

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль): «Сервис транспортных средств»

Форма обучения: заочная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Срок обучения: заочная форма – 4 года 6 мес.

Вид учебной работы	Трудоемкость, часы (з.е.)
	Заочная форма
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	20(0,56)
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	18(0,5)
• лекции	8(0,22)
• практические	10(0,28)
Промежуточная аттестация (контактная работа)	2(0,06)
2. Самостоятельная работа студентов, всего	153(4,25)
3. Промежуточная аттестация: экзамен	7(0,19)
Итого	180(5)

Козар Н.К. Сервисная деятельность: Рабочая программа дисциплины (модуля). – Казань: Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, 2018. – 51 с.

Рабочая программа по дисциплине (модулю) «Сервисная деятельность» по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, направленность «Сервис транспортных средств» составлена Козар Н.К., к.т.н., доцентом кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма Казанского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «Сервис», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «20» октября 2015 г. № 1169, и учебными планами по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, направленность (профиль) «Сервис транспортных средств» (год начала подготовки -2018).

#### **Рабочая программа:**

**обсуждена и рекомендована** к утверждению решением кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма Казанского кооперативного института (филиала) от 10.05.2018, протокол № 3

**одобрена** Научно-методическим советом Казанского кооперативного института (филиала) от 23.05.2018, протокол №5

**утверждена** Ученым советом Российского университета кооперации от 30.05.2018, протокол №7

© АНОО ВО ЦС РФ  
«Российский университет  
кооперации» Казанский  
кооперативный институт  
(филиал), 2018  
© Козар Н.К., 2018

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели, задачи освоения дисциплины (модуля) .....	5
2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы .....	5
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).....	5
4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы .....	6
5. Содержание дисциплины (модуля).....	6
5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля).....	6
5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами (модулями) .....	8
5.3. Разделы, темы дисциплины (модуля) и виды занятий.....	8
6. Лабораторный практикум .....	8
7. Практические занятия (семинары) .....	8
8. Примерная тематика курсовых проектов (работ) .....	9
9. Самостоятельная работа студента.....	9
10. Перечень учебно–методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	10
11. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля):.....	11
12. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля):.....	11
13. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем (при необходимости) .....	11
14. Описание материально–технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	12
15. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) .....	12
16. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины для преподавателей, образовательные технологии.....	13
<b>ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....</b>	<b>15</b>
1. Паспорт фонда оценочных средств.....	16
1.1. Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины.....	16
1.2. Сведения об иных дисциплинах (преподаваемых, в том числе, на других кафедрах) участвующих в формировании данных компетенций .....	16
1.3. Этапы формирования и программа оценивания контролируемой компетенции.....	16
1.4. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания .....	18
2. Типовые контрольные задания для оценки результатов обучения по дисциплине и иные материалы для подготовки к промежуточной аттестации.....	20
2.1. Материалы для подготовки к промежуточной аттестации .....	20
2.2. Комплект экзаменационных билетов для проведения промежуточной аттестации.....	26
Комплект тестовых заданий для проведения экзамена по дисциплине.....	28
2.3. Критерии оценки для проведения экзамена по дисциплине .....	32
2.4 Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплине .....	33
<b>ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....</b>	<b>34</b>
1. Материалы для текущего контроля .....	35
КЕЙС-ЗАДАЧА .....	35
СИТУАЦИОННАЯ ЗАДАЧА .....	38
ТЕМЫ ДОКЛАДОВ .....	39
ПЕРЕЧЕНЬ ДИСКУССИОННЫХ ТЕМ ДЛЯ КРУГЛОГО СТОЛА .....	41
2. Материалы для текущей аттестации.....	45

КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ № 1 .....	45
КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ № 2 .....	47

## **1. Цели, задачи освоения дисциплины (модуля)**

Цель изучения дисциплины: подготовка специалистов, владеющих знаниями о сущности, способах осуществления и специфики сервисной деятельности, направленной на удовлетворение разнообразных потребностей человека.

Задачи изучения дисциплины:

- познакомить с основными понятиями дисциплины «Сервисная деятельность»;
  - формирование у студентов навыков познавательной деятельности в сфере исследования человеческих потребностей;
  - формирование у студентов умения сегментировать потребительский рынок сервисных услуг;
  - выработка у студентов представлений о содержании сервисной деятельности в современном обществе;
- практический компонент:
- определить роль дисциплины «Сервисная деятельность»;
  - обеспечить владение знаниями о дисциплине «Сервисная деятельность»;
  - обеспечить владение компетенциями применения полученных знаний, навыков и умений для успешной практической профессиональной деятельности.

## **2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к вариативной части дисциплин блока Б1 «Дисциплины (модули)»

Для изучения учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и владения навыками, формируемые предшествующими дисциплинами:

Психология и конфликтология (ОК-4);

Управление карьерой и тайм-менеджмент (ОК-5).

## **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)**

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующей профессиональной компетенции:

ПК-8 - способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Формируемые компетенции (код компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочного средства
ПК-8	Знать требования потребителя	Доклад
	Знать информационные технологии	
	Уметь разрабатывать процесс предоставления услуг	Кейс-задача Ситуационная задача
	Уметь определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг	
	Владеть коммуникационными технологиями	Дискуссия Контрольная работа
	Владеть методиками диагностирования поведения и влияния на потребителя	

#### 4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

##### *заочная форма обучения*

Вид учебной деятельности	Часов	
	Всего	Курс
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:		3
Аудиторные занятия всего, в том числе:	20	20
Лекции	18	18
Практические занятия	8	8
Промежуточная аттестация (контактная работа)	10	10
2. Самостоятельная работа студента всего, в том числе:	2	2
Другие виды самостоятельной работы:	153	153
3. Вид промежуточной аттестации - экзамен	153	153
ИТОГО:	7	7
Общая трудоемкость	часов 180	180
	зач. ед. 5	5

#### 5. Содержание дисциплины (модуля)

##### 5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

###### **Тема 1. Социально-экономические основы сервисной деятельности**

1. Содержание и задачи дисциплины «Сервисная деятельность».
2. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности. Вопросы истории развития сервиса в России.

###### **Тема 2. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека**

1. Понятие об услуге и сервисной деятельности
2. Функции сферы услуг
3. Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг
4. Отличие услуги от материально-вещественного товара

###### **Тема 3. Ценность услуг**

1. Определение ценности услуги.

2. Модель ценности услуги.

#### **Тема 4. Поведение потребителей и процесс принятия ими решения**

1. Определение потребительской среды в сфере услуг.
2. Клиенты и их потребности.
3. Факторы, влияющие на покупательское поведение.
4. Процесс принятия решения потребителем.
5. Специфические аспекты покупки услуг.
6. Поведение потребителей деловых услуг.

#### **Тема 5. Теория организации обслуживания**

1. Обслуживание как сервисная система.
2. Система сервисных операций.
3. Система предоставления услуг.
4. Система маркетинга услуг.

#### **Тема 6. Контактная зона**

1. Общие положения.
2. Пространство контакта.
3. Процесс контакта между клиентом и исполнителем.
4. Содержание контакта.
5. Работа с жалобами потребителей.
6. Принципы эффективного решения конфликтных ситуаций.

#### **Тема 7. Качество обслуживания и производительность**

1. Общие положения.
2. Показатели качества услуги.
3. Модель качества услуг.
4. Сервисные гарантии.
5. Производительность труда в сфере услуг.

#### **Тема 8. Общероссийские стандарты качества**

1. Объекты стандартизации и номенклатура показателей качества услуг
2. Методы определения величины показателей качества
3. Ответственность продавца (исполнителя) перед потребителем

#### **Тема 9. Стратегические направления и конкурентоспособность**

1. Понятие о конкурентных преимуществах
2. Конкурентная окружающая среда
3. выбор целевых потребителей
4. Стратегия создания конкурентных преимуществ
5. Роль стандартизации и дифференциации в выборе товарной

политики

## 5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами (модулями)

Дисциплина «Сервисная деятельность» формирует компетенцию ПК-8, необходимую в дальнейшем для формирования компетенции ПК-11.

