

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:	12(0,33)
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	10(0,28)
• лекции	4(0,11)
• практические	6(0,167)
Промежуточная аттестация (контактная работа)	2(0,055)
2. Самостоятельная работа студентов, всего	161(4,47)
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, 2019. – 66 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 «08» июня 2017 г. № 514, и учебными планами по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, направленность (профиль) «Сервис транспортных средств» (год начала подготовки -2019).

#### **Рабочая программа:**

**обсуждена и рекомендована** к утверждению решением кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма Казанского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации от «13» марта 2019 г., протокол № 7.

**одобрена** Научно-методическим советом Казанского кооперативного института (филиала) от 03.04.2019, протокол № 5.

**утверждена** Ученым советом Российского университета кооперации от 18.04.2019, протокол № 4.

© АНОО ВО ЦС РФ  
«Российский университет  
кооперации» Казанский  
кооперативный институт  
(филиал), 2019  
© Козар Н.К., 2019

## 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).....	6
4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы .....	7
5. Содержание дисциплины (модуля).....	7
5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля).....	7
5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами (модулями) .....	8
5.3. Разделы, темы дисциплины (модуля) и виды занятий.....	9
6. Лабораторный практикум .....	9
7. Практические занятия (семинары) .....	9
8. Примерная тематика курсовых проектов (работ).....	10
9. Самостоятельная работа студента.....	10
10. Перечень учебно–методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	14
11. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля):.....	15
12. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля):.....	15
13. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем (при необходимости).....	15
14. Описание материально–технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	16
15. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) .....	16
16. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины для преподавателей, образовательные технологии.....	17
<b>ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b> .....	19
1. Паспорт фонда оценочных средств.....	20
1.1. Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины.....	20
1.2. Сведения об иных дисциплинах (преподаваемых, в том числе, на других кафедрах) участвующих в формировании данных компетенций .....	20
1.3. Этапы формирования и программа оценивания контролируемой компетенции.....	20
1.4. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания .....	22
2. Типовые контрольные задания для оценки результатов обучения по дисциплине и иные материалы для подготовки к промежуточной аттестации .....	26
2.1. Материалы для подготовки к промежуточной аттестации .....	26
2.2. Комплект билетов для проведения промежуточной аттестации .....	33
Комплект тестовых заданий для проведения экзамена по дисциплине.....	36
2.3. Критерии оценки для проведения экзамена по дисциплине.....	40
2.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплине.....	41
<b>ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b> .....	42
1. Материалы для текущего контроля .....	43
<b>КЕЙС-ЗАДАЧА</b> .....	43
<b>СИТУАЦИОННАЯ ЗАДАЧА</b> .....	49
Вопросы для коллоквиумов, опросов, коллективных дискуссий.....	50
<b>ТЕМЫ ДОКЛАДОВ</b> .....	53
<b>ПЕРЕЧЕНЬ ДИСКУССИОННЫХ ТЕМ ДЛЯ КРУГЛОГО СТОЛА</b> .....	56

2. Материалы для текущей аттестации.....	60
КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ № 1 .....	60
КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ № 2 .....	62

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

Цель изучения дисциплины: подготовка специалистов, владеющих знаниями о сущности, способах осуществления и специфике сервисной деятельности, направленной на удовлетворение разнообразных потребностей человека, а также формирование профессиональной (ОПК-1 - способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса) и профессиональной (ПК-8 - способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями) компетенциями.

Основными задачами изучения дисциплины «Сервисная деятельность» являются:

- ознакомление студентов со структурой и функциями сферы услуг, закономерностями ее развития, со стратегиями создания конкурентных преимуществ сервисных организаций, новыми технологиями в сфере услуг;
- ознакомление студентов с современными технологиями для формирования и предоставления сервисной услуги, соответствующей требованиям потребителей;
- ознакомление студентов с основными принципами организации пространства контакта, процесса предоставления услуги в «контактной зоне» между потребителем и продуцентом услуг, наполнения ее содержанием, основным методам предоставления услуг и формам обслуживания, определения качества обслуживания, назначения организаций и структурой служб сервиса, разработки и создания услуг;
- овладение студентами в практической деятельности способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями;
- овладение студентами навыков применения технологических новаций и современного программного обеспечения в сфере сервиса.

## **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 (УК-3, УК-4);

Управление карьерой и тайм-менеджмент (УК-6, ОПК-2).

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

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ОПК-1 - способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса;

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
ОПК-1	Знать современное программное обеспечение в сфере сервиса	Доклад
	Знать технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	
	Уметь разрабатывать процесс предоставления услуг с применением технологических новаций и современного программного обеспечения в сфере сервиса	Кейс-задача Ситуационная задача
	Уметь применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	
	Владеть коммуникационными технологиями в сфере сервиса	Дискуссия Контрольная работа
	Владеть методикой применения технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	
ПК-8	Знать требования потребителя в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	Опрос Доклад
	Знать методы диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	
	Уметь разрабатывать процесс предоставления услуг в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	Кейс-задача Ситуационная задача
	Уметь определять стратегию потребительского спроса в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	
	Владеть методикой диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	Дискуссия Контрольная работа
	Владеть методиками диагностирования поведения и влияния на потребителя в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	

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

##### *заочная форма обучения*

Вид учебной деятельности	Часов	
	Всего	По курсам
		3
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	12	12
Аудиторные занятия всего, в том числе:	10	10
Лекции	4	4
Практические занятия	6	6
Промежуточная аттестация (контактная работа)	2	2
2. Самостоятельная работа студента всего, в том числе:	161	161
Другие виды самостоятельной работы:	161	161
3. Вид промежуточной аттестации - экзамен	7	7
ИТОГО:	часов	180
Общая трудоемкость	зач. ед.	5

#### 5. Содержание дисциплины (модуля)

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

###### **Тема 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека**

Содержание и задачи дисциплины «Сервисная деятельность». Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности. Вопросы истории развития сервиса в России. Понятие об услуге и сервисной деятельности. Функции сферы услуг. Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг.

