	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

УТВЕРЖДАЮ  
 Директор филиала ФГБОУ ВО  
 «РГУТиС» в г. Махачкале  
 Э.М. Ханбабаева  
 «29» августа 2016 г.




**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

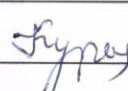
**Б.1.Б.9. «СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»**

основной образовательной программы высшего образования – программы  
 прикладного бакалавриата  
 по направлению подготовки 43.03.03. Гостиничное дело  
 направленность (профиль) гостиничное дело  
 квалификация: бакалавр


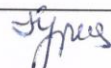
**Разработчики:**

должность	подпись	ученая степень, ученое звание, Ф.И.О.
доцент		к.филос.н. Курбанова А.М.

**Оценочные средства рассмотрены и одобрены на заседании Совета филиала:**

должность	подпись	ученая степень, ученое звание, Ф.И.О.
секретарь		к.филос.н. Курбанова А.М.

**Оценочные средства согласованы и одобрены руководителем ООП:**

должность	подпись	ученая степень, ученое звание, Ф.И.О.
		к. филос.н. Курбанова А.М.

## 1. Перечень индикаторов компетенций, предусмотренных рабочей программой учебной дисциплиной «Сервисная деятельность»

В результате освоения учебной дисциплины «Сервисная деятельность» в соответствии с предусмотренными компетенциями обучающийся должен знать, уметь, владеть:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

№ пп	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-1	готовностью к применению современных технологий для формирования и предоставления гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей	- историю развития сервиса, виды сервисной деятельности и, принципы классификации услуг и их характеристики;	- выявлять потребности потребителя, работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности	-методами выявления потребностей потребителя, приемами обслуживания и безконфликтной работы в процессе сервисной деятельности

## 2. Структурно-тематический план контроля уровня освоенности компетенций в части, предусмотренной рабочей программой дисциплины

Структура дисциплины	Вид контроля	Индекс оценочного средства (шифр дисциплины-№п/п)
<b>Текущий контроль (1 семестр)</b>		
<b>Блок 1</b> Сервисная деятельность в жизни современного общества		
Тема 1.1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	Учебные задания	<b>Б.1.Б.9.-1</b>
Тема 1.2. Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности	Учебные задания	
Тема 1.3.Специфика услуг как товара	Учебные задания	<b>Б.1.Б.9.-1</b>
Тема 1.4.Ценность услуги	Учебные	<b>Б.1.Б.9.-1</b>

	задания	
Тема 1.5.Жизненный цикл услуг.	Учебные задания	<b>Б.1.Б.9.-1</b>
Тема 1.6. Сервис как компонент продажи товаров	Учебные задания	<b>Б.1.Б.9.-1</b>
<b>БЛОК 2. Основы теории организации обслуживания</b>		
Тема 2.1. Поведение потребителей и принятие ими решений	Учебные задания	<b>Б.1.Б.9.-2</b>
Тема 2.2. Теория организации обслуживания	Учебные задания	<b>Б.1.Б.9.-3</b>
Тема 2.3. "Контактная зона" как сфера реализации сервисной деятельности.	Учебные задания	<b>Б.1.Б.9.-4</b>
Тема 2.4. Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания.	Учебные задания	<b>Б.1.Б.9.-5</b>
Тема 2.5. Качество обслуживания и производительность.	Учебные задания	<b>Б.1.Б.9.-6</b>
Тема 2.6. Стратегические направления и конкурентоспособность в сфере услуг.	Учебные задания	<b>Б.1.Б.9.-7</b>
Тема 2.7. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности	Учебные задания	<b>Б.1.Б.9.-8</b>
<b>Контроль по блоку 2</b>	Тестирование	
<b>Промежуточная аттестация</b>	зачет	