## 5.3. Разделы, темы дисциплины (модуля) и виды занятий

### *заочная форма обучения*

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			
		Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего
1.	Социально-экономические основы сервисной деятельности	1	1	17	19
2.	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	1	1	17	19
3.	Ценность услуг	1	1	17	19
4.	Поведение потребителей и процесс принятия ими решения	1	1	17	19
5.	Теория организации обслуживания	1	1	17	19
6.	Контактная зона	1	1	17	19
7.	Качество обслуживания и производительность	2	1	17	20
8.	Общероссийские стандарты качества	-	1	17	18
9.	Стратегические направления и конкурентоспособность	-	2	17	19
	<b>Итого</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>153</b>	<b>171</b>

## 6. Лабораторный практикум

Лабораторные занятия не предусмотрены учебными планами.

## 7. Практические занятия (семинары)

Практические занятия проводятся с целью формирования компетенций обучающихся, закрепления полученных теоретических знаний на лекциях и в процессе самостоятельного изучения обучающимися специальной литературы

### *заочная форма обучения*

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Тематика лабораторных занятий	Трудоемкость (час)
1.	Социально-экономические основы сервисной деятельности	Изучение места сервисных услуг в производственной и непроизводственной сферах деятельности.	1
2.	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг Отличие услуги от материально-вещественного товара	1
3.	Ценность услуг	Модель ценности услуги	1
4.	Поведение потребителей и	Клиенты и их потребности	1

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Тематика лабораторных занятий	Трудоемкость (час)
	процесс принятия ими решения	Факторы, влияющие на покупательское поведение Процесс принятия решения потребителем	
5.	Теория организации обслуживания	Система предоставления услуг Система маркетинга услуг	1
6.	Контактная зона	Пространство контакта Процесс контакта между клиентом и исполнителем	1
7.	Качество обслуживания и производительность	Качество обслуживания Модель качества услуг	1
8.	Общероссийские стандарты качества	Объекты стандартизации и номенклатура показателей качества услуг	1
9.	Стратегические направления и конкурентоспособность	Конкурентная окружающая среда Выбор целевых потребителей	2
	<b>Итого</b>		<b>10</b>

## **8. Примерная тематика курсовых проектов (работ)**

Курсовые проекты (работы) не предусмотрены учебными планами.

## **9. Самостоятельная работа студента**

### **Тема 1. Социально-экономические основы сервисной деятельности.**

Вид самостоятельной работы:

Изучение учебных пособий. Написание конспекта по теме.

Оценочное средство: доклад

### **Тема 2. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.**

Вид самостоятельной работы:

Изучение учебных пособий. Написание конспекта по теме.

Оценочное средство: решение задач

### **Тема 3. Ценность услуг.**

Вид самостоятельной работы:

Изучение учебных пособий. Написание конспекта по теме.

Оценочное средство: доклад

### **Тема 4. Поведение потребителей и процесс принятия ими решения.**

Вид самостоятельной работы:

Изучение учебных пособий. Написание конспекта по теме.

Оценочное средство: доклад

### **Тема 5. Теория организации обслуживания.**

Вид самостоятельной работы:

Изучение учебных пособий. Написание конспекта по теме.

Оценочное средство: доклад

**Тема 6. Контактная зона.**

Вид самостоятельной работы:

Изучение учебных пособий. Написание конспекта по теме.

Оценочное средство: решение задач

**Тема 7. Качество обслуживания и производительность.**

Вид самостоятельной работы:

Изучение учебных пособий. Написание конспекта по теме.

Оценочное средство: решение задач

**Тема 8. Общероссийские стандарты качества.**

Вид самостоятельной работы:

Изучение учебных пособий. Написание конспекта по теме.

Оценочное средство: доклад

**Тема 9. Стратегические направления и конкурентоспособность.**

Вид самостоятельной работы:

Изучение учебных пособий. Написание конспекта по теме.

Оценочное средство:

**10. Перечень учебно–методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа студентов предполагает тщательное освоение учебной и научной литературы по изучаемой дисциплине.

При изучении основной рекомендуемой литературы студентам необходимо обратить внимание на выделение основных понятий, их определения, научно-технические основы, узловые положения, представленные в изучаемом тексте.

При самостоятельной работе студентов с дополнительной литературой необходимо выделить аспект изучаемой темы (что в данном материале относится непосредственно к изучаемой теме и основным вопросам).

Дополнительную литературу целесообразно прорабатывать после основной, которая формирует базис для последующего более глубокого изучения темы. Дополнительную литературу следует изучать комплексно, рассматривая разные стороны изучаемого вопроса. Обязательным элементом самостоятельной работы студентов с литературой является ведение необходимых записей: конспекта, выписки, тезисов, планов.

Для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине используются следующее учебно-методическое обеспечение:

а) основная литература:

1. Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 202 с. - Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog/product/352240>

2. Сервисная деятельность / Романович Ж.А., Калачев С.Л., - 6-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 284 с. - Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog/product/430365>

б) дополнительная литература:

1. Свириденко, Ю. П. Сервисная деятельность в обслуживании населения : Учебное пособие / Ю. П. Свириденко. - М.: Дашков и К, 2012. - 220 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415409>

### **11. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля):**

а) основная литература:

1. Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 202 с. - Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog/product/352240>

2. Сервисная деятельность / Романович Ж.А., Калачев С.Л., - 6-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 284 с. - Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog/product/430365>

б) дополнительная литература:

1. Свириденко, Ю. П. Сервисная деятельность в обслуживании населения : Учебное пособие / Ю. П. Свириденко. - М.: Дашков и К, 2012. - 220 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415409>

### **12. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля):**

1. <https://www.book.ru/> - ЭБС Book.ru
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks
3. <https://ibooks.ru/> -ЭБС Айбукс.ru/ibooks.ru
4. <https://rucont.ru/> - ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт»
5. <http://znanium.com/> - ЭБС Znanium.com
6. <https://dlib.eastview.com/>- База данных East View

### **13. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем (при необходимости)**

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.
  - a. Office ProPlus All Lng Lic/SA Pack MVL Partners in Learning (лицензия на пакет Office Professional Plus).
  - b. WinPro ALNG UpgrdSAPk MVL PtnrsinLrning (Windows 8).
2. Консультант + версия проф. - справочная правовая система

3. Система тестирования INDIGO.
4. Adobe Acrobat – свободно-распространяемое ПО
5. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox – свободно-распространяемое ПО

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

#### **14. Описание материально–технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Образовательный процесс обеспечивается специальными помещениями, которые представляют собой аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы студентов и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам, укомплектованы специализированной мебелью.

Аудитории лекционного типа, оснащенные проекционным оборудованием и техническими средствами обучения, обеспечивающими представление учебной информации большой аудитории, демонстрационным оборудованием.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, обеспечивающей доступ к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета.

#### **15. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Дисциплина «Сервисная деятельность» состоит из 9 тем и изучается на лекциях, практических занятиях и при самостоятельной работе обучающихся.

Обучающийся для полного освоения материала должен не пропускать занятия и активно участвовать в учебном процессе. Кроме того, обучающиеся должны ознакомиться с программой дисциплины и списком основной и дополнительной рекомендуемой литературы.

Основной теоретический материал дается на лекционных занятиях. Лекции включают все темы и основные вопросы дисциплины. Для максимальной эффективности изучения необходимо постоянно вести конспект лекций, знать рекомендуемую преподавателем основную и дополнительную учебную литературу, позволяющую дополнить знания и лучше подготовиться к практическим занятиям.