###### **Тема 2. Поведение потребителей и процесс принятия ими решения**

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

###### **Тема 3. Теория организации обслуживания. Ценность услуг**

Обслуживание как сервисная система. Система сервисных операций. Система предоставления услуг. Система маркетинга услуг. Определение ценности услуги. Модель ценности услуги.

###### **Тема 4. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности**

Природа контактной зоны. Работник контактной зоны. Типы заказчиков. Требования к обслуживанию клиентов. Особенности взаимодействия с клиентом в контактной зоне. Культура общения работников сервиса с клиентами. Проблема конфликтных ситуаций. Работа с жалобами потребителей. Принципы эффективного решения конфликтных

ситуаций. Этические и эстетические аспекты сервисной деятельности. Образец кодекса сотрудника сферы сервиса.

### **Тема 5. Качество обслуживания и производительность**

Проблемы качества и безопасности услуг в практике современного сервиса. Показатели качества услуги. Модель качества услуг. Управление качеством услуг, контроль стандартов и безопасности обслуживания. Производительность труда в сфере услуг.

### **Тема 6. Технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса**

Виды сервисных инноваций и инновационных услуг. Управление сервисными инновациями, продвижение новых услуг и развитие дизайна услуг. Инновационная политика в сфере услуг. Особенности процесса внедрения инноваций в сферу услуг. Современное программное обеспечение в сфере сервиса.

### **Тема 7. Имидж сервисного предприятия**

Формирование собственного имиджа как условие успеха деятельности сервисного предприятия. Роль коллектива в создании имиджа сервисного предприятия. Признаки ухудшения морального климата в коллективе.

### **Тема 8. Стратегические направления и конкурентоспособность**

Понятие о конкурентных преимуществах. Конкурентная окружающая среда. Выбор целевых потребителей. Стратегия создания конкурентных преимуществ. Роль стандартизации и дифференциации в выборе товарной политики.

### **Тема 9. Правовое регулирование сервисной деятельности**

Понятие государственного регулирования сервисных правоотношений. Лицензирование предпринимательской деятельности в сфере сервиса. Правовое регулирование качества продукции, работ и услуг (сертификация, стандартизация в сфере сервиса). Правовое регулирование ценообразования в сфере сервиса. Налоговое регулирование в сфере сервиса.

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

Дисциплина «Сервисная деятельность» формирует компетенции ОПК-1, ПК-8, необходимые 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.	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	-	-	24	24
2.	Поведение потребителей и процесс принятия ими решения	-	-	24	24
3.	Теория организации обслуживания Ценность услуг	-	-	24	24
4.	Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности	1	1	10	12
5.	Качество обслуживания и производительность	1	1	10	12
6.	Технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	1	2	10	13
7.	Диверсификации сервисной деятельности	1	2	10	13
8.	Стратегические направления и конкурентоспособность	-	-	24	24
9.	Правовое регулирование сервисной деятельности	-	-	25	25
	<b>Итого</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>161</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)
4.	Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности	Пространство контакта Процесс контакта между клиентом и исполнителем	1
5.	Качество обслуживания и производительность	Качество обслуживания Модель качества услуг	1
6.	Технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	Инновации в сфере услуг Информационные технологии в сфере услуг	2
7.	Имидж сервисного предприятия	Формирование собственного имиджа как условие успеха деятельности сервисного предприятия	2
	<b>Итого</b>		<b>6</b>

## 8. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые проекты (работы) не предусмотрены учебными планами.

## 9. Самостоятельная работа студента

### Тема 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал. 2. Подготовить: - конспект в форме тезисов; - подготовить сообщения к выступлению на практическом занятии; - ответы на контрольные вопросы, необходимые для кейс-стади (ситуационного задания).	1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников. 2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося. 3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках для кейс-стади (ситуационного задания). 4. Подготовьте сообщения для этого: - составьте план сообщения; - напишите текст сообщения, прочитайте и отредактируйте его.	1. Кейс-стади (ситуационное задание). 2. Устный опрос

### Тема 2. Поведение потребителей и процесс принятия ими решения

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал. 2. Подготовить: - конспект в форме тезисов; - подготовить сообщения к выступлению на практическом занятии; - ответы на контрольные вопросы, необходимые для кейс-стади (ситуационного задания).	1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников. 2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося. 3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках для кейс-стади (ситуационного задания). 4. Подготовьте сообщения для этого: - составьте план сообщения; - напишите текст сообщения, прочитайте и отредактируйте его.	1. Кейс-стади (ситуационное задание). 2. Устный опрос

### Тема 3. Теория организации обслуживания. Ценность услуг

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
<p>1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.</p> <p>2. Подготовить:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- конспект в форме тезисов;</li> <li>- ответы на предложенные письменные проверочные работы</li> </ul>	<p>1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.</p> <p>2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.</p> <p>3. Подготовьте ответы на предложенные письменные проверочные работы.</p> <p>Для этого:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;</li> <li>- найдите ответы на вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках;</li> <li>- оформите ответы.</li> </ul>	<p>1. Письменные проверочные работы</p> <p>2. Устный опрос</p>

### Тема 4. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
<p>1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.</p> <p>2. Подготовить:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- конспект в форме тезисов;</li> <li>- вопросы и сообщения к выступлению на практическом занятии;</li> <li>- ответы на предполагаемые вопросы коллективной дискуссии по предложенной тематике;</li> <li>ответы на контрольные вопросы, необходимые для деловой игры.</li> </ul>	<p>1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.</p> <p>2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.</p> <p>4. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к коллективной дискуссии по теме практического занятия.</p> <p>5. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках для деловой игры.</p>	<p>1. Тесты</p> <p>2. Коллективные дискуссии.</p>