### 3. Оценочные средства по формам контроля:

<b>Текущий контроль</b>	
<b>Б.1Б.9.-1</b>	<p><b>Блок 1</b> Сервисная деятельность в жизни современного общества</p> <p><b>Тема 1.1.</b> Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека</p> <p><b>Тема 1.2.</b> Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности</p> <p><b>Тема 1.3.</b> Специфика услуг как товара</p> <p><b>Тема 1.4.</b> Ценность услуги</p> <p><b>Тема 1.5.</b> Жизненный цикл услуг.</p> <p><b>Тема 1.6.</b> Сервис как компонент продажи товаров</p>
Содержание задания для ежедневного/рубежного контрольно-проверочного мероприятия	Контрольные вопросы для оценки качества освоения материала темы 1.1 (5 вопросов)
Требования к выполнению задания	Проводится в устной форме Время, отводимое на процедуру – 2 академических часа Студент представляет ответы и сообщения на заблаговременно полученные задания
Критерии оценки по содержанию и качеству	<p>0 — неявка или не представил ни одного задания.</p> <p>2 — представил ответы на 1-2 вопроса</p> <p>3 — представил сообщения на 3 вопроса</p> <p>4 — представил ответы на 4 вопроса</p> <p>5 — представил развёрнутые сообщения по всем 5 вопросам задания</p>
Методика обработки и форматы представления результатов оценочных процедур	<p>1. При обработке результатов оценочной процедуры проверяется соответствие выполненных заданий всем требованиям и правильность ответов на контрольные вопросы.</p> <p>2. Результаты оценочной процедуры представляются обучающимся в срок не позднее 1 недели после проведения процедуры.</p> <p>Форма представления – запись в электронном журнале.</p>
<b>Б.1.Б.9.-2</b>	<p><b>Блок 2</b> Основы теории организации обслуживания</p> <p><b>Тема 2.1.</b> Поведение потребителей и принятие ими</p>

	<p>решений</p> <p><b>Тема 2.2.</b> Теория организации обслуживания</p> <p><b>Тема 2.3.</b> "Контактная зона" как сфера реализации сервисной деятельности.</p> <p><b>Тема 2.4.</b> Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания.</p> <p><b>Тема 2.5.</b> Качество обслуживания и производительность</p> <p><b>Тема 2.6.</b> Стратегические направления и конкурентоспособность в сфере услуг.</p> <p><b>Тема 2.7.</b> Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности</p>
Содержание задание для ежедневного/рубежного контрольно-проверочного мероприятия	Контрольные вопросы для оценки качества освоения материала темы 2.1 (5 вопросов)
Требования к выполнению задания	<p>Проводится в устной форме</p> <p>Время, отводимое на процедуру – 2 академических часа</p> <p>Студент представляет ответы и сообщения на заблаговременно полученные задания</p>
Критерии оценки по содержанию и качеству	<p>0 — неявка или не представил ни одного задания.</p> <p>2 — представил ответы на 1-2 вопроса</p> <p>3 — представил сообщения на 3 вопроса</p> <p>4 — представил ответы на 4 вопроса</p> <p>5 — представил развёрнутые сообщения по всем 5 вопросам задания</p>
Методика обработки и форматы представления результатов оценочных процедур	<p>1. При обработке результатов оценочной процедуры проверяется соответствие выполненным заданиям всем требованиям и правильность ответов на контрольные вопросы.</p> <p>2. Результаты оценочной процедуры представляются обучающимся в срок не позднее 1 недели после проведения процедуры.</p> <p>Форма представления – запись в электронном журнале.</p>
<b>Промежуточная аттестация</b>	
<b>1 семестр</b>	
Содержание задание для ежедневного/рубежного контрольно-проверочного	Итоговое тестирование

мероприятия	
Требования к выполнению задания	1. Проводится письменно на специально подготовленных бланках 2. Время на тестирование – 2 академических часа
Критерии оценки по содержанию и качеству	0 – неявка или набрал 0-25%. 1 – набрал $\geq 25\%$ . 2 – набрал $\geq 30\%$ . 3 – набрал $\geq 50\%$ 4 – набрал $\geq 70\%$ 5 – набрал $\geq 85\%$ .
Методика обработки и форматы представления результатов оценочных процедур	1. Обработка результатов оценочной процедуры проводится преподавателем 2. Результаты оценочной процедуры представляются не позднее астрономического часа после окончания тестирования. Форма представления – запись в зачетной книжке

## Содержание заданий в составе оценочных средств

### Б.1.Б.9.-1

Перечень контрольных вопросов к защите учебных заданий для оценки качества освоения материала темы 1.1

1. Дать определение методологии научного исследования;
2. Охарактеризовать важнейшие научные парадигмы, существующие в гуманитаристике.
3. Описать различие и единство между социальными и гуманитарными науками.
4. Что такое научный синтез и какова его роль в научном познании.
5. Синергетика и холистический подход в современных научных исследованиях.

### Б.1.Б.9.-2

Перечень контрольных вопросов к защите учебных заданий для оценки качества освоения материала темы 2.1

1. Генезис и эволюция сервисных практик к древнейшие периоды социальной истории человечества;
2. Организация, особенности и формы сервиса в эпоху рабовладельческого строя на Западе и на Востоке.
3. Организация, особенности и формы сервиса в эпоху феодализма на Западе и на Востоке.
4. Организация, особенности и формы сервиса в эпоху капитализма на Западе и на Востоке.
5. Историческая специфика сервиса в различные этапы развития сервиса в России.