Для закрепления теоретического материала, формирования профессиональных компетенций и практических со студентами бакалавриата проводятся практические занятия. В ходе занятий разбираются основные и дополнительные вопросы, ведутся практические работы, проводятся тестирования по результатам изучения тем.

На изучение каждой темы выделено в соответствии с рабочей программой дисциплины количество часов лабораторных занятий, которые проводятся в соответствии с вопросами, рекомендованными к изучению по определенным темам. Обучающиеся должны регулярно готовиться к занятиям.

При подготовке к занятиям следует руководствоваться конспектом лекций и рекомендованной литературой.

Для эффективного освоения материала дисциплины учебным планом предусмотрена самостоятельная работа, которая должна выполняться в обязательном порядке. Выполнение самостоятельной работы по темам дисциплины, позволяет регулярно проводить самооценку качества усвоения материалов дисциплины и выявлять аспекты, требующие более детального изучения. Задания для самостоятельной работы предложены по каждой из изучаемых тем и должны готовиться индивидуально и к указанному сроку. По необходимости студент бакалавриата может обращаться за консультацией к преподавателю. Выполнение заданий контролируется и оценивается преподавателем.

В случае посещения обучающегося лекций и практических занятий, изучения рекомендованной основной и дополнительной учебной литературы, а также своевременного и самостоятельного выполнения заданий, подготовка к экзамену по дисциплине сводится к дальнейшей систематизации полученных знаний, умений и навыков.

## **16. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины для преподавателей, образовательные технологии**

Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения дисциплины (модуля):

- а) для текущей успеваемости: кейс-задача, ситуационная задача, доклад, контрольная работа, дискуссия;
- б) для самоконтроля обучающихся: тесты;
- в) для промежуточной аттестации: вопросы для экзамена, практические задания

При реализации различных видов учебной работы по дисциплине «Сервисная деятельность» используются следующие образовательные технологии:

- 1) лекции с использованием методов проблемного изложения материала;
- 2) кейс-задача
- 3) проведение круглого стола.

№	Занятие в интерактивной форме	Количество часов по заочной форме	
		Лекция	Практ.
1	Тема 1. Социально-экономические основы сервисной деятельности Виды: Практические занятия с применением следующих технологий: - обсуждение в группе (обсуждение подготовленных студентами вопросов для самостоятельного изучения) - дискуссия	1	1
2	Тема 2. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека Виды: Лекция с демонстрацией видеоматериалов (слайды) Практические занятия с применением следующих технологий: - анализ конкретной ситуации, - обсуждение в группе (обсуждение вопросов для самостоятельного изучения)	1	1
3	Тема 7. Качество обслуживания и производительность Виды: Лекция с демонстрацией видеоматериалов (слайды) Практические занятия с применением следующих технологий: - анализ конкретной ситуации, - обсуждение в группе (обсуждение вопросов для самостоятельного изучения)	2	1
4.	Тема 8. Общероссийские стандарты качества Виды: Лекция с демонстрацией видеоматериалов (слайды) Виды: Практические занятия с применением следующих технологий: - обсуждение в группе (обсуждение вопросов для самостоятельного изучения)	-	1
	Итого:	4	4

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО  
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис  
Направленность: «Сервис транспортных средств»

## 1. Паспорт фонда оценочных средств

### 1.1. Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины

Индекс	Формулировка компетенций
ПК-8	способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями

### 1.2. Сведения об иных дисциплинах (преподаваемых, в том числе, на других кафедрах) участвующих в формировании данных компетенций

#### 1.2.1. Компетенция ПК-8 формируется в процессе изучения дисциплин (прохождения практик):

Производственная практика. Преддипломная практика

### 1.3. Этапы формирования и программа оценивания контролируемой компетенции

№	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Наименование оценочного средства
1	ПК-8	Социально-экономические основы сервисной деятельности Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека Ценность услуг Поведение потребителей и процесс принятия ими решения Теория организации обслуживания Контактная зона Качество обслуживания и производительность Общероссийские стандарты качества Стратегические направления и конкурентоспособность	Опрос Ситуационная задача Дискуссия Кейс-задача Контрольная работа

### Процедура оценивания

1. Процедура оценивания результатов освоения программы учебной дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности компетенций студента при осуществлении текущего контроля и проведении промежуточной аттестации.

2. Уровень сформированности компетенции (ПК-8) определяется по качеству выполненной студентом работы и отражается в следующих формулировках: высокий, хороший, достаточный, недостаточный.

3. При выполнении студентами заданий текущего контроля и промежуточной аттестации оценивается уровень обученности «знать»,

«уметь», «владеть» в соответствии с запланированными результатами обучения и содержанием рабочей программы дисциплины:

– профессиональные знания студента могут проверяться при ответе на теоретические вопросы, выполнении тестовых заданий, практических работ,

– степень владения профессиональными умениями – при решении ситуационных задач, выполнении практических работ и других заданий.

4. Результаты выполнения заданий фиксируются в баллах в соответствии с показателями и критериями оценивания компетенций. Общее количество баллов складывается из:

– суммы баллов за выполнение практических заданий на выявление уровня обученности «уметь»,

– суммы баллов за выполнение практических заданий на выявление уровня обученности «владеть»,

– суммы баллов за ответы на теоретические и дополнительные вопросы,

5. По итогам текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с показателями и критериями оценивания компетенций определяется уровень сформированности компетенций студента и выставляется оценка по шкале оценивания.

### 1.4. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания

Компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций				Итого
		Высокий (верно и в полном объеме) - 5 б.	Средний (с незначительными замечаниями) - 4 б.	Низкий (на базовом уровне, с ошибками) - 3 б.	Недостаточный (содержит большое количество ошибок, ответ не дан) - 2 б.	
<i>Теоретические показатели</i>						
ПК-8	Знает требования потребителя (доклад)	Верно, и в полном объеме знает требования потребителя	С незначительными замечаниями знает требования потребителя	На базовом уровне, с ошибками знает требования потребителя	Не знает требования потребителя	10
	Знает информационные технологии (доклад)	Верно, и в полном объеме знает информационные технологии	С незначительными замечаниями знает информационные технологии	На базовом уровне, с ошибками знает информационные технологии	Не знает информационные технологии	
<i>Практические показатели</i>						
ПК-8	Умеет разрабатывать процесс предоставления услуг (ситуационная задача)	Верно, и в полном объеме может разрабатывать процесс предоставления услуг	С незначительными замечаниями может разрабатывать процесс предоставления услуг	На базовом уровне, с ошибками может разрабатывать процесс предоставления услуг	Не может разрабатывать процесс предоставления услуг	10
	Умеет определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг (кейс-задача)	Верно, и в полном объеме может определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг	С незначительными замечаниями может определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг	На базовом уровне, с ошибками может определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг	Не может определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг	
<i>Владеет</i>						
ПК-8	Владеет коммуникационными технологиями (дискуссия)	Верно, и в полном объеме владеет коммуникационными технологиями	С незначительными замечаниями владеет коммуникационными технологиями	На базовом уровне, с ошибками владеет коммуникационными технологиями	Не владеет коммуникационными технологиями	10
	Владеет методиками диагностирования поведения и влияния на потребителя	Верно, и в полном объеме владеет методиками диагностирования	С незначительными замечаниями владеет методиками диагностирования поведения и влияния на	На базовом уровне, с ошибками владеет методиками диагностирования поведения	Не владеет методиками диагностирования поведения и влияния на потребителя	

Компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций				Итого
		Высокий (верно и в полном объеме) - 5 б.	Средний (с незначительными замечаниями) - 4 б.	Низкий (на базовом уровне, с ошибками) - 3 б.	Недостаточный (содержит большое количество ошибок, ответ не дан) - 2 б.	
	(контрольная работа)	поведения и влияния на потребителя	потребителя	и влияния на потребителя		
<i>ВСЕГО:</i>						<i>30</i>