## Тема 5. Качество обслуживания и производительность

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
<p>1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.</p> <p>2. Ознакомиться с нормативными документами.</p> <p>3. Подготовить:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- конспект в форме тезисов;</li> <li>- реферат;</li> <li>- вопросы и ответы к коллективной дискуссии по предложенной теме лекции.</li> </ul>	<p>1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.</p> <p>2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.</p> <p>3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках.</p> <p>4. Подготовьте реферат для этого:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;</li> <li>- составьте план реферата;</li> <li>- напишите текст реферата, прочитайте и отредактируйте его.</li> </ul> <p>5. Для защиты реферата, согласно проработанных вами источников, вашего конспекта и реферата подготовьте вопросы и ответы к дискуссии.</p>	<p>1. Реферат.</p> <p>2. Коллективная дискуссия</p>

## Тема 6. Технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
<p>1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.</p> <p>2. Ознакомиться с нормативными документами.</p> <p>3. Подготовить:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- конспект в форме тезисов;</li> <li>- публичный доклад;</li> <li>- вопросы к коллективной дискуссии по предложенным темам докладов.</li> </ul>	<p>1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.</p> <p>2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.</p> <p>3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках.</p> <p>4. Подготовьте публичный доклад для этого:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;</li> <li>- составьте план доклада;</li> <li>- напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.</li> </ul> <p>5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.</p>	<p>1. Устные опросы.</p> <p>2. Публичные доклады</p> <p>3. Коллективная дискуссия</p>

## Тема 7. Имидж сервисного предприятия

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
<p>1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.</p> <p>2. Подготовить:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- конспект в форме тезисов;</li> <li>- подготовить сообщения к выступлению на практическом занятии;</li> <li>- ответы на контрольные вопросы, необходимые для кейс-стади (ситуационного задания).</li> </ul>	<p>1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.</p> <p>2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.</p> <p>3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках для кейс-стади (ситуационного задания).</p> <p>4. Подготовьте сообщения для этого:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составьте план сообщения;</li> <li>- напишите текст сообщения, прочитайте и отредактируйте его.</li> </ul>	<p>1. Кейс-стади (ситуационное задание).</p> <p>2. Устный опрос</p>

## Тема 8. Стратегические направления и конкурентоспособность

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
<p>1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.</p> <p>2. Ознакомиться с нормативными документами.</p> <p>3. Подготовить:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- конспект в форме тезисов;</li> <li>- публичный доклад;</li> <li>- вопросы к коллективной дискуссии по предложенным темам докладов.</li> </ul>	<p>1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.</p> <p>2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.</p> <p>3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках.</p> <p>4. Подготовьте публичный доклад для этого:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;</li> <li>- составьте план доклада;</li> <li>- напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.</li> </ul> <p>5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.</p>	<p>1. Устные опросы.</p> <p>2. Публичные доклады</p> <p>3. Коллективная дискуссия</p>

## Тема 9. Правовое регулирование сервисной деятельности

Виды самостоятельной работы	Краткие рекомендации к выполнению самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения
<p>1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.</p> <p>2. Подготовить:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- конспект в форме тезисов;</li> <li>- подготовить сообщения к выступлению на практическом занятии;</li> <li>- ответы на контрольные вопросы, необходимые для кейс-стади (ситуационного задания).</li> </ul>	<p>1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.</p> <p>2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.</p> <p>3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках для кейс-стади (ситуационного задания).</p> <p>4. Подготовьте сообщения для этого:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составьте план сообщения;</li> <li>- напишите текст сообщения, прочитайте и отредактируйте его.</li> </ul>	<p>1. Кейс-стади (ситуационное задание).</p> <p>2. Устный опрос</p>

### 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:

Сервисная деятельность : учебник / Велединский В.Г. — Москва : КноРус, 2018. — 175 с. — (для бакалавров). — ISBN 978-5-406-06172-5. — URL: <https://book.ru/book/926035> (дата обращения: 02.11.2020). — Текст : электронный.

б) дополнительная литература:

Сервисная деятельность : учебник / Велединский В.Г. — Москва :

КноРус, 2016. — 175 с. — (для бакалавров). — ISBN 978-5-406-02161-3. — URL: <https://book.ru/book/920475> (дата обращения: 02.11.2020). — Текст : электронный.

Сервисная деятельность : учебное пособие / Велединский В.Г. — Москва : КноРус, 2013. — 175 с. — (для бакалавров). — ISBN 978-5-406-02161-3. — URL: <https://book.ru/book/917773> (дата обращения: 02.11.2020). — Текст : электронный.

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

а) основная литература:

Сервисная деятельность : учебник / Велединский В.Г. — Москва : КноРус, 2018. — 175 с. — (для бакалавров). — ISBN 978-5-406-06172-5. — URL: <https://book.ru/book/926035> (дата обращения: 02.11.2020). — Текст : электронный.

б) дополнительная литература:

1. Сервисная деятельность : учебник / Велединский В.Г. — Москва : КноРус, 2016. — 175 с. — (для бакалавров). — ISBN 978-5-406-02161-3. — URL: <https://book.ru/book/920475> (дата обращения: 02.11.2020). — Текст : электронный.

2. Сервисная деятельность : учебное пособие / Велединский В.Г. — Москва : КноРус, 2013. — 175 с. — (для бакалавров). — ISBN 978-5-406-02161-3. — URL: <https://book.ru/book/917773> (дата обращения: 02.11.2020). — Текст : электронный.

