

**Приложение 2 к программе практики Б2.В.02 (П)
 Производственная практика,
 проектно-технологическая практика
 Направление 43.03.01 Сервис
 Направленность (профиль) Сервис индустрии
 гостеприимства и общественного питания
 Форма обучения – очная
 Год набора – 2022**

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

1. Общие сведения

1.	Кафедра	Сервиса и туризма
2.	Код и направление подготовки	43.03.01 Сервис
3.	Направленность (профиль)	Сервис индустрии гостеприимства и общественного питания
4.	Курс, семестр	3 курс, 6 семестр
5	Вид и тип практики; способ и формы её проведения	Вид практики – производственная. Тип практики – проектно-технологическая практика Способ проведения – стационарная, выездная. Форма проведения – непрерывно, путем выделения в графике учебного процесса непрерывного периода учебного времени для проведения практики, предусмотренной ОПОП ВО
6	Форма обучения	очная
7	Год набора	2022

2. Перечень компетенций

УК-2 - Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-7 - Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

ПК-2 - Способен проектировать и управлять качеством сервиса предприятий питания

ПК-4 - Способен проектировать и осуществлять программы обслуживания для разных социальных групп, в том числе для лиц с особыми возможностями здоровья

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

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
		Знать:	Уметь:	владеть:	
Организационный этап	УК-2, УК-7, ПК-2, ПК-4	Правовые основы функционирования предприятий сервиса	Выявлять запросы потребителей для выстраивания деловых отношений с	Методами исследования особенностей потребителя	Согласованная программа исследования деятельности предприятия

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности и компетенций
		Знать:	Уметь:	владеть:	
			клиентами		сервиса
Основной этап Неделя 1	УК-2, УК-7, ПК-2, ПК-4	содержание технологических процессов сервисного предприятия	Организовывать взаимодействие в контактной зоне предприятия сервиса	Навыками оценки конкурентоспособности и фирмы за счет качества обслуживания	Промежуточный отчет по результатам исследования
Основной этап Неделя 2-3	УК-2, УК-7, ПК-2, ПК-4	Методы исследования сервисных процессов на основе анализа параметров и критериев	Моделировать улучшение качества обслуживания	Навыками продуктивного общения с клиентами сервисного предприятия	Промежуточный отчет по результатам исследования
Заключительный этап Неделя 4	УК-2, УК-7, ПК-2, ПК-4	требования к отчетным документам исследовательской работы	применять информационные технологии для обработки данных	методами презентации результатов исследования и проектирования	Итоговый отчет, оценка презентации результатов исследования и проектирования

4. 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:

Кейс 1. Выбор концепции ресторана (до 20 баллов).

Вас пригласили участвовать в конкурсе на замещение вакантной должности директора ресторана.

Вам необходимо рассмотреть три возможных варианта развития и по каждому провести SWOT-анализ.

Вариант 1. Ресторан работает по схеме полного цикла и, являясь полносервисным, ориентирован на обеспеченные слои населения. В последующие пять лет ресторан, будучи лидером на рынке, не предполагает изменений в меню и организации обслуживания и оптимистично прогнозирует свою работу в занимаемой нише. Кухня ресторана обладает высоким качеством и пользуется доверием и спросом потребителей.

Вариант 2. Ресторан работает по схеме «быстрого питания», ориентирован на широкую публику и обладает большой проходимостью посетителей. Основное меню — блюда из курицы. Ресторан предполагает запустить новую линию по производству пиццы и оптимистично прогнозирует свою работу в занимаемой нише в последующие пять лет.

Вариант 3. Ресторан является специализированным и организует банкеты. Рынок сбыта ресторана жестко сегментирован, основными потребителями его услуг являются молодожены, для которых организуются свадьбы. Дополнительная стратегия ресторана на предстоящие пять лет — приближение услуг к потребителю и организация выездных банкетов. Ресторан предполагает приобрести автофургон и необходимое оборудование для выездов и оптимистично прогнозирует свою работу в занимаемой нише.

