

Приложение 2 к РПД
Сервисная деятельность
43.03.01 Сервис
Направленность (профиль) Сервис
индустрии гостеприимства
и общественного питания
Форма обучения – очная
Год набора - 2022

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

1. Общие сведения

1.	Кафедра	Сервиса и туризма
2.	Направление подготовки	43.03.01 Сервис
3.	Направленность (профиль)	Сервис индустрии гостеприимства и общественного питания
4.	Дисциплина (модуль)	Сервисная деятельность
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

2. Перечень компетенций

ОПК-2 - Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью ОПК-3- Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности

3. Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

	Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
			Знать:	Уметь:	Владеть:	
1.	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.	ОПК-3	1. Понятия услуги, сервисной деятельности. 2. Функции сферы услуг. 3. Классификацию типов и видов услуг.	Анализировать информацию.	1. Способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах 2. Категориальным аппаратом	Эссе, групповая дискуссия, презентация
2.	Поведение потребителей.	ОПК-3	1. Классификации клиентов, их потребности 2. Факторы, влияющие на покупательское поведение. 3. Специфические аспекты покупки услуг. 4. Поведение потребителей деловых услуг.	1. Выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности.	1. Способностью разрабатывать технологии процесса сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя 2. Категориальными	Реферат, групповая дискуссия, презентация

					м аппаратом	
3.	Теория организации обслуживания.	ОПК-3	1. Основы организации теории обслуживания.	Анализировать информацию.	1. Способностью к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей 2. Категориальным аппаратом	Кейс-задание, групповая дискуссия, презентация
4.	Организация сервисной деятельности.	ОПК-2	1. Основные методы предоставления услуг. 2. Формы обслуживания. 3. Показатели качества услуги. 4. Модель качества услуг. 5. Сервисные гарантии.	Анализировать информацию.	1. Способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права. 2. Категориальным аппаратом	Задание на понимание терминов кейс-задание, групповая дискуссия, презентация
5.	Имидж фирмы.	ОПК-2	1. Теоретические основы	Анализировать информацию.	1. Способностью разрабатывать	Презентация, кейс-задание

			формирования имиджа. 2. Деловой этикет		технологии процесса сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя 2. Категориальны м аппаратом	
--	--	--	--	--	---	--

Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы

«неудовлетворительно» – 60 баллов и менее;
 «хорошо» – 81-90 баллов

«удовлетворительно» – 61-80 баллов
 «отлично» – 91-100 баллов

4. Критерии и шкалы оценивания

4.1.Эссе

Баллы	Характеристики выполнения сочинения-рассуждения
4	<ul style="list-style-type: none">- студент глубоко и всесторонне усвоил проблему;- уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает свои суждения;- опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью;- умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;- делает выводы и обобщения.
3	<ul style="list-style-type: none">- студент грамотно и по существу излагает материал;- не допускает существенных неточностей;- увязывает усвоенные знания с практической деятельностью;- аргументирует свои суждения;- делает выводы и обобщения.
2	<ul style="list-style-type: none">- тема раскрыта недостаточно четко и полно;- допускает несущественные ошибки и неточности;- испытывает затруднения в практическом применении знаний;- слабо аргументирует свои суждения;- затрудняется в формулировании выводов и обобщений.
1	<ul style="list-style-type: none">- студент не усвоил значительной части проблемы;- допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее;- испытывает трудности в практическом применении знаний;- не может аргументировать свои суждения;- не формулирует выводов и обобщений.

4.2.Реферат

Баллы	Характеристики выполнения реферата
4	<ul style="list-style-type: none">- студент глубоко и всесторонне усвоил проблему;- уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;- опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью;- умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;- делает выводы и обобщения;- свободно владеет понятиями
3	<ul style="list-style-type: none">- студент твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы;- не допускает существенных неточностей;- увязывает усвоенные знания с практической деятельностью;- аргументирует научные положения;- делает выводы и обобщения;- владеет системой основных понятий
2	<ul style="list-style-type: none">- тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть студент освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы;- допускает несущественные ошибки и неточности;- испытывает затруднения в практическом применении знаний;- слабо аргументирует научные положения;

	- затрудняется в формулировании выводов и обобщений; - частично владеет системой понятий
1	- студент не усвоил значительной части проблемы; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений; - не владеет понятийным аппаратом

4.3. Задание на понимание терминов (терминологический тест)

Процент правильных ответов	До 60	61-80	81-100
Количество баллов за решенный тест	1	3	5

4.4. Выполнение кейс - задания

Баллы	Критерии оценивания
4	<ul style="list-style-type: none"> – изложение материала логично, грамотно, без ошибок; – свободное владение профессиональной терминологией; – умение высказывать и обосновать свои суждения; – студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; – студент организует связь теории с практикой.
3	<ul style="list-style-type: none"> – студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; – ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
2	<ul style="list-style-type: none"> – студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; – обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
1	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; – в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

4.5. Оценка участия студента в групповой дискуссии

Наименование критерия	Баллы
Четко и аргументированно отстаивает свою точку зрения	1
Отвечает на вопросы оппонентов	1
Мак количество баллов	2
Штрафные баллы (нарушение правил ведения дискуссии, некорректность поведения и т.д.)	1

5. Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

5.1.Эссе

Выполнение эссе на тему «Сервисная деятельность в современной жизни».