### **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. 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)	-	-
2	Тема 5. 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)	1	1
	Итого:	1	1

**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
ОПК-1	способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса
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 ОПК-1 формируется в процессе изучения дисциплин (прохождения практик):

Информатика

Технологические процессы в сервисе

Материаловедение

Основы функционирования систем сервиса

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

-

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

№	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Наименование оценочного средства
1	ОПК-1 ПК-8	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	Опрос Ситуационная задача Дискуссия Кейс-задача Контрольная работа
2		Поведение потребителей и процесс принятия ими решения	
		Теория организации обслуживания Ценность услуг	
		Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности	
		Качество обслуживания и производительность	
		Технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	
		Имидж сервисного предприятия	
		Стратегические направления и конкурентоспособность	
	Правовое регулирование сервисной деятельности		

## 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 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>						
ОПК-1	Знает современное программное обеспечение в сфере сервиса (опрос, доклад)	Верно, и в полном объеме знает современное программное обеспечение в сфере сервиса	С незначительными замечаниями знает современное программное обеспечение в сфере сервиса	На базовом уровне, с ошибками знает современное программное обеспечение в сфере сервиса	Не знает современное программное обеспечение в сфере сервиса	20
	Знает технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса (опрос, доклад)	Верно, и в полном объеме знает технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	С незначительными замечаниями знает технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	На базовом уровне, с ошибками знает технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	Не знает технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	
ПК-8	Знает требования потребителя в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями (опрос, доклад)	Верно, и в полном объеме знает требования потребителя в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	С незначительными замечаниями знает требования потребителя в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	На базовом уровне, с ошибками знает требования потребителя в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	Не знает требования потребителя в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	
	Знает методы диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями (опрос, доклад)	Верно, и в полном объеме знает методы диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными	С незначительными замечаниями знает методы диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	На базовом уровне, с ошибками знает методы диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	Не знает методы диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными	

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.	
		традициями			традициями	
<i>Практические показатели</i>						
ОПК-1	Умеет разрабатывать процесс предоставления услуг с применением технологических новаций и современного программного обеспечения в сфере сервиса (ситуационная задача)	Верно, и в полном объеме может разрабатывать процесс предоставления услуг с применением технологических новаций и современного программного обеспечения в сфере сервиса	С незначительными замечаниями может разрабатывать процесс предоставления услуг с применением технологических новаций и современного программного обеспечения в сфере сервиса	На базовом уровне, с ошибками может разрабатывать процесс предоставления услуг с применением технологических новаций и современного программного обеспечения в сфере сервиса	Не может разрабатывать процесс предоставления услуг с применением технологических новаций и современного программного обеспечения в сфере сервиса	20
	Умеет применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса (кейс-задача)	Верно, и в полном объеме может применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	С незначительными замечаниями может применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	На базовом уровне, с ошибками может применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	Не может применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	
ПК-8	Умеет разрабатывать процесс предоставления услуг в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями (ситуационная задача)	Верно, и в полном объеме может разрабатывать процесс предоставления услуг в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	С незначительными замечаниями может разрабатывать процесс предоставления услуг в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	На базовом уровне, с ошибками может разрабатывать процесс предоставления услуг в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	Не может разрабатывать процесс предоставления услуг в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	
	Умеет определять стратегию потребительского спроса в соответствии с	Верно, и в полном объеме может определять стратегию потребительского спроса	С незначительными замечаниями может определять стратегию потребительского спроса в	На базовом уровне, с ошибками может определять стратегию потребительского спроса в соответствии с	Не может определять стратегию потребительского спроса в соответствии с	

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.	
	этнокультурными, историческими и религиозными традициями (кейс-задача)	в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	этнокультурными, историческими и религиозными традициями	этнокультурными, историческими и религиозными традициями	
<i>Владеет</i>						
ОПК-1	Владеет коммуникационными технологиями в сфере сервиса (дискуссия)	Верно, и в полном объеме владеет коммуникационными технологиями в сфере сервиса	С незначительными замечаниями владеет коммуникационными технологиями в сфере сервиса	На базовом уровне, с ошибками владеет коммуникационными технологиями в сфере сервиса	Не владеет коммуникационными технологиями в сфере сервиса	20
	Владеет методикой применения технологических новаций и современного программного обеспечения в сфере сервиса (контрольная работа)	Верно, и в полном объеме владеет методикой применения технологических новаций и современного программного обеспечения в сфере сервиса	С незначительными замечаниями владеет методикой применения технологических новаций и современного программного обеспечения в сфере сервиса	На базовом уровне, с ошибками владеет методикой применения технологических новаций и современного программного обеспечения в сфере сервиса	Не владеет методикой применения технологических новаций и современного программного обеспечения в сфере сервиса	
ПК-8	Владеет методикой диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями (дискуссия)	Верно, и в полном объеме владеет методикой диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	С незначительными замечаниями владеет методикой диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	На базовом уровне, с ошибками владеет методикой диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	Не владеет методикой диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	
	Владеет методиками диагностирования поведения и влияния на	Верно, и в полном объеме владеет методиками	С незначительными замечаниями владеет методиками диагностирования	На базовом уровне, с ошибками владеет методиками	Не владеет методиками диагностирования поведения и влияния на	



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.	
	потребителя в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями (контрольная работа)	диагностирования поведения и влияния на потребителя в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	поведения и влияния на потребителя в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	диагностирования поведения и влияния на потребителя в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	потребителя в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	
<i>ВСЕГО:</i>						<i>60</i>