### Шкала оценивания

Оценка	Баллы	Уровень сформированности компетенции
отлично	26-30	высокий
хорошо	21-25	хороший
удовлетворительно	15-20	достаточный
неудовлетворительно	14 и менее	недостаточный

## **2. Типовые контрольные задания для оценки результатов обучения по дисциплине и иные материалы для подготовки к промежуточной аттестации**

### **2.1. Материалы для подготовки к промежуточной аттестации**

#### **Вопросы к экзамену:**

1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека
2. Понятие об услуге и сервисной деятельности
3. Функции сферы услуг
4. Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг
5. Общероссийские классификаторы услуг населению
6. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности
7. Теория постиндустриального общества
8. Этапы развития услуг в России
9. Специфика услуг как товара
10. Эволюция понятия «товар»
11. Характеристики услуг
12. Отличие услуги от материально-вещественного товара
13. Ценность услуги
14. Определение ценности услуги
15. Модель ценности услуги
16. Поведение потребителей и процесс принятия ими решения
17. Определение потребительской среды в сфере услуг
18. Клиенты и их потребности
19. Факторы, влияющие на покупательское поведение
20. Процесс принятия решения потребителем.
21. Специфические аспекты покупки услуг
22. Поведения потребителей деловых услуг
23. Теория организации обслуживания
24. Обслуживание как сервисная система
25. Система сервисных операций
26. Система предоставления услуг
27. Система маркетинга услуг
28. Контактная зона
29. Общие положения
30. Пространство контакта
31. Процесс контакта между клиентом и исполнителем
32. Содержание контакта
33. Работа с жалобами потребителей
34. Принципы эффективного решения конфликтных ситуаций
35. Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания

36. Основные методы предоставления услуг
37. Формы обслуживания
38. Качество обслуживания и производительность
39. Показатели качества услуги
40. Модель качества услуг
41. Сервисные гарантии
42. Производительность труда в сфере услуг
43. Общероссийские стандарты качества
44. Объекты стандартизации и номенклатура показателей качества услуг
45. Методы определения величины показателей качества
46. Ответственность продавца (исполнителя) перед потребителем
47. Жизненный цикл услуг

#### **Типовые контрольные задания:**

1. Классификация мотивов. Многофункциональность моральных мотивов. Многофункциональность социальных мотивов. Изменение привлекательности новизны благ. Факторы, влияющие на восприятие мотивации потребления.
2. Уметь определять понятия бренд и брендинг. Презентовать макет нового продукта, услуги.
3. Услуга как форма общения. Клиент. Акт услуги. Правило взаимного обмена. Принцип социального доказательства. Принцип благорасположения. Принцип дефицита.
4. Индивидуальное обслуживание как сфера профессиональной деятельности. Система оценки уровня сервиса предприятия. Методы селекции обслуживаемой продукции. Точки соприкосновения в сфере социально-бытового обслуживания. Решение о покупке. Технологии сервисного обслуживания.
5. Типология работников сервисной организации и потребителей в процессе приобретения услуги. Стадии личной продажи услуг. Прием потребителя и установление отношений как стадия личной продажи. Презентация услуги.
6. Модель удовлетворенности потребителя предоставлением услуг
7. Зависимость удовлетворенности потребителя от психологических факторов

#### **Образцы тестовых заданий для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы:**

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:
  - а) опрос, профессионализм, качество;

- б) услуга, спрос, специалист;
- в) деятельность, потребность и услуга.

2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:

- а) исследовательская;
- б) потребительская (пользовательская);
- в) ценностно-ориентационная.

3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:

- а) бронирование номеров;
- б) прием и размещение;
- в) расчет при выезде.

4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:

- а) рекламные услуги;
- б) организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
- в) психодиагностику.

5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:

- а) уровень развития экономики и хозяйственная система;
- б) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;
- в) общественные структуры: политические партии.

6. 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) 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;
- в) мотивация.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

- а) неразрывность производства и потребления услуги;

- б) несохраняемость услуг;
- в) незабываемость услуг.

9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:

- а) определенный способ предоставления услуг заказчику;
- б) предоставление информации клиенту;
- в) 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);
- в) 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;
- в) неизменностью качества.

12. К некоммерческим услугам относят:

- а) услуги предприятий туризма и отдыха;
- б) услуги организаций общественного питания;
- в) услуги благотворительных фондов.

13. Целью сервисной деятельности является:

- а) удовлетворение человеческих потребностей;
- б) исследование рынка услуг;
- в) производство услуг.

14. Контактной зоной не является:

- а) зона ремонта бытовой техники;
- б) рабочее место парикмахера;
- в) рабочее место стоматолога.

15. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:

- а) бесконтактным;
- б) формальным;
- в) бесплатным.

16. Физические потребности это потребности в:

- а) в общественной деятельности,
- б) во сне;

в) в творческой деятельности.

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- а) бесконтактное обслуживание;
- б) фирменное обслуживание;
- в) неформальное обслуживание.

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- а) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
- б) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.
- в) 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.

- а) 0 – 45см;
- б) 45 – 120 см;
- в) 120 – 400 см.

20. Франчайзинг это:

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

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- а) социальный статус;
- б) выгода;
- в) мотив.

22. Характеристика услуг:

- а) неопределенность качества;
- б) могут накапливаться;
- в) передача собственности.

23. Характеристика товаров:

- а) неоднородность;
- б) индивидуальность;
- в) осязаемость.

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

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

б) 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;

в) 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:

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

б) соответствие техническим условиям и стандартам;

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

#### **Литература для подготовки к экзамену:**

а) основная литература:

1. Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 202 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/352240>

2. Сервисная деятельность / Романович Ж.А., Калачев С.Л., - 6-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 284 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/430365>

б) дополнительная литература:

1. Свириденко, Ю. П. Сервисная деятельность в обслуживании населения : Учебное пособие / Ю. П. Свириденко. - М.: Дашков и К, 2012. - 220 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415409>

## **Промежуточная аттестация**

### **2.2. Комплект экзаменационных билетов для проведения промежуточной аттестации**

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

Направление подготовки (специальность): 43.03.01 Сервис

Направленность: «Сервис транспортных средств»

Дисциплина: «Сервисная деятельность»

#### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека
2. Понятие об услуге и сервисной деятельности
3. Функции сферы услуг

#### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2**

1. Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг
2. Общероссийские классификаторы услуг населению
3. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности

#### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3**

1. Теория постиндустриального общества
2. Этапы развития услуг в России
3. Специфика услуг как товара

#### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 4**

1. Эволюция понятия «товар»
2. Характеристики услуг
3. Отличие услуги от материально-вещественного товара

#### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 5**

1. Ценность услуги
2. Определение ценности услуги
3. Модель ценности услуги

#### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 6**

1. Поведение потребителей и процесс принятия ими решения
2. Определение потребительской среды в сфере услуг
3. Клиенты и их потребности

### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 7**

1. Факторы, влияющие на покупательское поведение
2. Процесс принятия решения потребителем.
3. Специфические аспекты покупки услуг

### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 8**

1. Поведения потребителей деловых услуг
2. Теория организации обслуживания
3. Обслуживание как сервисная система

### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 9**

1. Система сервисных операций
2. Система предоставления услуг
3. Система маркетинга услуг

### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 10**

1. Контактная зона
2. Общие положения
3. Пространство контакта

**Промежуточная аттестация**  
**Комплект тестовых заданий для проведения экзамена по дисциплине**

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
**КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

Направление подготовки (специальность): 43.03.01 Сервис

Направленность: «Сервис транспортных средств»

Дисциплина: «Сервисная деятельность»

Тестовые задания для проверки уровня обученности ЗНАТЬ:

1. Какие показатели качества услуги лишние?
  - а) показатели назначения услуги
  - б) показатели безопасности
  - в) показатели профессионального уровня персонала
  - г) показатели заинтересованности
  
2. Какие детерминанты качества услуги неверные?
  - а) надёжность
  - б) отзывчивость
  - в) уверенность
  - г) осязаемость
  - д) чувствительность
  
3. Что гарантии позволяют устанавливать?
  - а) ничего
  - б) затрудняюсь ответить
  - в) четкие стандарты
  - г) нечеткие стандарты
  
4. Что означает производительность?
  - а) степень эффективности процесса
  - б) степень неэффективности процесса
  - в) конечный результат процесса
  
5. Какие цели стандартизации неверны?
  - а) обеспечение конкурентоспособности
  - б) повышение уровня безопасности жизни и здоровья граждан
  - в) поддержка монополии

6. Какие виды стандартизации верны

- а) межобластная
- б) межконтинентальная
- в) международная

7. Какие методы определения величины показателей качества не зависят от конструкторских, технологических и эксплуатационных особенностей продукции

- а) инструментальные
- б) расчетно-аналитические
- в) опытные
- г) лабораторные
- д) экспериментальные

8. Товар, реализуемый потребителю, должен непременно соответствовать чему?

- а) составу продукта
- б) названию
- в) срок годности
- г) другим товарам

9. Жизненный цикл услуги это-

- а) это период, с момента выхода услуги на рынок до момента ее ухода с рынка
- б) это период, с момента выхода услуги на рынок до ее прихода с рынка
- в) затрудняюсь ответить

10. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- а) социальный статус;
- б) выгода;
- в) мотив.

Тестовые задания для проверки уровня обученности УМЕТЬ:

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:

- а) опрос, профессионализм, качество;
- б) услуга, спрос, специалист;
- в) деятельность, потребность и услуга.

2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:

- а) исследовательская;
- б) потребительская (пользовательская);

в) ценностно-ориентационная.

3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:

- а) бронирование номеров;
- б) прием и размещение;
- в) расчет при выезде.

4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:

- а) рекламные услуги;
- б) организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
- в) психодиагностику.

5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:

- а) уровень развития экономики и хозяйственная система;
- б) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;
- в) общественные структуры: политические партии.

6. 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) 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;
- в) мотивация.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

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

9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:

- а) определенный способ предоставления услуг заказчику;
- б) предоставление информации клиенту;
- в) 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);
- в) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

Тестовые задания для проверки уровня обученности ВЛАДЕТЬ:

1. Услуга обладает следующими качествами:

- а) способность к хранению и транспортировке;
- б) неотделимость от своего источника;
- в) неизменностью качества.

2. К некоммерческим услугам относят:

- а) услуги предприятий туризма и отдыха;
- б) услуги организаций общественного питания;
- в) услуги благотворительных фондов.

3. Целью сервисной деятельности является:

- а) удовлетворение человеческих потребностей;
- б) исследование рынка услуг;
- в) производство услуг.

4. Контактной зоной не является:

- а) зона ремонта бытовой техники;
- б) рабочее место парикмахера;
- в) рабочее место стоматолога.

5. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:

- а) бесконтактным;
- б) формальным;
- в) бесплатным.

6. Физические потребности это потребности в:

- а) в общественной деятельности,
- б) во сне;
- в) в творческой деятельности.

7. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- а) бесконтактное обслуживание;
- б) фирменное обслуживание;
- в) неформальное обслуживание.

8. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

а) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.

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

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

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

а) 0 – 45 см;

б) 45 – 120 см;

в) 120 – 400 см.

10. Франчайзинг это:

а) 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;

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

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

### **2.3. Критерии оценки для проведения экзамена по дисциплине**

После завершения тестирования на экзамене на мониторе компьютера высвечивается результат – процент правильных ответов. Результат переводится в баллы и суммируется с текущими семестровыми баллами.

Максимальная сумма (100 баллов), набираемая студентом по дисциплине, предусматривающей в качестве формы промежуточной аттестации экзамен, включают две составляющие.

Первая составляющая – оценка регулярности и своевременности качества выполнения студентом учебной работы по изучению дисциплины в течение семестра (сумма не более 60 баллов).

Вторая составляющая – оценка знаний студента на экзамене (не более 40 баллов).

Перевод полученных итоговых баллов в оценки осуществляется по следующей шкале:

- с 86 до 100 баллов – «отлично»;

- с 71 до 85 баллов – «хорошо»;

- с 50 до 70 баллов – «удовлетворительно»

Если студент при тестировании отвечает правильно менее, чем на 50 %, то автоматически выставляется оценка «неудовлетворительно» (без суммирования текущих рейтинговых баллов), а студенту назначается переэкзаменовка в дополнительную сессию.

#### **2.4 Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплине**

Общая процедура оценивания определена Положением о фондах оценочных средств.

1. Процедура оценивания результатов освоения программы дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности общекультурных и профессиональных компетенций студента, уровней обученности: «знать», «уметь», «владеть».

2. При сдаче экзамена:

- профессиональные знания студента могут проверяться при ответе на теоретические вопросы, при выполнении тестовых заданий, практических работ;

- степень владения профессиональными умениями, уровень сформированности компетенций (элементов компетенций) - при решении ситуационных задач, выполнении практических работ и других заданий.

3. Результаты промежуточной аттестации фиксируются в баллах. Общее количество баллов складывается из следующего:

- до 60% от общей оценки за выполнение практических заданий,
- до 30% оценки за ответы на теоретические вопросы,
- до 10% оценки за ответы на дополнительные вопросы.

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО  
КОНТРОЛЯ И ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
(МОДУЛЮ)**

**СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис  
Направленность: «Сервис транспортных средств»

## **1. Материалы для текущего контроля**

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

### **КЕЙС-ЗАДАЧА**

по дисциплине «Сервисная деятельность»

Тема: Контактная зона

Вежливость в сфере обслуживания предполагает прежде всего приветствие. С древних времен люди оказывают друг другу почтение посредством приветствия. Хотя этикетом предусмотрено, что первым здоровается мужчина с женщиной, младший по возрасту со старшим, нижестоящий по должности с вышестоящим, то в сфере обслуживания не стоит соблюдать эти правила и лучше поприветствовать своего клиента первым.

Когда входит клиент, работнику нужно сделать легкий поклон головы и улыбнуться, приветствуя клиента одним из общепринятых выражений: «Добрый день», «Здравствуйте», «Рады с вами встретиться» и т.д.

Задание группе. Разбейтесь на пары, распределите роли. Проиграйте различные варианты приветствия, поменяйтесь ролями и проанализируйте, какие чувства и настроение вызывают у вас различные формы приветствия

Стиль обращения к клиенту или партнеру определяется общим стилем отношений. Обращение на «Вы» свидетельствует о культуре того, кто обращается к партнеру или клиенту. Оно подчеркивает уважение к нему. Обращение на «ты» в деловой обстановке недопустимо. Оно допускается лишь тогда, когда обусловлено неформальными отношениями или может быть взаимным.

Задание группе. Разбейтесь на пары, распределите роли. Проиграйте различные варианты обращения, поменяйтесь ролями и проанализируйте, какие чувства и настроение вызывают у вас различные формы обращения

Чтобы эффективно общаться с клиентами, необходимо хорошо владеть своей интонацией и уметь с ее помощью передавать различные оттенки чувств. Эмоциональная интонация позволяет обращаться непосредственно к потребностям клиента. Исследованиями установлено, что информация, переданная слушателю выразительным тоном, запоминается в полтора раза лучше. Выразительное интонационное чтение, например дикторов радио, вызывает у слушателей яркие образные представления. С помощью широты диапазона собственного голоса и психологических пауз, подчеркивающих значимые слова, говорящий оказывает сильное влияние на собеседника.