Кейс 2. Выбор оптимальных решений для развития деятельности гостиницы (до 20 баллов).

Предприниматель вместе со своим партнером приобрел в собственность отель. Основные показатели отеля говорили о том, что последние три года в отеле наблюдается устойчивое снижение количества постояльцев. С 2019 года отель потерял пятую часть своей клиентуры. Снижается доля семейных пар, которые в основном приезжают в отель на выходные. При этом нельзя сказать, что в отель больше приезжает гостей из других сегментов.

Клиентами отеля в настоящее время являются три сегмента:

- 1) Семейные пары с детьми.
- 2) Индивидуальные гости.
- 3) Деловые туристы (командировочные).

В отель недавно были сделаны капитальные вложения – средства были инвестированы в создание при отеле SPA-центра. Однако центр еще не запущен, только отремонтированы площади. Первым делом после приобретения, предприниматель (собственник гостиницы) решил встретиться с руководством отеля, чтобы переговорить о перспективах развития бизнеса.

Предприниматель задумался о том, как наиболее эффективно использовать площадь отеля, в настоящее время занимаемую SPA-центром. Эта площадь составляет 200м². SPA центр не был запущен прошлым хозяином гостиницы, была только сделана подготовка площадей.

Существует 3 варианта дальнейшего использования площадей:

1. сделать дополнительные инвестиции, дооборудовать SPA с тем, чтобы привлечь в него гостей не только из отеля, но и из города;
2. вместо SPA-центра разместить на его площади еще 8 новых номеров;
3. оставить SPA, но не управлять им самим, не делать инвестиций, а отдать это помещение в аренду сторонней компании, но поставить условие – сохранить сферу деятельности. Тогда гости отеля будут иметь дополнительный сервис от пребывания в гостинице, а у предпринимателя не будет хлопот с его обслуживанием.

Какой из трех вариантов использования площадей SPA является наиболее привлекательным, если предприниматель желает получать прибыль с первого года реализации проекта? Обоснуйте.

Кейс 3. Проектирование нового сервисного продукта (новой программы обслуживания) (до 20 баллов).

В торговом центре города открывается детское кафе на 30 мест. Составьте меню и предложите услуги для детей и их родителей, включая услуги питания, досуга и др.

Цель кейса – оценить способность обучающегося самостоятельно разработать актуальный сервисный продукт, программу обслуживания, модель повышения качества работы фирмы с учетом запросов клиентов фирмы (объекта практики) и внутренних возможностей фирмы.

Проектирование сервисного продукта предполагает:

Замысел (идея продукта с учетом запросов клиентов, активности конкурентов и других факторов).

Разработка концепции продукта, выбор основных характеристик.

Формирование спецификации услуги (сервисного продукта).

Разработка программы обслуживания (установление критических точек);

Анализ и оценка нового сервисного продукта (программы обслуживания), выявление слабых сторон;

Апробация продукта, коррекция.

Разработка итоговой документации услуги (продукта).

Экономическая оценка конкурентоспособности услуги (продукта), установление цены.

По результатам проектирования студент должен быть готов сформулировать критерии оценки услуги (сервисного продукта, программы обслуживания), выявить сильные и слабые стороны,

В заключении рекомендуется указать возможность применения результатов, полученных в ходе практики, а также развития проведенного исследования.

Критерии оценки защиты материалов практики

Ключевое условие – выполненная программа практики, своевременно представленный сформированный отчет по практике научному руководителю (на кафедру) – 60 баллов.

20 баллов – отчет по практике оформлен в соответствии с требованиями стандартов делопроизводства.