### Шкала оценивания

Оценка	Баллы	Уровень сформированности компетенции
отлично	52-60	высокий
хорошо	43-51	хороший
удовлетворительно	31-42	достаточный
неудовлетворительно	30 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. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.
2. Вопросы истории развития сервиса в России.
3. Понятие об услуге и сервисной деятельности.
4. Функции сферы услуг.
5. Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг.
6. Определение потребительской среды в сфере услуг.
7. Клиенты и их потребности.
8. Факторы, влияющие на покупательское поведение.
9. Процесс принятия решения потребителем.
10. Специфические аспекты покупки услуг.
11. Поведение потребителей деловых услуг.
12. Обслуживание как сервисная система.
13. Система сервисных операций.
14. Система предоставления услуг.
15. Система маркетинга услуг.
16. Определение ценности услуги.
17. Модель ценности услуги.
18. Природа контактной зоны.
19. Работник контактной зоны.
20. Требования к обслуживанию клиентов.
21. Особенности взаимодействия с клиентом в контактной зоне.
22. Культура общения работников сервиса с клиентами.
23. Проблема конфликтных ситуаций.
24. Работа с жалобами потребителей.
25. Принципы эффективного решения конфликтных ситуаций.
26. Этические и эстетические аспекты сервисной деятельности.
27. Образец кодекса сотрудника сферы сервиса.
28. Проблемы качества и безопасности услуг в практике современного сервиса.
29. Показатели качества услуги. Модель качества услуг.
30. Управление качеством услуг, контроль стандартов и безопасности обслуживания.
31. Производительность труда в сфере услуг.
32. Виды сервисных инноваций и инновационных услуг.
33. Управление сервисными инновациями, продвижение новых услуг и развитие дизайна услуг.

34. Инновационная политика в сфере услуг.
35. Особенности процесса внедрения инноваций в сферу услуг.
36. Современное программное обеспечение в сфере сервиса.
37. Сущность диверсификации предприятий сервиса в условиях рынка.
38. Диверсификация услуг как инструмент повышения эффективности функционирования предприятий.
39. Стратегия диверсификации.
40. Понятие о конкурентных преимуществах.
41. Конкурентная окружающая среда.
42. Выбор целевых потребителей.
43. Стратегия создания конкурентных преимуществ.
44. Роль стандартизации и дифференциации в выборе товарной политики.
45. Понятие государственного регулирования сервисных правоотношений.
46. Лицензирование предпринимательской деятельности в сфере сервиса.
47. Правовое регулирование качества продукции, работ и услуг (сертификация, стандартизация в сфере сервиса).
48. Правовое регулирование ценообразования в сфере сервиса.
49. Налоговое регулирование в сфере сервиса.

### **Типовые контрольные задания:**

#### **Контрольное задание 1**

Задание 1. Как подразделяются услуги по характеру, целевому назначению, формам предоставления и способам оплаты?

Задание 2. В чём заключается особенности комплексных и смешанных услуг?

Задание 3. В рекламном агентстве возникла следующая ситуация: несвоевременное выполнение заказа на полиграфическую продукцию рекламного характера в типографии вследствие поломки оборудования. Подготовьте речь, которая сгладит возникшую конфликтную ситуацию с клиентом, опираясь на принципы этики и с использованием речевых этикетных формул.

#### **Контрольное задание 2**

Задание 1. Определите особенности организации пространства контакта в различных сервисных предприятиях.

Задание 2. Какие специфические характеристики услуг приводят к несоответствующему уровню обслуживания потребителя?

Задание 3. Как руководителю автотранспортной компании, Вам следует организовать и провести совещание по результатам работы фирмы за прошедший год. Разработайте технологию проведения делового совещания.

### **Контрольное задание 3**

Задание 1. Каковы важнейшие признаки сервисной деятельности как хозяйственно-экономического явления и как производства сервисных продуктов?

Задание 2. Каковы основные аспекты качества продукции? Что предусматривает обеспечение качества?

Задание 3. Вы руководитель крупной автотранспортной компании, специализирующейся на международных перевозках. Продумайте ваши действия и этапы работы по разработке стратегии компании на долгосрочную перспективу. Ответ обоснуйте и представьте в виде плана действий с возможными вариантами решений.

### **Контрольное задание 4**

Задание 1. Каковы особенности процесса внедрения инноваций в сферу услуг?

Задание 2. Какова сущность диверсификации предприятий сервиса?

Задание 3. Побуждающая речь направлена, прежде всего, на то, чтобы побудить слушателей (потенциальных клиентов) к тем или иным действиям. Помните, что во всех видах выступлений речевые средства выбираются в зависимости от предмета речи, характеристики слушателей и поставленной цели. Подготовьте и произнесите двухминутную побуждающую речь на одну из предложенных тем или на тему по вашему выбору, касающуюся сферы вашей будущей профессиональной деятельности. Темы «Сервис нуждается в предприимчивости молодых», «Пользуйтесь услугами нашей турфирмы!».

**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:

Сервисная деятельность : учебник / Велединский В.Г. — Москва : КноРус, 2018. — 175 с. — (для бакалавров). — ISBN 978-5-406-06172-5. — URL: <https://book.ru/book/926035> (дата обращения: 02.11.2020). — Текст : электронный.

б) дополнительная литература:

1. Сервисная деятельность : учебник / Велединский В.Г. — Москва : КноРус, 2016. — 175 с. — (для бакалавров). — ISBN 978-5-406-02161-3. — URL: <https://book.ru/book/920475> (дата обращения: 02.11.2020). — Текст : электронный.

2. Сервисная деятельность : учебное пособие / Велединский В.Г. — Москва : КноРус, 2013. — 175 с. — (для бакалавров). — ISBN 978-5-406-02161-3. — URL: <https://book.ru/book/917773> (дата обращения: 02.11.2020). — Текст : электронный.



## **Промежуточная аттестация**

### **2.2. Комплект 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»

#### **БИЛЕТ № 1**

1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека
2. Функции сферы услуг
3. Автоцентр «Драйв» реализует новые автомобили и автомобили с пробегом различных марок. Помимо продажи автомобилей автоцентр «Драйв» предлагает своим клиентам и другие услуги: возможность покупки по системе Трейд-ин, автострахование, а также выгодный кредит. При покупке дорогого автомобиля с пробегом гражданину Петрову был предложен предпродажный сервис, за который нужно было заплатить определенную сумму, не входящую в определенную стоимость автомобиля. Гражданин Петров от оплаты данной услуги отказался. Определите и обоснуйте, следовало бы гражданину Петрову воспользоваться услугой предпродажного сервиса.