### Задание группе

1. Произнесите фразу «Что Вы хотите мне сказать?» с какой-либо интонацией, слушатели должны определить, что вы при этом чувствуете или хотите выразить.

2. Произнесите фразу «Наша услуга одна из самых лучших» с различной интонацией: с раздражением, с сомнением, с равнодушием, с гордостью, с интересом, с восхищением, с напором, с пониманием. Слушатели должны определить, какая интонация вызывает большее желание сотрудничать.

3. Произнесите одну и ту же фразу сначала как обычную, а затем делая паузы и выделяя голосом значимые слова. Обратите внимание, как меняется смысл и стиль высказывания.

4. Активное слушание позволяет завоевать доверие клиента, собрать максимально полную информацию о его интересах, потребностях, желаниях и убедительно воздействовать на его решение.

Когда клиента или партнера не слушают, то его захватывают эмоции, и он не может действовать разумно и эффективно. Менеджер, не слушающий клиента, проявляет неуважительное отношение к тем ценностям, о которых говорится. Как себя ведет плохой слушатель? Он обычно:

- старается не смотреть на клиента;
- имеет позу, которая демонстрирует, что он не слушает: руки скрещены, нога покачивается, корпус тела отклонен назад;
- говорит резко или нетерпеливо и голосом отталкивает, скучает во время разговора или презрительно воспринимает предложения;
- неожиданно меняет тему разговора и игнорирует то, о чем говорилось.

Хороший слушатель поддерживает:

- визуальный контакт. Если вы собираетесь говорить с кем-то, то смотрите на него. Глаза не только зеркало души, но и зеркало того, как вы воспринимаете другого.
- язык тела. При общении важно сохранять открытую позицию, показывая интерес к собеседнику.
- тон и скорость речи. При внимательном слушании тон вашего голоса гармонирует с голосом партнера. Голосом можно передать теплоту, заинтересованность, значимость для нас мнения собеседника.
- неизменность предмета разговора. Хороший слушатель позволяет собеседнику самому определить тему разговора.

Потренируйте приемы активного слушания (кивание головой, вопрос-эхо или «попугайские» вопросы, повторение, переформулирование, отражение эмоций) в беседе. Старайтесь максимально точно «возвращать» смысл высказывания с помощью других слов, «возвращать» интонацию собеседника. Обычно при точном «попадании» приема активного слушания собеседник чуть заметно кивает головой.

**Критерии оценки:**

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если студент выполнил все задания;
- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если студент не выполнил все задания.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

## СИТУАЦИОННАЯ ЗАДАЧА

по дисциплине «Сервисная деятельность»

Тема: Сервисная деятельность и удовлетворение потребностей

Исходные данные. В течение нескольких лет организация - клиент обращается к услугам одной и той же аудиторской фирмы для подтверждения годовой отчетности. В течение всего времени взаимоотношений в проверках участвует одна и та же бригада аудиторов, сотрудники которой из года в год специализируются на аудите конкретных, «своих» участков (основные средства, товары и т.д.)

Требуется определить, каковы недостатки и преимущества сложившейся ситуации.

Задача: Женщина 60-ти лет воспитывает одна десятилетнего внука. Ее дочь - мать ребенка - умерла при родах; отец ребенка ушел из семьи еще до его рождения.

У мальчика порок сердца. Основной источник дохода – пенсии: по старости – женщины и по утере кормильца - ребенка.

1. Определите социальные проблемы семьи.
2. Законодательная база, используемая специалистом социальной работы в данном случае для решения проблемы.
3. Какие специалисты и учреждения будут задействованы в её решении?
4. Какова роль специалиста социальной работы?

### **Критерии оценки:**

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если студент дает ответ на поставленные вопросы;
- оценка «не зачтено» если студент не дает ответ на поставленные вопросы.

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

**ТЕМЫ ДОКЛАДОВ**

по дисциплине «Сервисная деятельность»

1. Предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.
2. Основные этапы реформирования советской сферы услуг и особенности этого процесса в настоящее время.
3. Услуги в современном обществе.
4. Услуга как специфический продукт.
5. Классификация и характеристика основных видов сервисных услуг.
6. Состав и структура сферы услуг.
7. Проблемы и трудности классификации услуг и сервисной деятельности.
8. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.
9. Сервисная деятельность как часть социальных отношений.
10. Принципы государственной политики в сфере услуг.
11. Сервисная деятельность как составная часть экономики.
12. Организация обслуживания потребителей.
13. Обслуживание потребителей в контактной зоне.
14. Пассажирские перевозки как направление сервисной деятельности.
15. Туры и туристские услуги как направления сервисной деятельности. Особенности и виды туров.
16. Гостиничная деятельность как направление сервисной деятельности. Модели организации гостиничного обслуживания.
17. Информационные технологии в различных направлениях сервисной деятельности.
18. Ресторанный бизнес как направление сервисной деятельности. Виды обслуживания в ресторане. Виды и функции меню.
19. Сервисная деятельность в сфере досуга и отдыха. Виды предприятий. Особенности сервиса.
20. Материальное обеспечение и оснащение сервисной деятельности. Категории обслуживания (люкс, бизнес, экономный).
21. Маркетинг в сфере сервиса.
22. Конкуренция и коммуникации в сфере услуг.
23. Этика и психология в сервисе. 24. Роль этикета в сервисной деятельности.
25. Зарубежный опыт организации эффективного функционирования

сервисной деятельности.

26. Обслуживание представителей разных культур.

27. Корпоративная культура на предприятии сервиса.

28. Организация работы с персоналом.

29. Проблемы качества и безопасности услуг в практике современного сервиса.

30. Современные тенденции, прогнозы и перспективы развития сервисной деятельности.

31. Сфера услуг в Татарстане и соседних регионах.

### **Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задание выполнено верно и в полном объеме;

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание выполнено с незначительными замечаниями;

- оценка «удовлетворительно» выставляется, если задание выполнено на базовом уровне, но с ошибками;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если содержится большое количество ошибок, задание не выполнено.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

## ПЕРЕЧЕНЬ ДИСКУССИОННЫХ ТЕМ ДЛЯ КРУГЛОГО СТОЛА

по дисциплине «Сервисная деятельность»

Тема: «Теория организации обслуживания»

Цель: определить понятие бесконфликтные

Участники: студенты обучающиеся по направлению «Сервис».

Примечание: круглый стол может быть проведен внутри группы с участием студентов, либо с участием учащихся и представителей общественности.

Условия и оборудование: зал, мобильные стулья и столики, ноутбук, медиапроектор, компьютерная презентация, доска, карточки с именами участников, рабочие карточки.

Форма проведения: двурядный круглый стол.

Этапы проведения, их задачи и время реализации:

1. Предварительная подготовка. Участникам за три дня сообщается тема круглого стола.

Задача: вспомнить понятийный аппарат, сформировать мнение по теме

2. Круглый стол:

1) знакомство участников.

Задача: определения правил и регламента круглого стола.

Время 5 минут

2) работа в малых группах с рабочими карточками

Задача: сформировать единое мнение в группе по предложенным вопросам с опорой на деятельность своего предприятия.

Время 15-20 минут

3) обмен мнениями в форме двурядного круглого стола.

Задача: возможность участникам представить свое мнение и опыт по теме и взять на заметку мнения других участников.

Время 30-40 минут.

4) Практическое задание. Составление общей схемы «Бесконфликтные взаимоотношения». Задача: определение практических путей работы над созданием бесконфликтных взаимоотношений. Время 5 -10 минут

5) Подведение итогов

Задача: рефлексия участников.

