

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН
ГБПОУ РД «Индустриально-промышленный колледж»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП.12 СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Код и наименование специальности (профессии): 43.02.15 Поварское и кондитерское дело

Входящей в состав УГС (УГП): 43.00.00 Сервис и туризм

Форма обучения : очная

Курс: 2,3

Семестр: 4,5

Квалификация выпускника: Специалист по поварское и кондитерское дело

2021

ОДОБРЕНО
предметной (цикловой) комиссией
Протокол № от « 6 » 09 20 21 г.
Председатель П(Ц)К
Исхаков - Ибрагимов И.Н.
Подпись ФИО

УТВЕРЖДАЮ
зам. директора по УР

Шабанова И.И. И.И.
Подпись
ФИО

6 09 20 21 г.

Рабочая учебная программа дисциплины **ОП.12 Сервисная деятельность** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по Программа учебной дисциплины – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО социально-экономического профиля 43.02.15 «Поварское и кондитерское дело ». Приказом Министерство образования и науки РФ от 09 декабря 2016 г. №1565 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.15 Поварское и кондитерское дело» Зарегистрировано в Минюсте РФ 20 декабря 2016 г. Регистрационный № 44828

Разработчики : Гасанова Д.Д. преподаватель спец. Дисциплин Д.Д.

Рецензенты : Гусейнова И.И. И.И.

Содержание

- 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Паспорт ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Сервисная деятельность

1.1 Область применения программы

Программа учебной дисциплины – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО социально-экономического профиля 43.02.15 «Поварское и кондитерское дело».

1.2 Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

дисциплина входит в профессиональный цикл

1.3 Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен

иметь представление:

- о месте сервиса в жизнедеятельности человека;
- о принципах удовлетворения потребностей человека;
- о способах и формах оказания услуг;

уметь:

- соблюдать в профессиональной деятельности правила обслуживания клиентов;
- определять критерии качества оказываемых услуг;
- использовать различные средства делового общения;
- анализировать профессиональные ситуации с позиций участвующих в них индивидов;
- управлять конфликтами и стрессами в процессе профессиональной деятельности;
- выполнять требования этики в профессиональной деятельности;
 - применять требования нормативных документов к основным видам продукции (услуг) и процессов;

знать:

- социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности;
- потребности человека и принципы их удовлетворения в деятельности организаций сервиса;
- сущность услуги как специфического продукта; понятие "контактной зоны" как сферы реализации сервисной деятельности;
- правила обслуживания населения;
- организацию обслуживания потребителей услуг;

- способы и формы оказания услуг;
- нормы и правила профессионального поведения и этикета;
- этику взаимоотношений в трудовом коллективе, в общении с потребителями;
- критерии и составляющие качества услуг;
- психологические особенности делового общения и его специфику в сфере обслуживания
- правила обслуживания населения;
- нормативно-законодательную базу, регламентирующую сервисную деятельность

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	90
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	18
Практические занятия	42
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	30
Итоговая аттестация в форме	Дифференцированного зачета

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины сервисная деятельность

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы,	Объем часов
Введение	Содержание. Содержание дисциплины и ее задачи, связь с другими учебными дисциплинами. Основные понятия и определения: услуга, сервис. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Услуги материальные и нематериальные (производительные и непроизводительные). Роль сервиса в экономической системе России.	2 17.09.23
Раздел 1	СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
Тема 1.1 Возникновение сервисной деятельности.	Содержание. Возникновение потребностей в услугах на протяжении истории развития человечества. Потребности человека, возможности и принципы их удовлетворения. Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности и развития сферы услуг. Понятие о способах и формах оказания услуг. Возникновение и развитие сервиса в России. Практические занятия Развитие промышленного производства как условие развития сферы услуг.	2 17.09.23 4 18.09.23 25.09.23