#### **БИЛЕТ № 2**

1. Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг
2. Общероссийские классификаторы услуг населению
3. Интернет-магазин автозапчастей разместил на своем сайте информацию о новом поступлении. Наведя курсор на интересующую зап.часть, любой клиент может получить подробное ее описание. Гражданин Иванов заказал через интернет-магазин одну из запчастей из представленного ассортимента. При доставке товара на дом, после ухода курьера он обнаружил, что товар полностью не соответствует его заказу, однако в документах он уже поставил свою подпись, что претензий к товару не имеет.  
Определите и обоснуйте, может ли гражданин Иванов предъявить претензию продавцу. Перечислите действия, которые должен совершить продавец в данной ситуации.

### **БИЛЕТ № 3**

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

3. Сервисный центр «Контакт» осуществляет ремонт авторегистраторов любой сложности- от замены элементов до восстановления данных. Имеющееся оборудование позволяет на высоком уровне произвести ремонт цифровой техник и любых производителей. Сервисный центр имеет сеть пунктов ремонта, на которых потребитель может не только сдать свой авторегистратор, но и воспользоваться услугой экспресс - ремонта. С целью повышения эффективности работы сервисного центра руководство приняло решение оптимизировать организационную структуру.

Разработайте организационную структуру сервисного центра.

Определите, какие подходы к обеспечению эффективного организационного конструирования будут использоваться.

### **БИЛЕТ № 4**

1. Факторы, влияющие на покупательское поведение
2. Процесс принятия решения потребителем.

3. В компании успешно реализуется кодекс деловой этики, который способствует системному развитию и помогает эффективному достижению поставленных целей. Кодекс устанавливает основные деловые и морально-этические принципы, а также правила поведения сотрудников, сформированные на основе корпоративных ценностей, которые реализуются в повседневной деятельности. Согласно кодексу, сотрудники компании осознали, что любые неэтичные или антиобщественные действия, совершенные на рабочем месте или в свободное время, могут нанести ущерб репутации компании. Однако одним из работников данный принцип не был соблюден.

Определите, какие методы руководству компании необходимо применять для развития культуры обслуживания на предприятии с целью соблюдения кодекса деловой этики. Разработайте кодекс этики для предприятия любой сферы (транспорт, торговля, досуг и др.).

### **БИЛЕТ № 5**

1. Особенности взаимодействия с клиентом в контактной зоне
2. Инновационная политика в сфере услуг

3. В последнее время большое внимание уделяется развитию транспортной сети и дорожной инфраструктуры, что благотворно сказывается на развитии и качестве транспортных услуг. С увеличением количества грузоперевозок возникает вопрос о предложении и спросе и, как следствие, качестве и оперативности предлагаемых услуг для тех или иных участников рынка грузоперевозок. Каждый из участников рынка преследует фактически одну и ту же цель: обеспечение доставки-отправки груза в

установленный временной интервал в должном качестве и при оптимальных финансовых затратах.

1. Определите, какие правила и требования должны соблюдать участники рынка для получения максимальной прибыли, решение каких задач является первостепенными для максимального удовлетворения спроса потенциального или существующего клиента.

2. Установите факторы, которыми необходимо руководствоваться при выборе компании, осуществляющей автомобильные перевозки.

**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

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

### КЕЙС-ЗАДАЧА

по дисциплине «Сервисная деятельность»

**Тема: Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности**

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.

## Тема «Качество обслуживания и производительность»

Практическое задание: проанализируйте основные качественные характеристики понятия «услуга». На Ваш взгляд, можно ли управлять качеством на предприятиях сервиса? Заполните таблицу.

Проблема	Причины	Последствия	Управление
Проблема сегментации по выгодам – расхождение в ожиданиях потребителей и реакции производителя	Обсуждая одни и те же компоненты услуги стороны говорят на «разных языках» поэтому фирма имеет ложные представления о предпочтениях потребителя	Разное понимание и толкование составляющих полноценного обслуживания обнаружится позже, и клиент будет чувствовать себя обманутым. Это негативно отразится на его отношениях с фирмой	Тщательное изучение предпочтений потребителей с выделением особенностей каждого сегмента. Составление программы стимулирования с учетом требований и пожеланий
Проблема позиционирования – руководители знают, чего хотят их потребители, но не способны или не желают удовлетворить эти потребности			
Оказанная услуга не соответствует рабочим спецификациям			
Услуга в реальном исполнении не соответствует обещаниям			
Ожидания потребителей в отношении приобретаемой услуги не оправдались			

## Тема «Имидж сервисного предприятия»

### *Кейс 1. «Формирование положительного имиджа предприятия»*

Местный производитель мясо-колбасной продукции предполагает активизировать работу в направлении формирования положительного имиджа предприятия. В связи с этим предполагается провести маркетинговое исследование для выявления представлений потребителей об «идеальном» предприятии-производителе мясо-колбасной продукции.

Цели и задачи исследования сформулированы следующим образом:

Определение основных характеристик имиджа предприятия — производителя мясной продукции, наиболее привлекательных для потребителей.

1. Выявление наиболее значимых для потребителя характеристик идеального образа предприятия - производителя мясной продукции (качество продукции, характеристики используемого сырья и технологических процессов, история предприятия, месторасположение, маркетинговая политика);

2. Характеристика существующих представлений потребителей о предприятии (качество продукции, характеристики используемого сырья и технологических процессов, история предприятия, месторасположение, маркетинговая политика);

3. Сравнительный анализ характеристик идеального предприятия и характеристик предприятия (качество продукции, характеристики используемого сырья и технологических процессов, история предприятия, место расположение, маркетинговая политика);

4. Разработка рекомендаций по формированию привлекательного для потребителя образа предприятия.

5. Оценка эффективности проводимых мероприятий по формированию привлекательного для потребителя образа предприятия.

6. Разработана методология проведения исследования: качественный опрос - фокус-группа, затем количественный опрос.

