Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.10.2026 14:34:14
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДЕНО
на заседании Ученого совета
Высшей школы туризма и социальных технологий
Протокол от 26.08.2024 г. № 1

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(фонд оценочных средств) для проведения промежуточной аттестации
по дисциплине

Б.1.О.01.06 «Сервисная деятельность»
наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе **бакалавриата**
бакалавриата, специалитета, магистратуры

«Государственное и муниципальное управление»
наименование образовательной программы

38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»
шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель Кораблева О.В., доцент высшей школы туризма и социальных технологий, кандидат социологических наук, доцент
ФИО, должность, структурное подразделение, ученая степень, ученое звание

Тольятти
2024

1. Паспорт фонда оценочных средств (далее – ФОС)

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
УК-2.	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1. Демонстрирует знание правовых норм и методологических основ принятия организационно-управленческих и предпринимательских решений ИУК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся экономических ресурсов и ограничений для решения задач цифровой экономики
УК-3.	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.2. Осуществляет эффективное взаимодействие с другими членами команды, в том числе в цифровой среде, преодолевает возникающие в команде разногласия и конфликты

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

владеть:

- методами выявления потребностей потребителя в процессе сервисной деятельности;
- методами сбора информации для оценки сервисной деятельности в российской практике;
- приемами обслуживания в процессе сервисной деятельности

уметь:

- обосновать технологии реализации сервисной деятельности;
- применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания;
- выстраивать пространство контакта с клиентом (потребителем);
- соблюдать в профессиональной деятельности правила обслуживания клиентов.

знать:

- понятийный аппарат сервисной деятельности;
- правовые и нормативные документы сервисной деятельности, интегрированной с системами экономика, государство, общество, культура;
- основные методы предоставления услуг и форм обслуживания
- понятие "контактной зоны" как сферы реализации сервисной деятельности;
- способы организации обслуживания потребителей услуг;
- культуру обслуживания потребителей.

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Код компетенции
1	Тема 1. Теоретические аспекты сервисной деятельности	УК-2, УК-3
2	Тема 2. Исторические аспекты сервисной деятельности	УК-2, УК-3
3	Тема 3. Работа в контактной зоне	УК-2, УК-3
4	Тема 4. Правовые аспекты и стандартизация сервисной деятельности	УК-2, УК-3
5	Тема 5. Организация обслуживания в условиях предприятий сервиса	УК-2, УК-3
6	Тема 6. Управление качеством и маркетинг услуг	УК-2, УК-3

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра.
Форма промежуточной аттестации по дисциплине – зачёт.

Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
Уровневая шкала оценки компетенций	100 бальная шкала, %	100 бальная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
		70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в ходе текущего контроля успеваемости (в процессе проведения практических занятий, тестирования, опросов).

В ходе проведения промежуточной аттестации осуществляется контроль и оценка результатов освоения компетенций.

Вопросы для подготовки к зачету

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

1. Понятие и сущность услуги как специфического продукта
2. Сущность и основные понятия сервисной деятельности
3. Потребности как сущностная составляющая сервисной деятельности
4. Классификации услуг и сервисной деятельности
5. Эволюция сервисной деятельности за рубежом
6. Специфика развития сервисной деятельности в России
7. История кооперативного движения в России
8. Факторы развития сервисной деятельности за рубежом и в России
9. Современные стратегии сервисной деятельности
10. Понятие и виды контактной зоны
11. Этапы и задачи работы в контактной зоне
12. Психологические аспекты работы в контактной зоне
13. Этикет и культура работы в контактной зоне
14. Эстетические и эргономические аспекты работы в контактной зоне
15. Работа с жалобами и конфликтами
16. Источники и основания правовых отношений в сфере сервиса
17. Государственные стандарты в различных сферах сервиса (по отраслям)
18. Сертификация в сфере сервиса
19. Лицензирование в сфере сервиса

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

20. Правила оказания услуг в различных сфере сервиса (по отраслям)
21. Правовые основы и правила оказания услуг в сфере социального обслуживания
22. Основное содержание законодательства по защите прав потребителя
23. Обслуживание как система
24. Основные формы организации системы сервиса
25. Управление персоналом организаций и предприятий сервиса
26. Понятие и сущность качества услуг
27. Система показателей качества услуг
28. Стратегии и тактика качественного сервиса

29. Жизненный цикл услуги. Разработка и продвижение новых видов услуг
30. Современные способы продвижения услуг на рынке

Примерный тест для итогового тестирования:

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

1.жилищно-коммунальные услуги

2. услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги

3. научно-исследовательские услуги

2 Что из нижеперечисленного не относится к предпродажному обслуживанию?

