


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. зав. кафедрой истории и
социально-культурного сервиса

 А.А. Колупаев

«29» августа 2025 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
для текущего и промежуточного контроля
успеваемости обучающихся
по дисциплине

Сервисная деятельность
(наименование дисциплины)

43.03.03 Гостиничное дело, профиль Ресторанная деятельность
(код и наименование ОПОП ВО)

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ.

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ УСТНОГО ОПРОСА.

Тема 1. Становление и развитие сервисной деятельности.

1. Природа и характер сервисной деятельности.
2. Влияние научно-технического прогресса на сферу услуг.
3. Специфика рынка услуг. Особенности сферы сервиса.
4. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.
5. Психология процесса обслуживания. Жалобы и конфликты при обслуживании клиентов.

Тема 2. Социально-культурная сфера и культура сервиса.

1. Характеристика социально-культурного сервиса и сферы культурной деятельности.
2. Прогрессивные формы обслуживания.
3. Культура сервиса и культура обслуживания.
4. Понятие контактной зоны, особенности культуры общения работника контактной зоны. Роль интерьера в культуре сервиса.

Тема 3. Классификация услуг.

1. Состав и структура сферы услуг.
2. Классификация услуг по функциональной направленности.
3. Общероссийские классификаторы услуг населению.
4. Классификация услуг по отраслевому принципу. Комплексная классификация услуг.

Тема 4. Государственное и региональное регулирование сервисной деятельности.

1. Проблемы регулирования сервисной деятельности на федеральном уровне.
2. Формирование региональной кадровой политики малого предпринимательства в сервисной деятельности.
3. Качество услуги в сервисной деятельности.
4. Стандартизация в управлении качеством услуг.
5. Сертификация в управлении качеством услуг.
6. Лицензирование видов деятельности.

Тема 5. Характеристика инноваций в сервисной деятельности.

1. Инновационный менеджмент в сервисной деятельности.
2. Особенности жизненного цикла услуги.
3. Франчайзинг как форма организации малого бизнеса в сервисной деятельности.
4. Мерчандайзинг как современная форма розничной торговой услуги.

Тема 6. Особенности функционирования отдельных групп услуг.

1. Сфера бытового обслуживания населения.
2. Посреднические услуги в современном российском предпринимательстве.
3. Характеристика досуговых услуг.
4. Международная торговля услугами.
5. Особенности организации послепродажного обслуживания.
6. Особенности сервисной деятельности в России.

Тема 7. Сервисная деятельность в гостиницах.

1. Основные понятия и определения в области гостиничного бизнеса.
2. Типы современных гостиниц. Разновидности гостиниц.
3. Характеристика и тенденции развития мирового гостиничного комплекса.
4. Общая характеристика служб гостиницы.
5. Служба эксплуатации номерного фонда.
6. Процесс обслуживания службы приема и размещения.
7. Порядок регистрации и размещения гостей.
8. Правила расчета платы за проживание. Обслуживание в гостиничных номерах.

Тема 8. Характеристика туристской деятельности.

1. Рекреационные основы туризма.
2. Мотивация программного туризма.
3. Развлекательные туры.
4. Деловой туризм.
5. Спортивный туризм.
6. Обучающие туры.
7. Семейный туризм.

Шкала оценивания: 3-балльная.

Критерии оценивания:

3 балла (или оценка «**отлично**») выставляется обучающемуся, если он демонстрирует глубокое знание содержания вопроса; дает точные определения основных понятий; аргументированно и логически стройно излагает учебный материал; иллюстрирует свой ответ актуальными примерами (типовыми и нестандартными), в том числе самостоятельно найденными; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

2 балла (или оценка «**хорошо**») выставляется обучающемуся, если он владеет содержанием вопроса, но допускает некоторые недочеты при ответе; допускает незначительные неточности при определении основных понятий; недостаточно аргументированно и (или) логически стройно излагает учебный материал; иллюстрирует свой ответ типовыми примерами.

1 балл (или оценка «**удовлетворительно**») выставляется обучающемуся, если он освоил основные положения контролируемой темы, но недостаточно четко дает определение основных понятий и дефиниций; затрудняется при ответах на дополнительные вопросы; приводит недостаточное количество примеров для иллюстрирования своего ответа; нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

0 баллов (или оценка «**неудовлетворительно**») выставляется обучающемуся, если он не владеет содержанием вопроса или допускает грубые ошибки; затрудняется дать основные определения; не может привести или приводит неправильные примеры; не отвечает на уточняющие и (или) дополнительные вопросы преподавателя или допускает при ответе на них грубые ошибки.

1.2 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЗАДАЧИ

Тема №1 Становление и развитие сервисной деятельности.

1. Компетентностно-ориентированная задача:

Развитие сферы сервиса как закономерность мирового прогресса и условие выхода из кризиса (по материалам: "Концепция развития сферы сервиса в Российской Федерации", Москва, 1999.)

Преодоление внутреннего социально-экономического кризиса в России, а также формирование условий для принятия активного участия в решении общечеловеческих проблем требует определения конкретных путей создания в кратчайшие сроки конкурентоспособной, стабильно развивающейся национальной экономики на основе изучения опыта развития передовых стран мира и с учетом исторических особенностей развития нашей страны.

Опыт социально-экономического развития ведущих стран показывает, что переход мирового сообщества на качественно новый уровень связан с мобилизацией интенсивных источников роста, прежде всего - с усилением роли человеческого фактора, с формированием работника нового качества, что невозможно без развития сферы сервиса.