### Вопросы и задания

1. Определите основные блоки вопросов гайда для фокус-группы.
2. Какое количество фокус-групп необходимо провести?
3. Охарактеризуйте принципы формирования выборки и методы рекрутинга участников фокус-группы.

### ***Кейс 2. «Выбор имиджа организации»***

#### Методические указания

Анализ данной ситуации предполагает общее обсуждение темы в микрогруппах, разработку маркетингового исследования и планирование информационной кампании в поддержку имиджа престижного бренда.

Величина предприятия или организации в значительной степени влияет на принципы личного имиджа сотрудников. Большие компании с более формальной системой коммуникации и иерархией руководства хорошо функционируют под прикрытием профессиональности — классические костюмы, сдержанный вид и соответствующие аксессуары.

Но здесь существуют исключения: к примеру, компании, истоки которых лежат в иной предпринимательской среде. Успешные предприниматели и одновременно «инакоборцы», они отрицают многие традиционные предпринимательские ценности и опыт. Им не приходится соблюдать правила, вопреки которым они достигли всего.

Вопросы и задания:

- Каким компаниям, по вашему мнению, наиболее подходит имидж, отрицающий классику?

- Какие шаги вы бы предприняли для создания имиджа такой компании?

Практическое задание «Разработка имиджа компании»

Ознакомьтесь с приведенными в теоретической части характеристиками корпоративного имиджа. Попробуйте сформировать имидж:

- 1) собственной организации;
- 2) завода по производству минеральной воды;
- 3) магазина, продающего компьютеры;
- 4) рекламной компании;
- 5) банка.

Основные характеристики корпоративного имиджа:

1.Имидж должен опираться на маркетинговые характеристики компании:ее торговую марку, логотип и пр.

2. Образ корпорации» должен быть правдоподобным, достоверным,чтобы целевые аудитории могли доверять имиджу компании. Стратегия информационной открытости является одним из ключевых элементов развития имиджа компании.

3.Образ должен быть ярким и конкретным.Он лучше срабатывает, если апеллирует к чувствам, быстро воспринимается, когда сосредоточивается на определенных чертах и ярко высвечивает один или несколько характерных признаков корпорации.

4.Образ корпорации должен быть простым, чтобы отвечать архетипическим ожиданиям сознания целевых групп. Наиболее эффективен имидж простой и быстро запоминающийся.

Вопросы и задания

- Проанализируйте приведенные факторы эффективного корпоративного имиджа.

- Почему эти факторы влияют на имидж компании?

- Что еще формирует образ компании в глазах клиентов и партнеров помимо указанных выше пунктов?

- Разработайте варианты имиджа, целесообразные с точки зрения следующих подразделений организации: производственного, маркетингового, финансового отделов и отдела по связям с общественностью. Определите, какой суммарный имидж организации сложился бы при реализации предложенных вами вариантов.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если даны полные, исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы или если дан неверный ответ на один из поставленных вопросов;

- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если даны неверные ответы на два из поставленных вопросов или если все приведенные ответы являются неправильными.

### **Критерии оценки:**

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если даны полные, исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы или если дан неверный ответ на один из поставленных вопросов;

- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если даны неверные ответы на два из поставленных вопросов или если все приведенные ответы являются неправильными.



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 как форма удовлетворения потребностей человека**

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.

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

**Вопросы для коллоквиумов, опросов, коллективных дискуссий**

по дисциплине: Сервисная деятельность

**Тема 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека**

1. Перечислите признаки, которые используются для классификации услуг.
2. На какие группы подразделяются услуги на основе функционального подхода?
3. Как подразделяются услуги по характеру, целевому назначению, формам предоставления и способам оплаты?
4. В чём заключаются особенности комплексных и смешанных услуг?
5. Охарактеризуйте сущность теоретического понимания сервисной деятельности в «потребительском обществе» и в постиндустриальном обществе.
6. В чём состоят трудности классификации услуг и сервисной деятельности? Как преодолеваются эти трудности в практике разных стран и в мировой практике?

**Тема 2. Поведение потребителей и процесс принятия ими решения**

1. Опишите модель покупательского поведения.
2. Какие группы факторов влияют на поведения индивидуального потребителя?
3. Перечислите и охарактеризуйте факторы, относящиеся к культурным, социальным, личностным, психологическим.
4. Зачем продавцам на рынке необходимо понимать факторы, влияющие на поведение потребителей?
5. Из каких этапов состоит процесс принятия решения о покупке?
6. Дайте краткую характеристику каждому этапу процесса принятия решения о покупке.

**Тема 3. Теория организации обслуживания. Ценность услуги**

1. Дайте основное содержание понятия ценности в отношении услуг.
2. Определите сущность понятия воспринимаемое качество.
3. Раскройте понимание модели ценности услуги.
4. Каким образом можно использовать модель ценности услуги при разработке услуги?

5. Каким образом можно повысить ценность услуги?
6. Опишите модель ценности услуги.

#### **Тема 4. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности**

1. Дайте определение понятия «контактная зона обслуживания». Покажите, в чем ее назначение и каковы функциональные особенности?
2. Назовите основные виды общения в «контактной зоне».
3. Каким условиям должен отвечать процесс контакта между клиентом и исполнителем?
4. В чем сущность содержания контакта?
5. Какова роль общения в построении процесса продажи?
6. Назовите основные требования, предъявляемые к пространству контакта.

#### **Тема 5. Качество обслуживания и производительность**

1. Показатели качества услуги
2. Модель качества услуг
3. Сформулируйте аспекты и законы, которые входят в понятие «качественное обслуживание»
4. Ключевые показатели качества обслуживания клиентов в ритейле и сфере услуг.
5. Назовите способы как оценивать качество обслуживания клиентов.
6. Преимущества качественного обслуживания.