Время 5 минут

## Организация работы круглого стола

### Этап 1. Участники усаживаются в малые группы (2-3 человека)

Ведущий рассматривает причины возникновения конфликтов и предлагает следующий регламент работы. Наша встреча пройдет в форме двурядного круглого стола. Сначала работа пройдет в малых группах, вы заполните рабочие карточки, отразив в них свое мнение по вопросам. На эту часть работы предлагаю выделить 15-20 минут. Затем перейдем ко второму этапу: по одному представителю от каждой группы сядут во внутренний круг и будут участвовать в дискуссии, остальные образуют внешний круг и станут слушателями. Представителя внутреннего круга группа может в ходе круглого стола поменять. Ответы на вопросы должны быть лаконичны. Первыми отвечают участники, которым предоставляет слово ведущий, остальные либо дополняют и расширяют ответ, либо высказывают отличное мнение (30-40 минут).

В конце работы круглого стола мы заполняем рабочую схему и подводим итоги.

Вы согласны с данным регламентом? (предложения обсуждаются)

### Этап 2. Работа в малых группах с рабочими карточками (Приложение 1)

В каждой группе работают представители одной группы.

### Этап 3. Обсуждение вопросов за круглым столом.

Обсуждаемые вопросы	Мнения участников
Как вы понимаете термины: «Нет эмоциям!» Обоснуйте	
«Да здравствует бюрократия!»	
«Собственное продвижение или свой PR»	
«Мы с тобой одной крови!»	

После обсуждения вопросов формируем выводы:

Выбор конкретной техники и метода работы с трудными клиентами зависит от того, кто перед нами, но существуют общие правила, которым необходимо неукоснительно следовать:

- во-первых, будьте вежливы. Даже если клиент позволяет себе некорректное поведение, он остается клиентом, и не стоит переходить на грубость или стараться доказать ему, что он неправ;

- при этом важно не занимать оборонительную позицию: многие склонные к агрессии люди, видя, что собеседник напуган, раззадориваются еще больше. Также это свойственно неуверенным в себе людям, которые такое поведение оппонента воспринимают как личную победу в психологической борьбе;

- очень важное умение в работе с трудными клиентами — не воспринимать их слова и действия на свой счет. Сотрудник, будучи лицом компании, становится для клиента каналом общения, через него клиент

сообщает свое настроение (оно может и не быть связано с компанией), свои ожидания и впечатления от сотрудничества. Если клиент заявляет: «Вы тут вообще работать не умеете!», то не думайте, что он имеет в виду конкретно вас;

- никого не обвинять и не перекладывать вину на других. Желание дистанцироваться от решения проблемы вполне понятно и объяснимо: так человек снимает с себя ответственность, но это только подогревает недовольство клиента. Слова вроде «Я в тот день не работал» для клиента равнозначны «Мне на тебя наплевать». Даже если сотрудник точно знает, что проблема вызвана ошибкой коллеги, не стоит об этом говорить клиенту. Как правило, клиенту все равно, почему возникла проблема и кто виноват, — его интересует решение

#### Упражнения по разрешению конфликта

1. Попросите своего родственника или друга помочь вам выполнить это упражнение.
2. Опишите конкретный конфликт, который у вас есть с конкретным противником.
3. Пусть ваш друг играет роль этого противника.
4. Активно отстаивайте свою позицию.
5. Отметьте, когда вы испытываете неудобство от своей позиции, и (или) станьте нейтральными или примите сторону своего оппонента.
6. Вернитесь в свою прежнюю роль и отметьте произошедшие перемены или продолжайте до тех пор, пока конфликт не исчезнет или пока обе стороны не почувствуют, что они победили.

#### Этап 4. Рефлексия участников.

Ведущий: Была ли тема круглого стола полезной?

Ответы участников:

- Обмен мнениями был очень полезен.
- Понравилась конкретные примеры мероприятий, которые демонстрировали участники.
- Возникла идея провести аналогичный круглый стол с работниками предприятий.

#### Приложение 1 - «Круглый стол»

Методы бесконфликтных взаимоотношений с потребителем в контактной зоне, в процессе сервисной деятельности

Вопросы для обсуждения	Тезисы ответов
Каковы причины конфликтов в организациях? Какие виды конфликтов вы знаете? Обоснуйте	
Какие существуют способы решения межличностного конфликта? Какие существуют методы управления конфликтами?	
Что важнее: избежание конфликта или его понимание?	
Какие существуют признаки конфликта?	

### **Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если студент активно участвовал в обсуждении вопросов, предлагал пути решения проблем, сделал верные выводы;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент активно участвовал в обсуждении вопросов, предлагал пути решения проблем;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент участвовал в обсуждении вопросов;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если студент не участвовал в обсуждении вопросов.

## **2. Материалы для текущей аттестации**

### **Текущая аттестация 1**

**АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

### **КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ № 1**

(в форме контрольной работы)

по дисциплине «Сервисная деятельность»

Тема 1. Социально-экономические основы сервисной деятельности

Задание 1. Какие существуют социально-экономические основы сервисной деятельности?

Задание 2. Назовите основные направления социально-экономических основ сервисной деятельности

Тема 2. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека

Задание 1. Какие форма удовлетворения потребностей человека вы знаете?

Задание 2. Назовите основные потребности человека.

Тема 3. Ценность услуг

Задание 1. Назовите основные ценности человека

Задание 2. Назовите взаимосвязь ценностей и потребностей человека.

Тема 4. Поведение потребителей и процесс принятия ими решения

Задание 1. Какие поведение потребителей вы знаете

Задание 2. Как происходит принятие решения человеком

Тема 5. Теория организации обслуживания

Задание 1. В чем заключается организация обслуживания?

Задание 2. Какая виды обслуживания вы знаете?

Тема 6. Контактная зона

Задание 1. Какие типы контактных зон вы знаете?

Задание 2. Что происходит в контактной зоне?

Тема 7. Качество обслуживания и производительность

Задание 1. Что означает «Качество обслуживания»?

Задание 2. Какие типы обслуживания вы знаете?

Тема 8. Общероссийские стандарты качества

Задание 1. Назовите стандарты качества

Задание 2. На что влияют стандарты качества?

Тема 9. Стратегические направления и конкурентоспособность

Задание 1. Что такое конкурентоспособность?

Задание 2. Назовите основные стратегические направления.

### **Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задание выполнено верно и в полном объеме;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание выполнено с незначительными замечаниями;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если задание выполнено на базовом уровне, но с ошибками;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если содержится большое количество ошибок, задание не выполнено.

## Текущая аттестация 2

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

### КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ № 2 (в форме контрольной работы)

по дисциплине «Сервисная деятельность»

Тема: Стратегические направления и конкурентоспособность

Задание 1 (на понимание терминов)

Разработайте комплекс сервисных услуг, предлагаемых для подкрепления следующих товаров:

- ламинат
- экскаватор

Каким потребностям клиентов соответствует та или иная предложенная вами сервисная услуга?

Задание 2. Предприятие «Норд» выпустило новый обойный клей. В результате процесса принятия товара-новинки у предприятия появилось 100 тыс. новых покупателей. Рассчитайте распределение покупателей по категориям: новаторы, ранние последователи, раннее большинство, позднее большинство, отстающие.

Задание 3. Используя параметры таблицы 10, рассчитайте степень новизны: а) герметик, б) щитовое оборудование, в) трансформатора, г) сварочного аппарата, д) систему очистки воды (высший ранг новизны приравнивается к 18).