### **Б.1.Б.9.-3**

Перечень контрольных вопросов к защите учебных заданий для оценки качества освоения материала темы 2.2.

1. Ценностная проблематика в социальной философии и философской антропологии.
2. Проблема потребностей человека и общества в контексте философии.
3. Идеалистические и материалистические подходы к проблеме человеческих потребностей.
4. Утилитаризм и альтруизм как полюса построения сервисных практик.
5. Экстремальные состояния социума и этические ориентиры сервисной деятельности.

### **Б.1.Б.9.-4**

Перечень контрольных вопросов к защите учебных заданий для оценки качества освоения материала темы 2.3

1. Формационный подход к организации сервисной деятельности.
2. Цивилизационный подход в изучении сервиса.

3. Концепции перехода от индустриализма к постиндустриализму и сервисные практики.
4. Исторические формы семейного сервиса.
5. Исторические традиции социального сервиса.

#### **Б.1.Б.9.-5**

Перечень контрольных вопросов к защите учебных заданий для оценки качества освоения материала темы 3.1.

1. Признаки услуги. Сравнительная характеристика товаров и услуг.
2. Понятие услуги. Виды услуг.
3. Услуги социального пакета.
4. Туристская услуга. Виды туристских и экскурсионных услуг.
5. Транспортные услуги.

#### **Б.1.Б.9.-5**

Перечень контрольных вопросов к защите учебных заданий для оценки качества освоения материала темы 3.2.

1. Международные модели маркетинговых услуг (модели Д. Ратмела, Ф. Котлера, М. Битнера и др.).
2. Сущность понятия «сфера услуг». Элементы сферы услуг. Рынок услуг. Субъекты рынка услуг.
3. Необходимые компоненты сферы услуг: спрос и предложение. Методологические подходы к прогнозированию спроса.
4. Факторы, определяющие спрос в сфере услуг. Неценовые факторы.
5. Факторы спроса в автосервисе.

#### **Б.1.Б.9.-6**

Перечень контрольных вопросов к защите учебных заданий для оценки качества освоения материала темы 4.1.

1. Факторы спроса в туризме. Сезонность в туризме и его роль в развитии туристского сервиса.
2. Потребитель как фактор в туризме.
3. Особенности рынка услуг.
4. Стратегии предпринимательской деятельности в сфере услуг.
5. Понятие ренты. Плюсы и минусы ренты.

#### **Б.1.Б.9.-7**

Перечень контрольных вопросов к защите учебных заданий для оценки качества освоения материала темы 4.2.

1. Понятие франчайзинга. Плюсы и минусы франчайзинга.
2. Сервисная политика.
3. Законодательная и нормативная базы сервиса.
4. Принципы осуществления современного сервиса. Основные задачи сферы сервиса.
5. Основные подходы к осуществлению сервиса.



### **Б.1.Б.9.-8**

Перечень контрольных вопросов к защите учебных заданий для оценки качества освоения материала темы 5.1.

1. Понятие постиндустриального общества (информационная революция, сервисизация экономики и др.). Постиндустриальное производство и культура и сервисная деятельность.
2. Глобальные проблемы постиндустриального общества и их связь со сферой сервиса.
3. Признаки услуги. Сравнительная характеристика товаров и услуг.
4. Понятие услуги. Виды услуг.
5. Услуги социального пакета.

**Тестовые вопросы для проведения контроля по блокам и промежуточной аттестации**

1. Основное содержание сервиса:  
А) производство товаров  
Б) распределение материальных благ  
В) учёт ценностей  
Г) оказание услуг по удовлетворению потребностей
2. Самым ранним по возникновению был сервис:  
А) семейный  
Б) коммерческий  
В) социальный  
Г) благотворительный
3. Укажите вид деятельности, сервисом не являющийся:  
А) реклама в электричках  
Б) ремонт обуви  
В) работа официанта  
Г) работа почтальона
4. Наиболее развит сервис в обществах с экономикой:  
А) традиционной  
Б) плановой  
В) переходной  
Г) рыночной
5. Постулат о «сервисном обществе» - это:  
А) реальность  
Б) миф  
В) цель  
Г) идеал