#### **Тема 6. Технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса**

1. Определите понятия информационные технологии, компьютерные технологии, телекоммуникационные технологии, новые информационные технологии.
2. Как информационные услуги применяются в сфере услуг?
3. Почему в сфере услуг не прослеживается связь между затраченными инвестициями в информационные технологии и производительностью труда?
4. Какие причины заставляют фирмы, предоставляющие услуги, инвестировать в новые технологии?
5. В каких областях сферы услуг применяются новые технологии?
6. Какие существуют причины для разработки и создания новых услуг.

#### **Тема 7. Имидж сервисного предприятия**

1. Дайте характеристику составляющим фундамента корпоративного имиджа организации.
2. Какие практические вопросы затрагиваются в кодексе компании?
3. Назовите признаки ухудшения морального климата в коллективе.
4. Объясните сущность моральных обязательств руководителя.

5. В чём заключается этические проблемы отношения к деньгам?
6. Обоснуйте значимость делового этикета в современном бизнесе.

### **Тема 8. Стратегические направления и конкурентоспособность**

1. Как связаны качество и конкурентоспособность услуги?
2. На ваш взгляд, что первично: конкурентоспособность предприятия или конкурентоспособность его услуг?
3. Какую роль играют нормативные, экономические и технические показатели качества услуги для его конкурентоспособности?
4. Какие методы могут использоваться при исследовании конкурентоспособности услуг?
5. Методы конкуренции и оценки конкурентоспособности услуг?
6. Каков механизм оценки конкурентоспособности услуг?

### **Тема 9. Правовое регулирование сервисной деятельности**

1. Назовите правовые аспекты сервисной деятельности, общие для всех сервисных организаций.
2. По какой причине лицензия может быть приостановлена или аннулирована?
3. Чем объясняется наличие фразы в радиорекламе: «Все рекламируемые услуги имеют необходимые лицензии и сертификаты»?
4. В чем значение профессиональных стандартов для основных должностей по секторам сферы услуг?
5. Приведите примеры ненадлежащей и скрытой рекламы.
6. Почему необходима государственная и общественная защита прав потребителей?

### **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)

**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. Проблемы качества и безопасности услуг в практике современного сервиса.
15. Современные тенденции, прогнозы и перспективы развития сервисной деятельности.
16. Сфера услуг в Татарстане и соседних регионах.
17. Информационные технологии в различных направлениях сервисной деятельности.
18. Ресторанный бизнес как направление сервисной деятельности. Виды обслуживания в ресторане.
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. Диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями
30. Современное программное обеспечение в сфере сервиса
31. Применение технологических новаций и современного программного обеспечения в сфере сервиса
32. Своды и кодексы как средства позитивного регулирования предпринимательской деятельности в сфере услуг.
33. Разработка и создание новых услуг.
34. Работа с жалобами потребителей услуг.
35. Принципы эффективного решения конфликтных ситуаций
36. Факторы, влияющие на покупательское поведение клиентов сферы услуг
37. Стратегии создания конкурентных преимуществ, основанных на высоком уровне обслуживания
38. Особенности сервисной деятельности в отдельных отраслевых группах услуг
39. Особенности профессионального поведения в сфере сервиса
40. Этика и психология взаимоотношений в трудовом коллективе и в общении с потребителем
41. Специфика межличностного общения работников сервисных организаций и потребителей в процессе оказания услуги.
42. Основные психологические принципы взаимоотношения с клиентом.
43. Методы определения показателей качества оказания услуг.

#### ***Краткие рекомендации к выполнению:***

Прежде чем писать доклад на выбранную тему, студент согласовывает ее с преподавателем, составляет план доклада. Затем изучает закрепленную за ним тему по учебным пособиям, другим литературным источникам, конспектам лекций.

Требования к оформлению

Доклад (реферат) выполняется студентом самостоятельно в отдельной папке с титульным листом на стандартных листах формата А4, шрифт Times New Roman, кегель 14, интервал – 1,5, поля: верхнее, нижнее – 2,0; слева – 3,0; справа – 1,0. Форматирование по ширине. Отступ первой строки - 1,25.

#### **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: «Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности»**

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. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека

Задание 1. Какие форма удовлетворения потребностей человека вы знаете?

Задание 2. Назовите основные потребности человека.

Тема 2. Поведение потребителей и процесс принятия ими решения

Задание 1. Какие поведение потребителей вы знаете

Задание 2. Как происходит принятие решения человеком

Тема 3. Теория организации обслуживания. Ценность услуг

Задание 1. В чем заключается организация обслуживания?

Задание 2. Назовите взаимосвязь ценностей и потребностей человека.

Тема 4. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности

Задание 1. Какие типы контактных зон вы знаете?

Задание 2. Что происходит в контактной зоне?

Тема 5. Качество обслуживания и производительность

Задание 1. Что означает «Качество обслуживания»?

Задание 2. Какие типы обслуживания вы знаете?

Тема 6. Технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса

Задание 1. Каковы особенности процесса внедрения инноваций в сферу услуг?

Задание 2. Охарактеризуйте современное программное обеспечение в сфере сервиса.

Тема 7. Имидж сервисного предприятия

Задание 1. Каков процесс формирования и управления корпоративным имиджем?

Задание 2. Дайте характеристику составляющим фундамента корпоративного имиджа организации.

Тема 8. Стратегические направления и конкурентоспособность

Задание 1. Что такое конкурентоспособность?

Задание 2. Назовите основные стратегические направления.

Тема 9. Правовое регулирование сервисной деятельности.

Задание 1. Назовите основные права потребителей. Каким правовым документом они определяются?

Задание 2. Назовите основные права потребителей. Каким правовым документом они определяются?

**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

АВТНОМНАЯ 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
3	Существенное изменение	2-3	2	2	Стабилизаторы,

№	Степень новизны изделия (ранг)	Параметры изделия, подвергаемые обновлению (баллы)			Примеры изделий
		функция	конструкция	форма	
	параметров и потребительских свойств				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 приобретается 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.