	Состояние сферы услуг в дореволюционной России.	
Раздел 2	ОРГАНИЗАЦИЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
Тема 2.1 Виды сервисной деятельности. Понятие и отраслевая структура сферы сервиса. Формирование рынка услуг и его особенности	<p>Содержание. Современное понятие сферы сервиса. Виды сервиса. Виды услуг (личные, духовные, индивидуальные, социальные и др.) и их характеристика.</p> <p>Основные подходы к осуществлению сервиса (негативный; исследовательский; сервис - обязанность производителя; сервис - обязанность поставщика; сервис как хозяйственная деятельность и др.). Отраслевая структура сферы сервиса. Рынок услуг.</p> <p>Практическое занятие</p> <p>Формирование и структура рынка услуг, его особенности. Факторы, влияющие на формирование услуги. Иерархия потребностей и услуг. Конкуренция на рынке услуг и её роль.</p>	<p>2 2.10.23</p> <p>4 9.10.23 16.10.23</p>
Тема 2.2 Предприятия, оказывающие услуги населению	<p>Содержание. Предприятия, осуществляющие сервисную деятельность, их классификация и характерные особенности.</p> <p>Практическое занятие</p> <p>Структура предприятий сервиса и направления ее совершенствования.</p>	<p>2 23.10.23</p> <p>4 30.10.23 6.11.23</p>
Тема 2.3 Организация обслуживания потребителей услуг	<p>Содержание. Формы организации обслуживания населения. Значение и способы оптимизации размещения и размеров сервисного предприятия.</p> <p>Практическое занятие</p> <p>Сферы реализации сервисной деятельности.</p>	<p>2 13.11.23</p> <p>4</p>
Тема 2.4 Понятие «контактной зоны» сервисных предприятий. Психологическая, этическая и эстетическая культура сервиса	<p>Практическое занятие</p> <p>Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности; особенности организации контактной зоны на сервисных предприятиях. Сервис как форма взаимодействия между субъектами. Культура сервиса и ее составляющие. Психологическая культура сервиса: психология службы сервиса, психология процесса обслуживания при оформлении и выдаче заказа. Понятие об этической культуре сервиса: профессиональная этика в профессиональной деятельности, профессиональное поведение, культура общения работника предприятия сервиса с потребителями услуг, этика взаимоотношений в трудовом коллективе, в общении с потребителями. Нормы и правила профессионального поведения и этикета.</p> <p>Практическое занятие</p> <p>Психологические особенности делового общения и его специфика в сфере обслуживания. Различные средства делового общения. Эстетическая культура сервиса: техническая эстетика и дизайн, роль дизайна зданий и помещений (экстерьер и интерьер), оформления услуги (упаковки). Роль, виды и особенности рекламы в сервисе; психологический, этический и эстетический аспекты рекламы. Этика взаимоотношений в трудовом коллективе, в общении с потребителями</p>	<p>4</p> <p>4</p>
Раздел 3	КАЧЕСТВО УСЛУГ	

Тема 3.1 Показатели качества услуг и уровня обслуживания населения	<p>Содержание. Критерии качества услуг и уровень сервиса: понятия качества и уровня обслуживания и качества услуги. Ожидания потребителей от оказания услуг и их удовлетворение. Составляющие качества услуг и обслуживания.</p> <p>Практическое занятие</p> <p>Показатели качества услуг, уровня обслуживания населения. Способы и формы оказания услуг. Потребности человека и принципы их удовлетворения в деятельности организации сервиса.</p>	<p>2</p> <p>4</p>
Тема 3.2 Пути повышения качества услуг и обслуживания населения	<p>Содержание Понятие, значение и способы контроля качества услуг и обслуживания. Пути повышения качества услуг и обслуживания. Стандарты обслуживания как внутренняя форма контроля качества услуг и обслуживания на предприятиях сервиса. Критерии качества работы и способы мотивации работников сервисных предприятий. Контроль удовлетворенности потребителей услуг.</p> <p>Практическая работа: «Формирование навыков обслуживания».</p>	<p>2</p> <p>4</p>
Раздел 4	ПОНЯТИЕ СЕРВИСНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	
Тема 4.1 Новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания населения	<p>Содержание. Понятие и содержание сервисных технологий. Понятие новых видов услуг для рынка и для данного региона; необходимость продвижения на рынок новых видов услуг. Понятие формы обслуживания; прогрессивные формы обслуживания (абонементное обслуживание, бесконтактное обслуживание по месту жительства, прием заказов по месту работы и т.д.).</p> <p>Практическое занятие «Формирование навыков обслуживания: Ролевая игра: абонементное обслуживание, бесконтактное обслуживание по месту жительства, прием заказов по месту работы».</p>	<p>2</p> <p>4</p>
Тема 4.2 Внедрение новых видов услуг и прогрессивных форм обслуживания	<p>Содержание. Влияние разработки и продвижения на рынок новых видов услуг и форм обслуживания на себестоимость и цену услуги, удовлетворенность потребителей ассортиментом и качеством услуг, уровнем и качеством обслуживания. Оценка эффективности внедрения новых видов услуг и форм обслуживания.</p> <p>Практическое занятие «Формирование навыка оказания услуг».</p>	<p>2</p> <p>4</p>
	Дифференцированный зачет	<p>2</p>
	итого	<p>60 час</p>