5.2.Реферат

Темы рефератов:

- Эволюция понятия «товар».
- Отличие услуги от материально-вещественного товара.
- Модель ценности услуги.
- Классификации клиентов и их потребности.
- Факторы, влияющие на покупательское поведение.
- Поведение потребителей деловых услуг.

5.3.Типовое задание на понимание терминов

Ниже приводятся определения важнейших терминов по данной теме. Выберите правильное определение для каждого термина из списка:

1. Сфера услуг.
 2. Внутреннее обслуживание.
 3. Деловые (профессиональные) услуги.
 4. Институциональные услуги.
 5. Потребитель.
 6. Потребительские услуги.
 7. Предложение.
 8. Провайдер.
 9. Продавец.
 10. Сфера обслуживания.
- a. Система отраслей народного хозяйства, продукты, потребительская стоимость которых выражается в предоставлении удобств. В сфере услуг труд не материализуется в вещах.
 - b. Услуги, которые оказываются предприятиям, организациям, учреждениям и другим хозяйственно-управленческим структурам, а также отдельным физическим лицам, что способствует успешной профессиональной деятельности или получению прибыли.
 - c. Потребителями услуг являются физические лица, цель получения услуг - удовлетворение личных потребностей, источник оплаты - личные средства этих лиц.
 - d. То количество и качество услуг, а также сопутствующих им материальных товаров, которое производители готовы предоставить конкретному потребителю в конкретное время и в конкретном месте.
 - e. Физическое лицо, имеющий намерение приобрести либо приобретающий или использующий товары, работы услуги исключительно для личных целей, не связанных с извлечением прибыли.
 - f. Совокупность отраслей хозяйства, продукция которых выступает в виде услуг.
 - g. Поставщик услуг
 - h. Услуги, потребителями которых выступают не физические лица, а предприятия, организации, учреждения и другие хозяйственно-управленческие структуры.
 - i. Услуги, предоставляемые всем подразделениям и службам внутри организации для поддержания жизнедеятельности самой организации. Услуги такого рода включают такие функции, как обработка данных,

уборка помещений, инженерные разработки и техническое обслуживание. Клиентами в данной системе являются различные отделы предприятия, нуждающиеся в этих услугах.

j. Производитель услуг.

Ключ: 1-a, 2-i, 3-b, 4-h, 5-e, 6-c, 7-d, 8-g, 9-j, 10-f.

5.4. Пример кейс-задания

Американский филиал японской компании Honda, для того чтобы создать в компании атмосферу равенства, упразднил традиционные привилегии руководства. Нет больше отдельных автостоянок. Все питаются в одной кафетерии. Руководители и рабочие носят одинаковую униформу. Кроме этих символических жестов Honda поощряет участие своих рабочих в принятии решений, разработке расписания сверхурочной работы и смен, что всегда было прерогативой менеджмента. Укрепляют ли равные отношения сотрудников на работе их преданность своей компании? Предложите свои идеи для поддержания корпоративной культуры сотрудников.

Разъяснения

Высокого уровня мотивации сотрудников можно достичь только тогда, когда руководство проникнется новой философией менеджмента, основанной на удовлетворении человеческих и эмоциональных нужд сотрудников. Только так можно повысить их моральный настрой и укрепить преданность фирме. А это, в свою очередь, - основа для создания положительного внутреннего имиджа компании в глазах покупателя. Сотрудники, которые довольны компанией и работой, полны энергии. А эта энергия преобразуется в благожелательное, позитивное отношение к покупателю. Что же представляют собой человеческие и эмоциональные потребности сотрудников? Вот несколько ответов:

- Сотрудники хотят иметь представление о своей компании и гордиться ею.
- Работники нуждаются в уважении со стороны руководства.
- Они хотят, чтобы между ними и их руководителями существовала ясная двухсторонняя связь.
- Сотрудники стремятся к творческой работе, внося личный вклад в достижения компании.
- Они нуждаются в одобрении.
- Они нуждаются в том, чтобы особенно хорошо исполненная работа была отмечена менеджером.
- Они хотят продвигаться по службе.