6. Измерение ценности услуги количеством затраченного труда характерно для экономической школы:
- А) классической
  - Б) маржиналистской
  - В) кейнсианской
  - Г) монетаристской
7. Измерение ценности услуги количеством полученного потребителем удовольствия характерно для экономической школы: А) классической
- Б) маржиналистской
  - В) кейнсианской
  - Г) монетаристской
8. Регулирование сервисной деятельности путём заключения договоров и сделок осуществляется кодексом:
- А) административным
  - Б) жилищным
  - В) гражданским
  - Г) трудовым
9. Уровень развития сервиса в России следует оценивать как:
- А) высокий
  - Б) низкий
  - В) нулевой
  - Г) средний
10. Доля сервиса в экономике России составляет:
- А) 10%
  - Б) от 50 до 70%
  - В) более 70%
  - Г) 25 – 30%
11. Сервис принято относить к сектору экономики:
- А) первичному
  - Б) вторичному
  - В) третичному
  - Г) постиндустриальному
12. Сервис в рамках постиндустриальной парадигмы развивается в направлении:
- А) огосударствления
  - Б) индивидуализации
  - В) омассовления
  - Г) декоммерциализации
13. Потребности в пище, тепле, безопасности относятся к
- А) социальным
  - Б) физиологическим
  - В) физическим
  - Г) Материальным
14. Круг потребностей, на формирование которых влияют возраст, род занятий, тип личности и представление о самом себе — это
- А) социальные
  - Б) политические
  - В) культурные
  - Г) личностные
15. При условии низкого вовлечения потребителя и небольшой разнице между различными марками товара имеет место покупательское поведение
- А) неуверенное
  - Б) привычное
  - В) сложное
  - Г) независимое

16. Основное содержание сервиса:
- А) производство товаров
  - Б) распределение материальных благ
  - В) учёт ценностей
  - Г) оказание услуг по удовлетворению потребностей
17. Самым ранним по возникновению был сервис:
- А) семейный
  - Б) коммерческий
  - В) социальный
  - Г) благотворительный
18. Укажите вид деятельности, сервисом не являющийся:
- А) реклама в электричках
  - Б) ремонт обуви
  - В) работа официанта
  - Г) работа почтальона
19. Наиболее развит сервис в обществах с экономикой:
- А) традиционной
  - Б) плановой
  - В) переходной
  - Г) рыночной
20. Постулат о «сервисном обществе» - это:
- А) реальность
  - Б) миф
  - В) цель
  - Г) идеал
21. Измерение ценности услуги количеством затраченного труда характерно для экономической школы:
- А) классической
  - Б) маржиналистской
  - В) кейнсианской
  - Г) монетаристской
22. Измерение ценности услуги количеством полученного потребителем удовольствия характерно для экономической школы: А) классической
- Б) маржиналистской
  - В) кейнсианской
  - Г) монетаристской
23. Регулирование сервисной деятельности путём заключения договоров и сделок осуществляется кодексом:
- А) административным
  - Б) жилищным
  - В) гражданским
  - Г) трудовым
24. Уровень развития сервиса в России следует оценивать как:
- А) высокий
  - Б) низкий
  - В) нулевой
  - Г) средний

25. Доля сервиса в экономике России составляет:
- А) 10%
  - Б) от 50 до 70%
  - В) более 70%
  - Г) 25 – 30%
26. Сервис принято относить к сектору экономики:
- А) первичному
  - Б) вторичному
  - В) третичному
  - Г) постиндустриальному
27. Сервис в рамках постиндустриальной парадигмы развивается в направлении:
- А) огосударствления
  - Б) индивидуализации
  - В) омассовления
  - Г) декоммерциализации
28. Потребности в пище, тепле, безопасности относятся к
- А) социальным
  - Б) физиологическим
  - В) физическим
  - Г) Материальным
29. Круг потребностей, на формирование которых влияют возраст, род занятий, тип личности и представление о самом себе — это
- А) социальные
  - Б) политические
  - В) культурные
  - Г) личностные
30. При условии низкого вовлечения потребителя и небольшой разнице между различными марками товара имеет место покупательское поведение
- А) неуверенное
  - Б) привычное
  - В) сложное
  - Г) независимое
31. Основное содержание сервиса:
- А) производство товаров
  - Б) распределение материальных благ
  - В) учёт ценностей
  - Г) оказание услуг по удовлетворению потребностей
32. Самым ранним по возникновению был сервис:
- А) семейный
  - Б) коммерческий
  - В) социальный
  - Г) благотворительный
33. Укажите вид деятельности, сервисом не являющийся:
- А) реклама в электричках
  - Б) ремонт обуви
  - В) работа официанта
  - Г) работа почтальона
34. Наиболее развит сервис в обществах с экономикой:
- А) традиционной
  - Б) плановой

- В) переходной
- Г) рыночной

35. Постулат о «сервисном обществе» - это:

- А) реальность
- Б) миф
- В) цель
- Г) идеал

36. Измерение ценности услуги количеством затраченного труда характерно для экономической школы:

- А) классической
- Б) маржиналистской
- В) кейнсианской
- Г) монетаристской

37. Измерение ценности услуги количеством полученного потребителем удовольствия характерно для экономической школы: А) классической

- Б) маржиналистской
- В) кейнсианской
- Г) монетаристской

38. Регулирование сервисной деятельности путём заключения договоров и сделок осуществляется кодексом:

- А) административным
- Б) жилищным
- В) гражданским
- Г) трудовым

39. Уровень развития сервиса в России следует оценивать как:

- А) высокий
- Б) низкий
- В) нулевой
- Г) средний

40. Доля сервиса в экономике России составляет:

- А) 10%
- Б) от 50 до 70%
- В) более 70%
- Г) 25 – 30%

41. Сервис принято относить к сектору экономики:

- А) первичному
- Б) вторичному
- В) третичному
- Г) постиндустриальному

42. Сервис в рамках постиндустриальной парадигмы развивается в направлении:

- А) огосударствления
- Б) индивидуализации
- В) омассовления
- Г) декоммерциализации

43. Потребности в пище, тепле, безопасности относятся к

- А) социальным
- Б) физиологическим
- В) физическим
- Г) Материальным

44. Круг потребностей, на формирование которых влияют возраст, род занятий, тип личности и представление о самом себе — это

- А) социальные

- Б) политические
- В) культурные
- Г) личностные

45. При условии низкого вовлечения потребителя и небольшой разнице между различными марками товара имеет место покупательское поведение

- А) неуверенное
- Б) привычное
- В) сложное
- Г) независимое

#### Перечень вопросов к зачёту:

1. Краткая характеристика этапов развития человеческого общества. Технологические уровни развития человечества.
2. Понятие индустриального общества, его особенности. Зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира.
3. Услуги в средневековом обществе 3.Европы.
4. Понятие индустриального общества, его особенности. Индустриальное производство и сервисная деятельность.
5. Понятие постиндустриального общества (информационная революция, сервисизация экономики и др.). Постиндустриальное производство и культура и сервисная деятельность.
6. Глобальные проблемы постиндустриального общества и их связь со сферой сервиса.
7. Признаки услуги. Сравнительная характеристика товаров и услуг.
8. Понятие услуги. Виды услуг.
9. Услуги социального пакета.
10. Туристская услуга. Виды туристских и экскурсионных услуг.
11. Транспортные услуги.
12. Международные модели маркетинговых услуг (модели Д. Ратмела, Ф. Котлера, М. Битнера и др.).
13. Сущность понятия «сфера услуг». Элементы сферы услуг. Рынок услуг. Субъекты рынка услуг.
14. Необходимые компоненты сферы услуг: спрос и предложение. Методологические подходы к прогнозированию спроса.
15. Факторы, определяющие спрос в сфере услуг. Неценовые факторы.
16. Факторы спроса в автосервисе.
17. Факторы спроса в туризме. Сезонность в туризме и его роль в развитии туристского сервиса.
18. Потребитель как фактор в туризме.
19. Особенности рынка услуг.
20. Стратегии предпринимательской деятельности в сфере услуг.
21. Понятие ренты. Плюсы и минусы ренты.
22. Понятие франчайзинга. Плюсы и минусы франчайзинга.
23. Сервисная политика.
24. Законодательная и нормативная базы сервиса.
25. Принципы осуществления современного сервиса. Основные задачи сферы сервиса.
26. Основные подходы к осуществлению сервиса.
27. Виды предпродажного и послепродажного сервиса.
28. Основные варианты организации системы сервиса.
29. Основные задачи туристической фирмы. Меры по улучшению сферы сервиса в туризме.
30. Основные направления развития туризма.

31. Понятие рациональной туристической политики.
32. Региональные аспекты туристического сервиса. Комплекс туристических услуг Псковской области.
33. Автосервис. Проблемы отрасли и перспективы развития.
34. Понятие деловой репутации.
35. Культура сервиса. Понятие контактной зоны и особенности поведения в ней продавца и клиента.
36. Этические основы и деловой этикет сервисной деятельности.
37. Эстетические компоненты сферы сервиса.
38. Понятие инноваций в сфере сервиса. Особенности внедрения инноваций в сферу услуг. Примеры удачных и неудачных инновационных решений в сфере сервиса.
39. Жизненный цикл услуги (ЖЦУ).
40. Стратегии конкуренции на различных этапах ЖЦУ.