3. Условия реализации программы дисциплины

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета

Для реализации основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования в соответствии ФГОС СПО по специальности 43.02.15 Поварское и кондитерское дело на базе основного общего образования и среднего общего образования.

Помещение кабинета: оснащено типовым оборудованием, в том числе, специализированной учебной мебелью и средствами обучения, достаточными для выполнения требований к уровню подготовки обучающихся:

- доской учебной, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), шкафами для хранения инвентаря, раздаточного дидактического материала и др.,
- техническими средствами компьютером, натуральными образцами (посудой, столовыми приборами, стеклом и др., плакатами).

Перечень рекомендуемых учебных изданий,

Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные

Федеральные законы

Закон РФ «О защите прав потребителей» от 5 декабря 1995 г. (с изменениями и дополнениями).

Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации. /Утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 15.08.97 № 1025. (с изменениями и дополнениями).

Учебники и учебные пособия

Кулибанова В.В. Маркетинг. Сервисная деятельность: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2019.

Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг: Учебное пособие. – СПб., 2019.

Федцов В.Г. Культура сервиса: Учебно-практическое пособие. – М.: ПРИОР, 2019.

Дополнительная

Савельева Н.Т. Эстетическая среда предприятий службы быта. – М.: Легкая индустрия, 2019.

Тюшев В.А. Развитие бытового обслуживания населения в СССР. – М.: Высшая школа, 2009. Чекшин В.И., Обливина О.В. Организация бытового обслуживания населения в условиях рыночной экономики. – М., 2019

Ядгаров Я.С. Экономика и культура сервиса. – М.: Экономика, 201

4. Контроль и оценка результатов освоения Дисциплины Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоен умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
умения	
применять требования нормативных документов к основным видам продукции (услуг) и процессов	принятие отчетов практической работы «Изучение действующих нормативных документов в области сервисной деятельности. «Закон РФ «О защите прав потребителей». «Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации».
- соблюдать в профессиональной деятельности правила обслуживания клиентов;	текущий контроль в форме: экспертной оценки выполнения задания самостоятельной работы по теме «Поиск в сети Интернет и других источниках информации «Правила бытового обслуживания».
- выполнять требования этики в профессиональной деятельности	текущий контроль по теме в форме индивидуального устного опроса «Права и обязанности участников сервисной деятельности».
знания	
основных понятий сервисной деятельности	текущий контроль по теме в форме индивидуального устного опроса
- правила обслуживания населения;	текущий контроль по теме в форме индивидуального устного опроса
- организацию обслуживания потребителей услуг;	текущий контроль по теме в форме индивидуального устного опроса
- способы и формы оказания услуг;	текущий контроль по теме в форме индивидуального устного опроса
- нормы и правила профессионального поведения и этикета;	текущий контроль по теме в форме индивидуального устного опроса
- этику взаимоотношений в трудовом коллективе.	текущий контроль по теме в форме индивидуального устного опроса

Комплект контрольно-оценочных средств

Теоретические задания (для устного или письменного контроля, для проведения промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета)

1. Предпосылки возникновения сервисной деятельности.
2. Возникновение и развитие сервисной деятельности в России.
3. Виды сервисной деятельности.
4. Отраслевая структура сферы сервиса.
5. Услуги: виды и характеристика.
6. Негативные и исследовательские подходы к осуществлению сервиса.
7. Основные подходы к осуществлению сервиса.
8. Структура и особенности рынка услуг.
9. Рынок туристских и гостиничных услуг.
10. Иерархия потребностей и услуг.
11. Классификация предприятий сферы услуг.
12. Формы организации обслуживания населения.
13. Контактная зона как место реализации сервисной деятельности.
14. Профессиональная этика в сфере сервиса.
15. Техническая эстетика в сфере сервиса.
16. Дизайн в сфере сервиса.
17. Основные положения Закона « О защите прав потребителей».
18. Правила бытового обслуживания населения РФ.
19. Конфликтные ситуации между исполнителями и потребителями услуг. Их урегулирование.
20. Основные различия товара и услуги.
21. Структура маркетинговой среды предприятий сферы сервиса.