1.разработка каталогов и прейскурантов;

2. доставка товара к месту продажи;

3. распаковка и расконсервация;

4. подготовка товара к продаже;

3. Что включает в себя коммерческая работа по выявлению источников ресурсов услуг?

1.поиск поставщиков товаров, предлагающих продукцию по низким ценам;

2. поиск поставщиков товаров, предлагающих конкурентоспособную продукцию высокого качества, разнообразного ассортимента по приемлемым ценам;

3. поиск поставщиков товаров, предлагающих продукцию высокого качества по высоким ценам;

4. поиск поставщиков товаров, предлагающих новую продукцию.

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

1.нормативное время

2. ресурсное время

3. время обслуживания

5. Под сроком оказания услуг понимается:

1.время на подготовительные работы

2. время на производство услуг

3. время от приема заказа до момента выдачи

6. Услуга обладает следующими качествами:

1.способность к хранению и транспортировке

2. неотделимость от своего источника

3. неизменностью качества

7. Одно из сущностных отличий услуги от товара:

1.различие мест хранения

2. более высокая стоимость

3. совмещение производства и потребления

8. Отличительными особенностями услуг являются:

1.несохраняемость услуг

2. незабываемость услуг

3. неразрывность производства и потребления услуги

9. К некоммерческим услугам относят:

1.услуги организаций общественного питания

2. услуги предприятий туризма и отдыха

3. услуги благотворительных фондов

10. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

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

2. поиск информации, осознание потребности, оценка вариантов, решение о покупке

3. осознание потребности, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку

11.К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на потребителя, НЕ относят:

1.скидки с цены;

2. премии;
3. распространение купонов;
4. бесплатные образцы товаров
5. нет правильного ответа

12. Какие критерии являются определяющими при выборе поставщика?

1.цена и качество;
2. скидки и доступность информации;
3. принадлежность к одной отрасли

13. Что из перечисленного относят к прямым методам изучения рынка?

1.контакты с поставщиками;
2. технические справочники;
3. опрос экспертов

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

1.жилищно-коммунальные услуги
2. услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги
3. научно-исследовательские услуги

15. Что из нижеперечисленного не относится к предпродажному обслуживанию?

1.разработка каталогов и прейскурантов;
2. доставка товара к месту продажи;
3. распаковка и расконсервация;
4. подготовка товара к продаже;

16. Что включает в себя коммерческая работа по выявлению источников ресурсов услуг?

1.поиск поставщиков товаров, предлагающих продукцию по низким ценам;
2. поиск поставщиков товаров, предлагающих конкурентоспособную продукцию высокого качества, разнообразного ассортимента по приемлемым ценам;
3. поиск поставщиков товаров, предлагающих продукцию высокого качества по высоким ценам;
4. поиск поставщиков товаров, предлагающих новую продукцию.

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

1.нормативное время
2. ресурсное время
3. время обслуживания

18. Что такое «широта» ассортимента?

1.количество товарных единиц в товарной группе;
2. бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем в течение определенного времени;
3. соответствие фактического наличия товара на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню;
4. количество товарных групп и подгрупп, входящих в ассортиментный перечень.

19. Какого вида сервиса НЕ существует?

1.предпродажный;
2. послепродажный;
3. внутрипродажный;
4. все вышеперечисленные варианты верны

20. Под сроком оказания услуг понимается:

1.время на подготовительные работы
2. время на производство услуг
3. время от приема заказа до момента выдачи

21. Услуга обладает следующими качествами:

1.способность к хранению и транспортировке
2. неотделимость от своего источника
3. неизменностью качества

22. Одно из сущностных отличий услуги от товара:

1.различие мест хранения
2. более высокая стоимость
3. совмещение производства и потребления

23. Отличительными особенностями услуг являются:

1.несохраняемость услуг

2. незабываемость услуг

3. неразрывность производства и потребления услуги

24. К некоммерческим услугам относят:

1.услуги организаций общественного питания

2. услуги предприятий туризма и отдыха

3. услуги благотворительных фондов

25. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

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

2. поиск информации, осознание потребности, оценка вариантов, решение о покупке

3. осознание потребности, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку