критерии качества и эффективности сервисной деятельности.
17. Место сервиса в индустриальном и постиндустриальном обществе.
18. Методы управления сервисной деятельностью.
19. Нормативные документы по обслуживанию населения.
20. Обеспечение безопасности сервисной деятельности.
21. Общероссийский классификатор услуг населению.
22. Основные группы услуг и их характеристики.
23. Основные стратегии поведения в конфликте.
24. Особенности поведения потребителей в сервисной деятельности.
25. Особенности сферы сервиса в Советской России.
26. Периодизация истории сервисной деятельности в России.
27. Повышение профессионализма кадров и производительности труда.
28. Позитивные и негативные тенденции в развитии сферы сервиса в 90-е гг. 20 века и в начале 3-го тысячелетия.
29. Понятие «индустрия сервиса».
30. Понятие «инфраструктура сервиса».
31. Понятие «культура сервиса».
32. Понятие «послепродажный сервис».
33. Понятие «сервисная деятельность».
34. Понятие «услуга».
35. Понятие «фирменное обслуживание».
36. Понятия «сервис» в широком и узком смысле слова.
37. Правила поведения в конфликтных ситуациях.
38. Практика сервиса с учетом национальных и демографических особенностей.

39. Предприятия сервиса, классификация, особенности.
40. Принципы профессионального поведения организатора сервиса.
41. Принципы современного сервиса.
42. Производственные объединения в сфере сервисной деятельности.
43. Процесс личной продажи: особенности сервисной коммуникации.
44. Психология процесса сервисной деятельности.
45. Разновидности услуг и их характеристика.
46. Рациональная организация пространственной среды сервисной деятельности.
47. Роль общения в сервисной деятельности.
48. Сегментация рынка услуг.
49. Сервисная деятельность и самообслуживание: отличительные черты.
50. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.
51. Стандарты и нормативы сервисной деятельности.
52. Стратегия и приоритеты сервисной деятельности.
53. Сфера сервиса в России во второй половине 19-начале 20 века.
54. Типология конфликтных личностей.
55. Требования к персоналу сферы сервиса.
56. Услуга и товар: сходство и различие.
57. Учреждения и организации сферы сервиса в России.
58. Формы обслуживания потребителей.
59. Формы обслуживания потребителей.
60. Этапы продажи услуги.

## **Задания итогового тестирования**

### **Вариант №1**

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:
  - a) опрос, профессионализм, качество;
  - b) услуга, спрос, специалист;
  - c) деятельность, потребность и услуга.
2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
  - a) исследовательская;
  - b) потребительская (пользовательская);
  - c) ценностно-ориентационная.
3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:
  - a) бронирование номеров;
  - b) прием и размещение;
  - c) расчет при выезде.
4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:
  - a) рекламные услуги;
  - b) организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
  - c) психодиагностику.
5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:
  - a) уровень развития экономики и хозяйственная система;
  - b) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;
  - c) общественные структуры: политические партии.
6. В чем заключается неосвязаемость услуги:
  - a) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
  - b) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;

- с) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.
7. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это:
- а) спрос;
  - б) потребность;
  - с) мотивация.
8. Отличительными особенностями услуг являются:
- а) неразрывность производства и потребления услуги;
  - б) несохраняемость услуг;
  - с) незабываемость услуг.
9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:
- а) определенный способ предоставления услуг заказчику;
  - б) предоставление информации клиенту;
  - с) оказание услуги клиенту.
10. Сервисная деятельность – это:
- а) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
  - б) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
  - с) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.
11. Услуга обладает следующими качествами:
- а) способность к хранению и транспортировке;
  - б) неотделимость от своего источника;
  - с) неизменностью качества.
12. К некоммерческим услугам относят:
- а) услуги предприятий туризма и отдыха;
  - б) услуги организаций общественного питания;
  - с) услуги благотворительных фондов.
13. Целью сервисной деятельности является:
- а) удовлетворение человеческих потребностей;
  - б) исследование рынка услуг;
  - с) производство услуг.
14. Контактной зоной не является:
- а) зона ремонта бытовой техники;
  - б) рабочее место парикмахера;
  - с) рабочее место стоматолога.
15. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:
- а) бесконтактным;
  - б) формальным;
  - с) бесплатным.
16. Физические потребности это потребности в:
- а) в общественной деятельности,
  - б) во сне;
  - с) в творческой деятельности.
17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:
- а) бесконтактное обслуживание;
  - б) фирменное обслуживание;
  - с) неформальное обслуживание.
18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:
- а) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.

b) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.

c) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.