22. Комплекс маркетинга в сфере услуг.
23. Понятие качества и уровня обслуживания.
24. Пути повышения качества услуг и обслуживания.
25. Контроль качества услуг.
26. Понятие нового вида услуги.
27. Основные формы обслуживания.
28. Прогрессивные формы обслуживания.
29. Внедрение новых видов услуг и форм обслуживания.
30. Эффективность внедрения новых видов услуг и форм обслуживания

Условия выполнения задания:

1. Время выполнения задания: 60 мин.
2. Требования охраны труда: инструктаж по технике безопасности .
3. Оборудование: бумага, ручка
4. Литература для экзаменуемых: нет
5. Дополнительная литература для экзаменатора: нет

Тестовый контроль – ТК

Вариант №1

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:
 - a) опрос, профессионализм, качество;
 - b) услуга, спрос, специалист;
 - c) деятельность, потребность и услуга.

2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
 - a) исследовательская;
 - b) потребительская (пользовательская);
 - c) ценностно-ориентационная.

3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:
 - a) бронирование номеров;
 - b) прием и размещение;
 - c) расчет при выезде

4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:
 - a) рекламные услуги;
 - b) организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
 - c) психодиагностику.

5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:
 - a) уровень развития экономики и хозяйственная система;
 - b) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;
 - c) общественные структуры: политические партии.

6. В чем заключается неосвязаемость услуги:
 - a) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
 - b) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
 - c) 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:

- a) спрос;
- b) потребность;
- c) мотивация.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

- a) неразрывность производства и потребления услуги;
- b) несохраняемость услуг;
- c) забываемость услуг.

9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:

- a) определенный способ предоставления услуг заказчику;
- b) предоставление информации клиенту;
- c) оказание услуги клиенту.

10. Сервисная деятельность – это:

- a) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
- b) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
- c) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

11. Услуга обладает следующими качествами:

- a) способность к хранению и транспортировке;
- b) неотделимость от своего источника;
- c) неизменностью качества.

12. К некоммерческим услугам относят:

- a) услуги предприятий туризма и отдыха;
- b) услуги организаций общественного питания;
- c) услуги благотворительных фондов.

13. Целью сервисной деятельности является:

- a) удовлетворение человеческих потребностей;
- b) исследование рынка услуг;
- c) производство услуг.

14. Контактной зоной не является:

- a) зона ремонта бытовой техники;
- b) рабочее место парикмахера;
- c) рабочее место стоматолога.

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

- a) бесконтактным;
- b) формальным;
- c) бесплатным.

16. Физические потребности это потребности в:

- a) в общественной деятельности,
- b) во сне;
- c) в творческой деятельности.

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- a) бесконтактное обслуживание;
- b) фирменное обслуживание;
- c) неформальное обслуживание.

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- a) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
- b) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.
- c) 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.

- a) 0 – 45 см;
- b) 45 – 120 см;
- c) 120 – 400 см.

20. Франчайзинг это:

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

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- a) социальный статус;
- b) выгода;
- c) мотив.

22. Характеристика услуг:

- a) неопределенность качества;
- b) могут накапливаться;
- c) передача собственности.

23. Характеристика товаров:

- a) неоднородность;
- b) индивидуальность;
- c) осязаемость.

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

- a) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
- b) 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;
- c) 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:

- a) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;
- b) соответствие техническим условиям и стандартам;
- c) требует многих ресурсов, таких как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила и энергия.

Вариант №2

1. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:

- a) жилищно-коммунальные услуги;
- b) научно-исследовательские услуги;
- c) услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги;

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

- a) материально-преобразовательная;
- b) исследовательская;
- c) потребительская (пользовательская);

3. Какие из перечисленных услуг ресторана относятся к вспомогательным?

- a) Резервирование столиков;
- b) Вызов такси;
- c) Кондиционирование воздуха;

4. Реклама, экспертиза, психодиагностика, имиджмейкерские услуги, художественно-оформительские услуги – это область сервиса в:

- a) материально-преобразовательной деятельности;
- b) познавательной деятельности;
- c) ценностно-ориентационной деятельности;

5. Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:

- a) потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, физиологические потребности, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении;
- b) физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении);
- c) потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности.

6. Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это:

- a) контактная зона;
- b) зал ожидания;
- c) комната для посетителей.

7. В чем заключается несохраняемость услуг:

- a) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
- b) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
- c) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

- a) неосвязаемость услуг;
- b) неразрывность производства и потребления услуги;
- c) незабываемость услуг.

9. Обслуживание это:

- a) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги;

- b) оказание услуги потребителю;
- c) комплекс мер по обслуживанию населения.

10. Сервис — это:

- a) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг;
- b) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой;
- c) предпродажное и гарантийное обслуживание.

11. Производственные услуги – это:

- a) услуги банков, страховых компаний;
- b) инжиниринг, обслуживание оборудования, лизинг;
- c) пассажирский транспорт, торговля, образование.

12. Услуги по регистрации транспортных средств являются:

- a) государственными;
- b) идеальными;
- c) смешанными.

13. Контактная зона – это:

- a) любое место, где производится услуга;
- b) место, где услуга может храниться;
- c) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы.

14. Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания – это:

- a) поиск понимания;
- b) призыв к совести;
- c) жалоба.

15. Социальные потребности это потребности в:

- a) в самовыражении;
- b) в познании,
- c) в жилье.

16. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- a) обслуживание на дому;

- b) индивидуальное обслуживание;
- c) письменное обслуживание.

17. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- a) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
- b) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке,
реакция на покупку.
- c) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.

18 . В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Персональная дистанция - нормальное расстояние для общения знакомых людей..

- a) 0 – 45см;
- b) 45 – 120 см;
- c) 120 – 400 см.

19. Франчайзинг это:

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

20. Качество услуг тесно переплетается:

- a) с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия;
- b) со сбалансированным соотношением цены и качества продукции;
- c) со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания.

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- a) референтные группы;
- b) комфорт;
- c) престиж.

22. Характеристика услуг:

- a) деятельность, процесс;
- b) производство, хранение и распределение отделено от потребления;
- c) получает только один покупатель единожды.

23. Характеристика товаров:

- a) потребитель участвует в производственном процессе;
- b) производство и потребление осуществляются одновременно;
- c) передача собственности.

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

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

- c) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

25. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия. Основные различия:

- a) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;
- b) соответствие техническим условиям и стандартам;
- c) продукт человеческой деятельности.

Вариант №3

1. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:

- a) бытовые услуги;
- b) услуги грузового и пассажирского транспорта, связи;
- c) управленческие услуги;

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

- a) исследовательская;
- b) потребительская (пользовательская);
- c) коммуникативная (общение).

3. Что такое трансфер?

- a) Покупка и доставка билетов;
- b) Встреча и проводы;
- c) Экскурсионные услуги.

4. Выделите два главных уровня сервиса в познавательной деятельности:

- a) эмпирический и теоретический;
- b) оценочный и информационный;
- c) аналитический и экспертный.

5. Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:

- a) потребность в уважении, физиологические потребности, потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в

безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо);

б) потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности.

с) физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении).

6. Совокупность предприятий сферы сервиса и их сервисная деятельность – это:

- а) индустрия сферы услуг;
- б) инфраструктура сферы услуг;
- с) индустрия сервиса.

7. Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем:

- а) это отчужденный от производителя результат труда;
- б) это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа;
- с) фактически производство совмещено с потреблением.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

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

9. Сфера обслуживания населения – это:

- а) совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению;
- б) деятельность предприятий и организаций, направленная на удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристских и экскурсионных услугах;
- с) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.

10. Услуга – это:

- а) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо;
- б) осязаемые действия, направленные на товар или человека;

с) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями.

11. Общественными услугами являются:

- а) телевидение, радио, образование;
- б) услуги, связанные с досугом;
- с) услуги, связанные с транспортом.

12. К легитимным услугам относят:

- а) нелегальные услуги;
- б) услуги, имеющие криминальный оттенок;
- с) услуги, одобряемые государством и обществом.

13. Контактной зоной может считаться:

- а) стойка администратора в гостинице;
- б) цех по ремонту оборудования;
- с) строительная площадка.

14. Период времени, в течение которого потребитель взаимодействует с исполнителем услуги это:

- а) нормативное время;
- б) время обслуживания;
- с) ресурсное время.

15. Одной из существенных отличий услуги от товара является:

- а) различие мест хранения;
- б) более высокая стоимость;
- с) совмещение производства и потребления.

16. Интеллектуальные потребности это потребности в:

- а) образовании;
- б) в самовыражении;
- с) в пище.

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- a) самообслуживание;
- b) фирменное обслуживание;
- c) индивидуальное обслуживание.

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- a) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку;
- b) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке,
реакция на покупку;
- c) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.

19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Социальная дистанция - формальные встречи в общественных местах..

- a) 120 – 400см;
- b) 45 – 120 см;
- c) 400 - 750см.

20. Франчайзинг это:

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

21. Внутренние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- a) социальный статус;

- b) культура;
- c) престиж

22. Характеристика услуг:

- a) потребитель участвует в производственном процессе;
- b) производство, хранение и распределение отделено от потребления;
- c) передача собственности.

23. Характеристика товаров:

- a) потребитель участвует в производственном процессе;
- b) индивидуальность;
- c) передача собственности.

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

- a) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
- b) 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;
- c) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

25. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия. Основные различия:

- a) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;
- b) соответствие техническим условиям и стандартам;
- c) продукт человеческой деятельности.

Условия выполнения задания:

6. Время выполнения задания: 60 мин.
7. Требования охраны труда: инструктаж по технике безопасности .
8. Оборудование: бумага, ручка
9. Литература для экзаменующихся: нет
10. Дополнительная литература для экзаменатора: нет

КЛЮЧИ К ТЕСТОВЫМ ЗАДАНИЯМ

Вариант№1:	Вариант№2:	Вариант №3:
1-с,	1-б,	1-с,
2-с,	2-а,	2-с,
3-а,	3-б,	3-б,
4-б,	4-с,	4-б,
5-с,	5-б,	5-с,
6-с,	6-а,	6-с,
7-с,	7-с,	7-с,
8-б,	8-а,	8-б,
9-а,	9-а,	9-а,
10-а,	10-а,	10-с,
11-б,	11-б,	11-а,
12-с,	12-а,	12-с,
13-а,	13-с,	13-а,
14-а,	14-с,	14-б,
15-а,	15-а,	15-с,
16-б,	16-а,	16-а,
17-а,	17-с,	17-а,

18-b,	18-b,	18-a,
19-a,	19-с,	19-a,
20-a,	20-с,	20-a,
21-a,	21-a,	21-с,
22-a,	22-a,	22-a,
23-с,	23-с,	23-с,
24-a,	24-b,	24-с,
25-a.	25-b.	25-b

2.3 Теоретическое задание – ТЗ № 2 (темы рефератов, докладов)

Темы рефератов:

1. Предпосылки возникновения сервисной деятельности.
2. Возникновение и развитие сервисной деятельности в России.
3. Виды сервисной деятельности.
4. Отраслевая структура сферы сервиса.
5. Услуги: виды и характеристика.
6. Негативный и исследовательский подходы к осуществлению сервиса.
7. Основные подходы к осуществлению сервиса.
8. Структура и особенности рынка услуг.
9. Рынок туристских и гостиничных услуг.
10. Иерархия потребностей и услуг.

Темы докладов:

11. Классификация предприятий сферы услуг.
12. Формы организации обслуживания населения.
13. Контактная зона как место реализации сервисной деятельности.
14. Профессиональная этика в сфере сервиса.
15. Техническая эстетика в сфере сервиса.
16. Дизайн в сфере сервиса,
17. Основные положения Закона "О защите прав потребителей".
18. Правила бытового обслуживания населения в РФ.
19. Конфликтные ситуации между исполнителями и потребителями услуг. Их урегулирование.
20. Основные различия товара и услуги

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат 327766045235508045123579633876966067016845890628

Владелец Гаджиалиева Раисат Хабибуллаевна

Действителен с 02.10.2023 по 01.10.2024