

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.10.2021 09:29:17
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 кафедры
«Социальные технологии и
гуманитарные науки»

Протокол от 25.08.2021 № 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

«Управление качеством»

наименование образовательной программы

27.03.02 «Управление качеством»

шифр, наименование направления подготовки / специальности

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

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

Тольятти
2021

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-8. Способен осуществлять критический анализ и обобщение профессиональной информации в рамках управления качеством продукции, процессов, услуг	ИОПК-8.1. Обобщает профессиональную информацию в рамках управления качеством продукции, процессов, услуг ИОПК-8.2. Осуществляет критический анализ информации в области профессиональной деятельности

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: теоретические основы сервисной деятельности и формирования сервисного продукта с использованием клиентоориентированных технологий

Уметь: обосновать технологии реализации сервисной деятельности; применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания

Владеть: методами сбора информации для осуществления функции управления сервисной деятельностью и ее оценки; методами выявления потребностей потребителя в процессе сервисной деятельности

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Код 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 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 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

ОПК-8. Способен осуществлять критический анализ и обобщение профессиональной информации в рамках управления качеством продукции, процессов, услуг

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:

ОПК-8. Способен осуществлять критический анализ и обобщение профессиональной информации в рамках управления качеством продукции, процессов, услуг

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 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. внутривыпускной;

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 существенных отличий услуги от товара:

1.различия 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