

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.10.2025 12:55:39
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 ПЦК

по образовательной программе

43.02.16 Туризм и гостеприимство

Протокол от 22.11.2024 № 3

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

(фонд оценочных средств) для проведения промежуточной аттестации

по дисциплине

учебному предмету, дисциплине, междисциплинарному курсу, профессиональному модулю

«Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве»

наименование учебного предмета, дисциплины, междисциплинарного курса, профессионального модуля

по образовательной программе среднего профессионального образования –

программе подготовки специалистов среднего звена

программе подготовки специалистов среднего звена / программе подготовки квалифицированных рабочих, служащих

43.02.16 «Туризм и гостеприимство»

наименование образовательной программы

специальность 43.02.16 «Туризм и гостеприимство»

шифр, наименование специальности / профессии

Составитель

Грашина О.В, преподаватель Колледжа
креативных индустрий и предпринимательства

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
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
ПК 1.1	Планировать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.
ПК 1.2	Организовывать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства, своевременного ремонта и наличия сервисных контрактов на обслуживание инфокоммуникационных систем.
ПК 1.3	Координировать и контролировать деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

уметь:

- проводить поиск в различных поисковых системах;
- использовать различные виды учебных изданий;
- применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины;
- описывать методы мониторинга рынка услуг;
- воспроизводить правила обслуживания потребителей услуг;

знать:

- истории и теории в сфере туризма и гостеприимства;
- классификаций услуг и сервиса;
- методов мониторинга рынка услуг;
- правил обслуживания потребителей услуг.

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Код компетенции
3 семестр		
1.	Тема 1. Основы теории услуг	ОК 01
2.	Тема 2. Сущность системы сервиса	ОК 02
3.	Тема 3. Предоставление основных видов услуг	ОК 04
4.	Тема 4. Формы, методы, правила обслуживания потребителей.	ОК 05
5.	Тема 5. Качество сервисных услуг	ОК 09
6.	Тема 6. Осуществление услуг	ПК 1.1
		ПК 1.2
		ПК 1.3

Курс изучается в течение одного семестра.

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине «Сервисная деятельность

Шкала оценки уровня сформированности компетенций		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная 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 в части сформированности общих компетенций и их частей (ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09) осуществляется преподавателем в ходе текущего контроля успеваемости (в процессе проведения практических занятий, опросов). В ходе проведения дифференцированного зачета осуществляется контроль и оценка результатов освоения профессиональных компетенций и их частей.

Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации (дифференцированный зачет)

ПК 1.1 Планировать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства

1. Основы теории услуг.
2. Понятие услуги. Свойства услуги.
3. Типы услуг: производственные, распределительные, профессиональные, потребительские, общественные.
4. Классификация услуг по принципам: вещественности или невещественности, материальные и нематериальные, стандартизированные и творческие, производственные и непроизводственные, коммерческие и некоммерческие, чистые и смешанные, идеальные и реальные, легитимные и нелегитимные, личностные и безличные, простые и сложные и т.д.
5. Услуги в современной экономике и их особенности как товара.
6. Рынок услуг и его особенности. Покупательский риск в сфере услуг.
7. Маркетинговая среда предприятия сервиса.
8. Сегментирование рынка услуг.
9. Сущность системы сервиса
10. Сервис как деятельность. Основные задачи современного сервиса: консультирование, подготовка персонала и покупателя, передача необходимой технической документации, доставка изделия, приведение изделия в рабочее состояние, оперативная поставка запасных частей, сбор и систематизация информации, формирование постоянной клиентуры рынка.
11. Виды сервисной деятельности. Основные виды: технический, технологический, информационно-коммуникативный, транспортный, гуманитарный.
12. Классификация сервиса: по времени его осуществления, по содержанию работ, по направленности услуг, по степени адаптации к потребителям, по масштабу и т.д.

ПК 1.2 Организовывать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства, своевременного ремонта и наличия сервисных контрактов на обслуживание инфокоммуникационных систем

13. Основные подходы к осуществлению сервиса.
14. Тенденции современного сервиса. Принципы современного сервиса.
15. Основные характеристики материальных и социально-культурных услуг.
16. Специфика предоставления услуг: помещение, оборудование, персонал, организация обслуживания, основные этапы исполнения услуг.
17. Требования по предоставлению услуг: обязательность предложения, необязательность использования клиентом, эластичность сервиса, удобство сервиса, информационная отдача сервиса, разумная ценовая политика, гарантированное соответствие производства сервису.
18. Сервис как потребность. Роль сервиса в удовлетворении потребностей человека.
19. Фазы выбора потребителями товаров и услуг: цель, принятие решения, действия, удовлетворение потребности.
20. Формы и методы обслуживания потребителей.
21. Формы: обслуживание потребителей в стационарных условиях, обслуживание потребителей с выездом на дом, бесконтактное обслуживание по месту жительства потребителя, обслуживание с использованием обменных фондов товаров.
22. Методы: обслуживание специалистом по сервису, самообслуживание, экспресс-обслуживание и т.д.
23. Обслуживание потребителей в контактной зоне. Понятие «контактной зоны».
24. Соответствие контактной зоны характеру и содержанию сервисной деятельности; техническая оснащенность; помещения; образцы изделий; описание услуг; стоимость услуг.
25. Показатели профессионального уровня персонала в контактной зоне. Профессиональные качества сотрудника: не причинять потребителю услуги неудобства без крайней необходимости, не допускать возникновения у него болезненных или неприятных ощущений, быть обходительным, любезным.
26. Культура сервиса.
27. Правила обслуживания потребителей.
28. Система законодательно-правовых, нормативных, технических документов по регулированию отношений между исполнителями услуг и потребителями, установлению правил конкурентной борьбы, ограничению рисков.
29. Договор как основание для оказания услуг потребителю. Расторжение договора. Ответственность сторон.
30. Возмещение убытков. Недостатки оказанной услуги.
31. Процедура оплаты услуги.