Задачи, решаемые в процессе реализации метода case-study:

1. Осуществление проблемного структурирования, предполагающего выделение комплекса проблем ситуации, их типологии, характеристик, последствий, путей разрешения (проблемный анализ).
2. Определение характеристик, структуры ситуации, ее функций, взаимодействия с окружающей и внутренней средой (системный анализ).
3. Установление причин, которые привели к возникновению данной ситуации, и следствий ее развертывания (причинно-следственный анализ).
4. Диагностика содержания деятельности в ситуации, ее моделирование и оптимизация (праксеологический анализ).
5. Построение системы оценок ситуации, ее составляющих, условий, последствий, действующих лиц (аксиологический анализ).
6. Подготовка предсказаний относительно вероятного, потенциального и желательного будущего (прогностический анализ).
7. Выработка рекомендаций относительно поведения действующих лиц ситуации (рекомендательный анализ).

8. Разработка программ деятельности в данной ситуации (программно-целевой анализ).

Решение кейсов рекомендуется проводить в 5 этапов:

Первый этап – знакомство с ситуацией, ее особенностями.

Второй этап – выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.

Третий этап – предложение концепций или тем для «мозгового штурма».

Четвертый этап – анализ последствий принятия того или иного решения.

Пятый этап – решение кейса – предложение одного или нескольких вариантов (последовательности действий), указание на возможное возникновение проблем, механизмы их предотвращения и решения.

5.5. Групповая дискуссия

1. Роль сферы услуг в общественном разделении труда.
2. Каким образом можно повысить ценность услуги?
3. Разнообразные классификации клиентов: преимущества и недостатки.
4. Основные психологические факторы, субъективно обуславливающие единоличное принятие решения деловых физических лиц и институциональных структур.
5. Какую цель ставит перед собой сервисная организация, предоставляя потребителям комплексную услугу?
6. Особенности организации пространства контакта в различных сервисных предприятиях.
7. В чем преимущество бесконтактного обслуживания потребителей?
8. Каким образом администрации предприятия удастся предотвратить переход продукта в стадию спада?
9. Охарактеризуйте состояние фэсилити-служб в российских компаниях.
10. Приведите примеры использования информационных технологий в различных сферах обслуживания потребителей.

5.7. Вопросы к экзамену

1. Понятие об услуге и сервисной деятельности. Функции сферы услуг.
2. Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг.
3. Общероссийские классификаторы услуг населению.
4. Теория постиндустриального общества.
5. Этапы развития услуг в России.
6. Эволюция понятия «товар».
7. Характеристики услуг. Отличие услуги от материально-вещественного товара.
8. Определение ценности услуги. Модель ценности услуги.
9. Определение потребительской среды в сфере услуг. Классификации клиентов, их потребности.
10. Факторы, влияющие на покупательское поведение.
11. Специфические аспекты покупки услуг. Поведение потребителей деловых услуг.
12. Система сервисных операций.
13. Система предоставления услуг.
14. Система маркетинга услуг.
15. Пространство контакта, процесс контакта между клиентом и исполнителем, содержание контакта.
16. Работа с жалобами потребителей, принципы эффективного решения конфликтных ситуаций.
17. Основные методы предоставления услуг. Формы обслуживания.
18. Показатели качества услуги. Модель качества услуг. Сервисные гарантии.

19. Объекты стандартизации и номенклатура показателей качества услуг.
20. Методы определения величины показателей качества. Ответственность продавца (исполнителя) перед потребителем.
21. Основные определения и понятия жизненного цикла услуг.
22. Управление этапами жизненного цикла сопутствующих услуг.
23. Конкурентная окружающая среда. Выбор целевых потребителей.
24. Стратегии создания конкурентных преимуществ. Роль стандартизации и дифференциации в выборе товарной политики.
25. Основные подходы к осуществлению сервиса. Основные задачи системы сервиса.
26. Виды сервиса по времени его выполнения. Виды сервиса по содержанию работ.
27. Принципы гарантийного обслуживания. Эксплуатационные инструкции.
28. Техническое обслуживание и ремонт. Структура службы сервиса и фирменный сервис.
29. Составные части системы деятельности организации. Задачи и функции фэсилити-менеджмента.
30. Обеспечение деятельности персонала. Управление проектами по развитию инфраструктуры организации и эксплуатация объектов инфраструктуры.
31. Информационные технологии в сфере услуг.
32. Области применения новых технологий в сфере услуг.
33. Категории новой продукции. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия.
34. Инструменты для разработки услуги. Принципы разработки услуг. Процесс разработки услуги.
35. Теоретические основы формирования имиджа. Роль коллектива в создании имиджа фирмы.
36. Подходы к определению содержания и восприятия деловой этики и социальной ответственности в бизнесе.
37. Проблемы морально-этических качеств руководителя. Своды и кодексы как средства позитивного регулирования предпринимательской деятельности.
38. Деловой этикет – форма выражения деловой этики.