20 баллов – публичная защита материалов практики:

Защита материалов практики предполагает выявить:

- качество разработанной индивидуальной программы исследования, достоверность и актуальность собранных материалов о фирме (объекте практики);
- умение оперировать полученными данными, применять методы обработки информации; обосновывать выводы по материалам исследования;
- владение навыком оценки конкурентоспособности фирмы, потенциала развития её деятельности;
- владение технологиями и стандартами проектирования сервисного продукта, программы обслуживания;
- навык критического мышления, продуктивного диалога в обсуждении разработанного продукта, возможности его развития;
- умение подготовки и оформления научного текста.

Ответ студента на защите оценивается баллами, которые в совокупности с набранными в течение практики позволяют выставить оценку «незачтено» - 60 баллов и менее, «удовлетворительно» - 61-80 баллов, «хорошо» - 81-90 баллов, «отлично» - 91-100 баллов в соответствии со следующими критериями:

Оценка **«отлично»** выставляется за отчет по практике и его защиту, если:

- программа исследования сервисного предприятия имеет комплексный характер, логична и продуктивна для конкретного предприятия;
- представлены актуальные данные, их интерпретация непротиворечива, результаты использованы в проектной части практики;
- разработка сервисного продукта (программы обслуживания), имеет потенциал для внедрения в работу предприятия (объекта практики);
- программа продвижения сервисного продукта имеет реалистичный характер, учитывает состояние рынка, характеристики целевых групп, экономические интересы фирмы;
- полученные данные, выводы оформлены с использованием программного обеспечения по визуализации данных, формированию таблиц, схем и других технологий презентации информации в адаптированном виде;
- проведена апробация работы на научных конференциях, в университетском проекте, в реальной работе предприятия, в культурно-просветительском мероприятии;
- оформление работы соответствует требованиям;
- выступление на защите материалов практики отражает навык ведения профессионального диалога, мотивацию к исследованиям в сфере сервиса.

Оценка **«хорошо»** выставляется за работу, в которой:

- программа исследования непротиворечива, заложенные в ее основании проблемы и задачи актуальны и позволяют подтвердить навыки самостоятельного исследования деятельности сервисного предприятия;
- представлены актуальные данные, их интерпретация непротиворечива, результаты использованы в проектной части практики;
- сервисный продукт (программа обслуживания) отражает требования стандартов управления качеством;
- программа продвижения учитывает особенности коммуникаций с потенциальными потребителями услуги (сервисного продукта), способствует повышению конкурентоспособности предприятия;
- выводы по результатам исследования носят самостоятельный характер;
- полученные данные представлены преимущественно в текстовом формате, часть материалов представлена в таблицах и схемах, разработанных самостоятельно;
- проведена апробация работы на научных конференциях, в университетском проекте, в реальной работе сервисного предприятия, в культурно-просветительском мероприятии;
- оформление работы соответствует требованиям;
- выступление на защите материалов практики отражает навык ведения профессионального диалога, мотивацию к исследованиям в сфере сервиса.

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется за работу, в которой:

- разработанная программа изучения сервисного предприятия логична, но имеет вид перечня работ по сбору и анализу информации из открытых источников;
- анализ работы фирмы носит описательный характер;
- разработанный сервисный продукт (программа обслуживания) не имеет элемента личного творчества, неспецифичен для целевой аудитории;
- программа продвижения не связана со стратегией повышения конкурентоспособности фирмы;
- выводы в целом непротиворечивы, но схематичны, носят репродуктивный характер;
- оформление работы соответствует требованиям;
- выступление на защите материалов практики отражает заинтересованность в развитии своих профессиональных компетенций.

В случае, если студент выполнил программу практики, научный руководитель и заведующий кафедрой допустили отчет студента по практике до защиты как соответствующий формальным требованиям, но в ходе представления результатов студент демонстрирует отсутствие навыков профессионального диалога, не может обосновать логику проведенного исследования и проектирования, допускает принципиальные ошибки в интерпретации материалов, не владеет актуальными сведениями о процессах работы фирмы (объекта практики), то его защита признается **неудовлетворительной**.

На заседании кафедры разрабатывается индивидуальная траектория по актуализации отчета и повторной защите материалов производственной практики.