ПК 1.3 Координировать и контролировать деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства

32. Качество услуги. Качество обслуживания.
33. Система показателей услуг: назначения, безопасности, надежности, социального назначения услуг, эстетические, информативности услуг, профессионализма персонала.
34. Основные характеристики качества: своевременность, скорость, комфортность, этика, эстетика, комплексность, информативность, достоверность, доступность, безопасность, экологичность и т.д. (по применению).
35. Контроль качества услуг. Система контроля качества. Методы контроля: цели применения, физико-статистические признаки и процедуры, формирование результатов.
36. Нормативно-правовая база: ФЗ, Правила, система ГОСТ.
37. Социально-культурные услуги.
38. Туристические услуги.

39. Экскурсионные услуги.
40. Виды туров. Виды туристского сервиса: внутренний, въездной, выездной, самостоятельный туризм.
41. Виды сервисной деятельности: услуги туроператора, услуги турагента, услуги при самостоятельном туризме, экскурсионные услуги, услуги предприятия питания.
42. Комплекс услуг. Дополнительные услуги.
43. Туристские, экскурсионные, гостиничные услуги и услуги предприятия питания.
44. Формирование и продвижение новых услуг в сфере туризма и гостеприимства

Примерный тест для итогового тестирования

ПК 1.1 Планировать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства

- 1) Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса
- : опрос, профессионализм, качество
 - : услуга, спрос, специалист
 - : деятельность, потребность и услуга
- 2) Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности
- : исследовательская
 - : потребительская (пользовательская)
 - : ценностно-ориентационная
- 3) К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится
- : бронирование номеров
 - : прием и размещение
 - : расчет при выезде
- 4) К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести
- : рекламные услуги;
 - : организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
 - : психодиагностику
- 5) Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности
- : уровень развития экономики и хозяйственная система
 - : мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе
 - : общественные структуры: политические партии
- 6) В чем заключается неосвязаемость услуги
- : 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
- 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
- : спрос
 - : потребность
 - : мотивация
- 8) К отличительными особенностями услуг являются
- : неразрывность производства и потребления услуги;
 - : несохраняемость услуг;
 - : незабываемость услуг
- 9) Под методом или формой обслуживания следует понимать
- : определенный способ предоставления услуг заказчику
 - : предоставление информации клиенту

-: оказание услуги клиенту

10) Сервисная деятельность – это

-: активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг

-: управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком)

-: продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара

ПК 1.2 Организовывать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства, своевременного ремонта и наличия сервисных контрактов на обслуживание инфокоммуникационных систем

11) Услуга обладает следующими качествами

-: способность к хранению и транспортировке;

-: неотделимость от своего источника;

-: неизменностью качества

12) К некоммерческим услугам относят

-: услуги предприятий туризма и отдыха

-: услуги организаций общественного питания

-: услуги благотворительных фондов

13) Целью сервисной деятельности является

-: удовлетворение человеческих потребностей

-: исследование рынка услуг

-: производство услуг

14) Контактной зоной не является

-: зона ремонта бытовой техники

-: рабочее место парикмахера

-: рабочее место стоматолога

15) Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют

-: бесконтактным

-: формальным

-: бесплатным

16) Физические потребности это потребности в

-: в общественной деятельности;

-: во сне;

-: в творческой деятельности

17) Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей

-: бесконтактное обслуживание

-: фирменное обслуживание

-: неформальное обслуживание

18) Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий

-: поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке;

-: 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

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

-: 0 – 45см

-: 45 – 120 см

-: 120 – 400 см

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

ПК 1.3 Координировать и контролировать деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства

21) Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение

- : социальный статус
- : выгода
- : мотив

22) Характеристика услуг

- : неопределенность качества
- : могут накапливаться
- : передача собственности

23) Характеристика товаров

- : неоднородность
- : индивидуальность
- : осязаемость

24) Виды сервиса по содержанию работ. Жесткий 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: сходства и различия. Основные сходства

- : разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду
- : соответствие техническим условиям и стандартам

- : требует многих ресурсов, таких как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила и энергия

26) Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления

- : жилищно-коммунальные услуги;
- : научно-исследовательские услуги;
- : услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги

27) Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности

- : материально-преобразовательная
- : исследовательская
- : потребительская (пользовательская)

28) Какие из перечисленных услуг ресторана относятся к вспомогательным?

- : резервирование столиков;
- : вызов такси;
- : кондиционирование воздуха

29) Реклама, экспертиза, психодиагностика, имиджмейкерские услуги, художественно-оформительские услуги – это область сервиса в

-: материально-преобразовательной деятельности

-: познавательной деятельности

-: ценностно-ориентационной деятельности

30) 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