19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Интимное расстояние - общение близких или хорошо знакомых людей.

a) 0 – 45см;

b) 45 – 120 см;

c) 120 – 400 см.

20. Франчайзинг это:

a) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;

b) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества;

c) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

a) социальный статус;

b) выгода;

c) мотив.

22. Характеристика услуг:

a) неопределенность качества;

b) могут накапливаться;

c) передача собственности.

23. Характеристика товаров:

a) неоднородность;

b) индивидуальность;

c) осязаемость.

24. Виды сервиса по содержанию работ. Жесткий сервис это:

a) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);

b) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;

c) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

25. Разработка новых товаров и услуг: сходства и различия. Основные сходства:

a) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;

b) соответствие техническим условиям и стандартам;

c) требует многих ресурсов, таких как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила и энергия.

## **Вариант №2**

1. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:

a) жилищно-коммунальные услуги;

b) научно-исследовательские услуги;

c) услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги;

2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
- материально-преобразовательная;
  - исследовательская;
  - потребительская (пользовательская);
3. Какие из перечисленных услуг ресторана относятся к вспомогательным?
- Резервирование столиков;
  - Вызов такси;
  - Кондиционирование воздуха;
4. Реклама, экспертиза, психодиагностика, имиджмейкерские услуги, художественно-оформительские услуги – это область сервиса в:
- материально-преобразовательной деятельности;
  - познавательной деятельности;
  - ценностно-ориентационной деятельности;
5. Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:
- потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, физиологические потребности, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении;
  - физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении);
  - потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности.
6. Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это:
- контактная зона;
  - зал ожидания;
  - комната для посетителей.
7. В чем заключается несохраняемость услуг:
- процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
  - услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
  - они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.
8. Отличительными особенностями услуг являются:
- неосязаемость услуг;
  - неразрывность производства и потребления услуги;
  - незабываемость услуг.
9. Обслуживание это:
- деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги;
  - оказание услуги потребителю;
  - комплекс мер по обслуживанию населения.
10. Сервис — это:
- это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг;
  - любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой;
  - предпродажное и гарантийное обслуживание.
11. Производственные услуги – это:

- a) услуги банков, страховых компаний;
  - b) инжиниринг, обслуживание оборудования, лизинг;
  - c) пассажирский транспорт, торговля, образование.
12. Услуги по регистрации транспортных средств являются:
- a) государственными;
  - b) идеальными;
  - c) смешанными.
13. Контактная зона – это:
- a) любое место, где производится услуга;
  - b) место, где услуга может храниться;
  - c) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы.
14. Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания – это:
- a) поиск понимания;
  - b) призыв к совести;
  - c) жалоба.
15. Социальные потребности это потребности в:
- a) в самовыражении;
  - b) в познании,
  - c) в жилье.
16. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:
- a) обслуживание на дому;
  - b) индивидуальное обслуживание;
  - c) письменное обслуживание.
17. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:
- a) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
  - b) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.
  - c) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.
- 18 . В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Персональная дистанция - нормальное расстояние для общения знакомых людей..
- a) 0 – 45см;
  - b) 45 – 120 см;
  - c) 120 – 400 см.
19. Франчайзинг это:
- a) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.
  - b) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества
  - c) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;
20. Качество услуг тесно переплетается:
- a) с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия;
  - b) со сбалансированным соотношением цены и качества продукции;
  - c) со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания.

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:
- референтные группы;
  - комфорт;
  - престиж.
22. Характеристика услуг:
- деятельность, процесс;
  - производство, хранение и распределение отделено от потребления;
  - получает только один покупатель единожды.
23. Характеристика товаров:
- потребитель участвует в производственном процессе;
  - производство и потребление осуществляются одновременно;
  - передача собственности.
24. Виды сервиса по содержанию работ. Мягкий сервис это:
- включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
  - включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;
  - сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.
25. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия. Основные различия:
- разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;
  - соответствие техническим условиям и стандартам;
  - продукт человеческой деятельности.