Таблица 6

№	Степень новизны изделия (ранг)	Параметры изделия, подвергаемые обновлению (баллы)			Примеры изделий
		функция	конструкция	форма	
1	Несущественная модификация отдельных параметров, не улучшающая потребительских свойств	0	0	0	---
2	Совершенствование отдельных параметров и потребительских свойств	1-2	1	1	Герметики, клей, краска

№	Степень новизны изделия (ранг)	Параметры изделия, подвергаемые обновлению (баллы)			Примеры изделий
		функция	конструкция	форма	
3	Существенное изменение параметров и потребительских свойств	2-3	2	2	Стабилизаторы, щитовое оборудование
4	Новые комбинации функций, появление новых, дополнительных функций с внесением важных технических усовершенствований	3-4	3	3	Трансформаторы, насосное оборудование
5	Коренное качественное преобразование функций и технического принципа действия	4-6	4	4	Сварочное оборудование, сушильные камеры
6	Появление качественно новой функции потребления изделия, не имеющего аналогов	7-8	5	5	Кондиционеры, система очистки воды

#### Методика оценки новизны товара

Степени новизны можно определить:

$$H = \frac{\sum_{i=1}^n K_i}{\sum_{i=1}^n K_{i \max}} \times 100\%$$

где:

$\sum K_i$  – число баллов, характеризующее новизну анализируемого изделия по всем параметрам;

$\sum K_{i \max}$  – сумма высших рангов новизны изделия.

Задание 4. Изучите принципы поведения людей, занятых в сфере сервиса. В малых группах придумайте и разыграйте ситуации, когда эти принципы соблюдаются или нарушаются.

Принципы поведения людей, занятых в сфере сервиса:

1. Русскому купечеству были присущи честность и порядочность в деловых отношениях. На Руси был известен обычай «бить по рукам», что означало формальное соглашение. Это можно отнести и к сервису. Честность и порядочность – основа практики сервиса, в ходе которой вырабатывались этические и нравственные нормы. Газета деловых кругов дореволюционной России «Биржевые ведомости» писала: «Прибыль превыше всего, но честь превыше прибыли».

2. Среди основополагающих принципов обслуживающей деятельности – терпимость, что означает осознание невозможности преодолеть «с наскока» слабости и недостатки клиентов. Терпимость рождает взаимное доверие, понимание и откровенность, помогает «гасить» конфликтные ситуации в самом их зародыше.

3. Незаменим принцип тактичности и деликатности. Такт – это умение применять цели и нормы поведения к конкретному человеку. Тактичность предполагает, прежде всего, ориентацию на гуманность и благородство, внимательность и предупредительность. Быть тактичным – значит в любой ситуации принимать своего клиента, партнера как самоценную человеческую личность с учетом различных ее характеристик: пола, возраста, национальности, темперамента и т.д.

4. Принцип справедливости также ориентирует на общечеловеческие нравственные качества, что предполагает объективную оценку личностно-деловых качеств партнеров, признание их индивидуальности, открытость к критике.

5. Возрастающая конкуренция предусматривает принципы поиска нового, улучшение форм обслуживания.

#### Коммуникативные задачи

1. Часто, получая какую-то услугу, клиент пытается еще «выговориться», рассказать о своих проблемах. А у менеджера в данный момент нет времени на лишние разговоры. Как он поступит в данной ситуации, чтобы клиента не «отпугнуть», не обидеть его? Предложите свои варианты.

2. Психологи обнаружили, что среди факторов, возбуждающих эмоции, первое место заняла музыка, второе – трогательные сцены из кинофильмов и литературных произведений. Музыкальная психотерапия чрезвычайно действенна для реактивных состояний. Где, в каких видах сервиса можно использовать применение музыки?

3. Хорошая репутация приобретает годами, а утратить ее можно мгновенно и зачастую из-за пустяка. В сервисе есть золотое правило: заботься о своих клиентах, а рынок позаботится о тебе. Что важно для репутации и что может ее уничтожить? Приведите примеры. Например, «Дженерал Моторс» однажды истратила 3,5 млн. долларов на одни только почтовые расходы, но пошла на это, чтобы предупредить 6,5 млн владельцев автомобилей о дефектах в креплении двигателей. Так создавалась профессиональная репутация производителя. Какие еще факты вам известны?

#### Упражнение «Ведение беседы»

Организуем беседу с потенциальным клиентом. Пронаблюдайте, какие техники используют партнеры. Охарактеризуйте приемы беседы и проанализируйте их эффективность.

1. Не способствующие пониманию клиента:

– Негативная оценка – в беседе мы сопровождаем высказывания клиента репликами вроде: «Глупости вы говорите», «Вы, я вижу, в этом вопросе ничего не понимаете», «Я бы мог вам это объяснить, но боюсь вы не поймете» и т.п.

– Игнорирование – мы не принимаем во внимание того, что говорит клиент, пренебрегаем его высказываниями.

2. Способствующие поддержанию разговора:

– Выспрашивание – мы задаем клиенту вопрос за вопросом, явно стараясь разузнать что-то, но не объясняя ему своих целей.

– Замечание о ходе беседы – в ходе беседы мы вставляем высказывания типа: «Пора приступить к предмету разговора...», «Мы несколько отвлеклись от темы...», «Давайте вернёмся к цели нашего разговора...» и т.д.

– Поддакивание – мы сопровождаем речь партнёра высказываниями типа: «Да...», «Угу...».

### 3. Способствующие пониманию клиента:

– Проговаривание – мы дословно повторяем высказывания партнёра. При этом можно начать с вводной фразы: «Как я понял вас...», «По вашему мнению...», «Вы считаете...» и т.п.

– Перефразирование – мы воспроизводим высказывания партнёра в обобщённом, сокращённом виде, кратко формулируя самое существенное в его словах. Начать можно с вводной фразы: «Вашими основными желаниями, как я понял, являются...» или «Другими словами, вы считаете, что...» и др.

– Интерпретация и развитие идеи – мы пытаемся вывести логическое следствие из высказывания партнёра или выдвинуть предположение относительно причин высказывания. Вводной фразой может быть: «Если исходить из того, что вы сказали, то выходит, что...», «Вы так считаете, видимо, потому что...».

### Приемы восстановления работоспособности

По мнению Марка Твена, «Быть хорошим – это очень изнашивает человека». Для работников сервиса необходимость постоянно быть «в форме» оборачивается издержками в состоянии здоровья и самочувствия. Для того чтобы снимать напряженность, можно следовать простым правилам, составленным американскими психологами Р. Левинсоном и М. Графом и названными ими «Детерминанты хорошего настроения».

Вот эти правила:

- пребывание в обществе счастливых людей,
- умение заинтересовать собеседников своими рассказами,
- пребывание в кругу друзей,
- осознание собственной привлекательности,
- поцелуи,
- наблюдение за людьми,
- откровенная и открытая беседа,
- выслушивание признания в любви,
- выражение своей любви,
- ласкательные прикосновения,
- пребывание в обществе любимого человека,
- высказывание комплиментов или похвал в чей-то адрес,
- встреча с друзьями за чашкой чая, кофе и т.п.,
- ощущение себя «душою общества» в компаниях, на вечеринках,
- ведение оживлённой беседы,
- прослушивание радио,

- встреча со старыми друзьями,
- осознание возможности оказать помощь другим,
- умение развлечь и развеселить окружающих,
- нормальные половые связи,
- приобретение новых друзей.

Следующие факторы снижают депрессию:

- смех,
- расслабленность,
- размышления о чём-либо хорошем, что может произойти в будущем,
- размышления о людях, к которым относишься с симпатией,
- наблюдение за красивым пейзажем,
- возможность дышать свежим воздухом,
- пребывание в состоянии умиротворения и спокойствия,
- возможность принимать солнечные ванны,
- ощущение чистой одежды,
- наличие свободного времени,
- хороший сон по ночам,
- прослушивание любимой музыки,
- улыбка,
- убеждённость в благополучии семьи или друзей,
- чувство присутствия бога в жизни,
- наблюдения за дикими животными.
- вкусная еда,
- посещение ресторана,
- пребывание в окружении домашних животных.

### **Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задание выполнено верно и в полном объеме;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание выполнено с незначительными замечаниями;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если задание выполнено на базовом уровне, но с ошибками;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если содержится большое количество ошибок, задание не выполнено.