

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.08.2023 10:31:20
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры
«Социальные технологии и
гуманитарные науки»

Протокол от 25.86.2023 № 10

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

«Сервисная деятельность»

наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе

бакалавриата

бакалавриата,
специалитета,
магистратуры

«Реклама и связи с общественностью»

наименование образовательной программы

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель Кораблева О. В. к.с.н., доцент

ФИО, должность, структурное подразделение,
ученая степень, ученое звание

Тольятти
2023

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора 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:

Знать: понятийный аппарат правовые и нормативные документы сервисной деятельности, интегрированной с система понятие "контактной зоны" как сферы реализации сервисной деятельности; организацию обслуживания потребителей услуг; культуру обслуживания потребителей и экономика, государство, общество, культура; основные методы предоставления услуг и форм обслуживания

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

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

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Код к компетенции
1.	ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	ОПК-8:
2	ТЕМА 2. ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	ОПК-8:

3	ТЕМА 3. РАБОТА В КОНТАКТНОЙ ЗОНЕ	ОПК-8:
4.	ТЕМА 4. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ И СТАНДАРТИЗАЦИЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	ОПК-8:
5.	ТЕМА 5. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА	ОПК-8:
6.	ТЕМА 6. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ И МАРКЕТИНГ УСЛУГ	ОПК-8:

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра.

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: - зачет

Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
Уровневая шкала оценки компетенций	100 бальная шкала, %	100 бальная шкала, %	5-бальная 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.

Перечень вопросов 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

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

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
20. Правила оказания услуг в различных сферах 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:

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

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

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 существенных 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 относятся:

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