### Вариант №3

1. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:
- бытовые услуги;
  - услуги грузового и пассажирского транспорта, связи;
  - управленческие услуги;
2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
- исследовательская;
  - потребительская (пользовательская);
  - коммуникативная (общение).
3. Что такое трансфер?
- Покупка и доставка билетов;
  - Встреча и проводы;
  - Экскурсионные услуги.
4. Выделите два главных уровня сервиса в познавательной деятельности:
- эмпирический и теоретический;
  - оценочный и информационный;
  - аналитический и экспертный.
5. Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:
- потребность в уважении, физиологические потребности, потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо);
  - потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности.

с) физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении).

6. Совокупность предприятий сферы сервиса и их сервисная деятельность – это:

- а) индустрия сферы услуг;
- б) инфраструктура сферы услуг;
- с) индустрия сервиса.

7. Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем:

а) это отчужденный от производителя результат труда;

б) это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа;

с) фактически производство совмещено с потреблением.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

- а) неразрывность производства и потребления услуги;
- б) несохраняемость услуг;
- с) незабываемость услуг.

9. 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;

с) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.

10. Услуга – это:

а) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо;

б) осязаемые действия, направленные на товар или человека;

с) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями.

11. Общественными услугами являются:

- а) телевидение, радио, образование;
- б) услуги, связанные с досугом;
- с) услуги, связанные с транспортом.

12. К легитимным услугам относят:

- а) нелегальные услуги;
- б) услуги, имеющие криминальный оттенок;
- с) услуги, одобряемые государством и обществом.

13. Контактной зоной может считаться:

- а) стойка администратора в гостинице;
- б) цех по ремонту оборудования;
- с) строительная площадка.

14. Период времени, в течение которого потребитель взаимодействует с исполнителем услуги это:

- а) нормативное время;
- б) время обслуживания;
- с) ресурсное время.

15. Одной из существенных отличий услуги от товара является:

- а) различие мест хранения;
- б) более высокая стоимость;
- с) совмещение производства и потребления.

16. Интеллектуальные потребности это потребности в:
- образовании;
  - в самовыражении;
  - в пище.
17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:
- самообслуживание;
  - фирменное обслуживание;
  - индивидуальное обслуживание.
18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:
- осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку;
  - реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку;
  - поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Социальная дистанция - формальные встречи в общественных местах..
- 120 – 400см;
  - 45 – 120 см;
  - 400 - 750см.
20. Франчайзинг это:
- компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;
  - компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.
  - компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества.
21. Внутренние факторы, влияющие на покупательское поведение:
- социальный статус;
  - культура;
  - престиж
22. Характеристика услуг:
- потребитель участвует в производственном процессе;
  - производство, хранение и распределение отделено от потребления;
  - передача собственности.
23. Характеристика товаров:
- потребитель участвует в производственном процессе;
  - индивидуальность;
  - передача собственности.
24. Виды сервиса по содержанию работ. Косвенный сервис это:
- включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
  - включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;
  - сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.
25. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия. Основные различия:

- a) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;
- b) соответствие техническим условиям и стандартам;
- c) продукт человеческой деятельности.

#### **4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

##### **4.1. Описание процедур проведения текущего контроля успеваемости студентов**

В таблице представлено описание процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов, в соответствии с рабочей программой дисциплины, и процедур оценивания результатов обучения с помощью спланированных оценочных средств.

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Выступление с презентацией / Устное сообщение с предоставлением тезисов	Индивидуальные творческие задания выдаются на практических занятиях, предшествующих изучению предлагаемой темы. Преподаватель знакомит студентов с критериями оценивания. Индивидуальные творческие задания должны быть выполнены к занятию по изучению предлагаемой темы и в соответствии с требованиями к оформлению (подготовка выступления с презентацией или подготовка устного сообщения и написание тезисов). Выполненное задание предъявляется студентом на занятии по изучению предлагаемой темы.
Проведение терминологической работы по теме	Терминологическая работа выполняется студентом по результатам освоения конкретной темы (раздела) дисциплины во внеучебное время. Преподаватель на занятии предлагает перечень основных терминов по конкретной теме (разделу), знакомит студентов с критериями оценивания. В назначенный срок студенты сдают выполненные задания на проверку.
Ситуационная задача	Решение задачи осуществляется на практическом занятии. Результаты решения задачи оформляются студентами самостоятельно и сдаются на проверку преподавателю.
Экспертиза контактной зоны предприятия сервиса	Экспертиза контактной зоны предприятия сервиса осуществляется после посещения сервисного предприятия или после анализа сайта сервисного предприятия. В результате студенты выполняют количественный и качественный анализ полученных данных.
Организация работы с текстом по обобщению, систематизации и структурированию учебной информации	Текст предлагается студентам для работы с ним на практическом занятии или во внеучебное время. Преподаватель на практическом занятии знакомит студентов с критериями оценивания. В назначенный срок студенты сдают выполненные задания на проверку
Микро-исследование	Микро-исследование новых услуг на предприятиях сервиса осуществляется после посещения сервисного предприятия или после анализа сайта сервисного предприятия. В результате

	студенты выполняют количественный и качественный анализ полученных данных.
Анализ нормативных документов	Анализ осуществляется на практическом занятии. Результаты анализа оформляются студентами самостоятельно и сдаются на проверку преподавателю.
Промежуточное тестирование	Промежуточное тестирование проводится по результатам освоения разделов дисциплины во время практических занятий. Во время проведения тестирования пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий не разрешено. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения теста, доводит до обучающихся: темы, количество заданий в тесте, время выполнения.
Итоговое тестирование	Итоговое тестирование проводится по результатам освоения дисциплины в целом во время практических занятий. Во время проведения тестирования пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий не разрешено. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения теста, доводит до обучающихся: темы, количество заданий в тесте, время выполнения.

### Методика оценки деятельности студента

Модуль	Номер раздела	Процедура оценивания*	Оценка	
			<i>min</i>	<i>max</i>
1	1	Терминологическая картотека	3	6
	1	Сообщение	4	7
	2	Подготовка электронных презентаций	2	4
	2	Тестирование	4	7
2	3	Электронная презентация	2	4
	3	Структурно-логическая схема	2	4
	4	Структурирование учебной информации	2	4
	4	Отчет по микро-исследованию	2	4
	4	Тестирование	4	7
3	5	Аналитика нормативных документов сферы сервиса	2	4
	5	Сообщение	2	4
	6	Ситуационная задача	2	4
	6	Электронная презентация	2	4
	6	Тестирование	4	7
4	7	Ситуационная задача	5	8
	7	Экспертиза контактной зоны предприятия сервиса	7	12
	8	Структурно-логическая схема.	2	4
	8	Тестирование	4	7
Итого			55	100

#### 4.2. Описание процедур проведения промежуточной аттестации

## Экзамен

При определении уровня достижений обучающихся на экзамене обращается особое внимание на следующее:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
- показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;
- знание об объекте демонстрируются на фоне понимания его в системе данной дисциплины и междисциплинарных связей;
- ответ формулируется в терминах дисциплины, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию обучающегося;
- теоретические постулаты подтверждаются примерами из практики.

Проведение промежуточной аттестации позволяет сформировать индивидуальный балл студента по дисциплине по результатам текущего контроля, реализуемого в форме балльно-рейтинговой системы оценивания, т.к. оценочные средства, используемые при текущем контроле, позволяют оценить знания, умения и владения навыками/опытом деятельности обучающихся при освоении дисциплины. Преподаватель высчитывает индивидуальный балл как сумму баллов текущего и итогового контроля.

Европейская	100-балльная	4-балльная
A	94-100	отлично
A-	90-94	отлично
B+	85-89	отлично
B	80-84	хорошо
B-	75-79	хорошо
C+	70-74	хорошо
C	65-69	удовлетворительно
C-	60-64	удовлетворительно
D	55-59	удовлетворительно
F	50-54	неудовлетворительно
F-	0-49	неудовлетворительно

Если оценка уровня сформированности компетенций обучающегося не соответствует критериям получения экзамена на основе балльно-рейтинговой системы оценивания, то обучающийся сдает экзамен, который проводится в период экзаменационной сессии согласно расписанию в форме ответов на вопросы экзаменационных билетов, сформированных по перечню теоретических вопросов. Перечень теоретических вопросов к экзамену обучающиеся получают в начале семестра.