Подход к работнику с позиции "человеческого капитала" изменил модель общества, обеспечив переход к информационному обществу, где главной движущей силой, способной обеспечить прогресс является человек творческий, с высокой степенью профессиональной подготовки, имеющий возможность в полной мере раскрыть свои способности, получить признание общества и утвердить себя как личность. Это требует того, чтобы в фонд жизненных средств работника неизбежно входил комплекс услуг, в частности, услуги социальные (образование, здравоохранение, услуги по охране имущества и личности и т.д.); услуги личные (рекреационные, досуговые, бытовые и т.д.); услуги деловые (консалтинговые, финансово-кредитные, информационные), услуги социально-культурные, связанные с развитием духовной сферы, которые формируют и сохраняют рабочую силу как источник всех стоимостей. Особенностью модели современного общества с развитой стабильной экономикой является оптимальное соотношение между материальным производством и сферой сервиса, так как расширение сферы сервиса есть не только результат, но и важный фактор роста материального производства, социального и духовного прогресса общества в целом.

2. Компетентностно-ориентированная задача:

Можно выделить следующие большие группы потребностей. Базовые потребности — это всеобщие потребности, присущие всем людям. Что относится к базовым потребностям и охарактеризуйте каждую из них, приведя хотя бы по одному примеру.

Тема №2 Социально-культурная сфера и культура сервиса.

1. Компетентностно-ориентированная задача:

Культура общения работника контактной зоны с покупателем (заказчиком) проявляется в умении сформулировать свои мысли и выслушать посетителя, в отзывчивости и сопереживании клиенту. Как известно, профессиональная этика работников сервиса содержит нравственные требования к их поведению. Конечно, нравственные требования полностью соблюдаются только в обществе с высоким уровнем культуры населения.

В настоящее время нравственность и культура общения работников сервиса рассматриваются как их важнейшие профессиональные качества. Эти работники должны быть морально и психологически готовы к грамотным действиям, даже в условиях конфликтных ситуаций общения с клиентами.

На культуру общения также влияет расстояние между работником и посетителем. Установлено, что работнику следует находиться от заказчика на расстоянии 70—80 см. Надо также иметь в виду, что общение облегчается, если собеседники обращены друг к другу лицом, чтобы имел место зрительный контакт.

А. В чём проявляется культура общения работника контактной зоны с покупателем?

В. Влияет ли на культуру общения расстояние? Если да, то на каком расстоянии должен находиться работник от заказчика?

Тема №3. Классификация услуг.

1. Компетентностно-ориентированная задача:

В российской действительности сложилось свое представление о сфере услуг, получившее реализацию в теоретическом аспекте сервиса и в практике его реального бытия.

Для четкого выделения отраслей непромышленной сферы в отчетных и других документах в 1976 году в России (СССР) был введен общесоюзный классификатор «Отрасли народного хозяйства» (ОКОНХ), который в 1992 году был модифицирован применительно к условиям рыночной экономики России. ОКОНХ представляет собой группировки видов деятельности, по отраслям в соответствии с их функциями в общей системе разделения труда (основное деление на сферу материального производства и непромышленную сферу).

К сфере материального производства относятся все виды деятельности, создающие материальные блага в форме продуктов, энергии и других функций, являющихся продолжением производства в сфере обращения (хранение, транспортировка и т. д.).

К непроизводственной деятельности отнесены: ЖКХ, здравоохранение, социальное обеспечение, народное образование, наука и научно-обслуживание, культура и искусство, финансы и кредит и т. д.

А. В каком году был введён общесоюзный классификатор ОКОНХ? Что он из себя представляет?

В. Что относят к сфере материального производства?

С. Перечислите, что относится к непроизводственной деятельности?

Тема №4 Государственное и региональное регулирование сервисной деятельности.

1. Компетентностно-ориентированная задача:

Рынок гостиничных услуг постоянно развивается на основе растущего спроса потребителей, с учетом новых характеристик услуг и технических достижений.

Задание:

1. Охарактеризуйте современные тенденции развития предприятий индустрии гостеприимства в вашем регионе по предложенным характеристикам:
2. Особенности российской модели управления развитием гостиничной индустрии
3. Экономические предпосылки развития индустрии гостеприимства на территории вашего региона
4. Психологические аспекты современной системы управления гостиничным предприятием.

Тема №5 Характеристика инноваций в сервисной деятельности.

1. Компетентностно-ориентированная задача:

Промоушен как способ стимулирования продаж.

Промоушен (Promotion) - (англ.) продвижение. Salespromotion - (англ.) стимулирование продаж. Промоушен - продвижение товаров и услуг до конечного потребителя - является одним из направлений сервисной деятельности.

Цель промоушен-акций:

- продвинуть свой продукт на рынке;
- мотивировать потребителя совершить пробную покупку;
- повысить лояльность потребителей к продукту;
- сформировать положительный имидж продукта;
- увеличить объёмы продаж;
- организовать масштабную акцию (до 2000 промоутеров);
- работа с ВУЗами как с целевой аудиторией, представленной студентами.

Промоушен-акции могут быть представлены в виде следующих услуг:

- Стимуляция продаж на местах реализации продукции (salespromotion - on-trade / off-trade);
- Распространение образцов рекламируемой продукции (sampling) и информации отоваре (распространение листовок, буклетов и т. п.);
- Обмен продукции конкурентов на продвигаемый продукт (switch-selling);
- Дегустации (tasting);
- Имиджевое продвижение товаров (brandpromotion);
- Работа с дилерами (tradepromotion);
- Работа на выставках, презентациях (hostesssupport);
- Работа на корпоративных мероприятиях (animation).

Тема №6 Особенности функционирования отдельных групп услуг.

1. Компетентностно-ориентированная задача:

Потребитель, сделав покупку, обнаружил, что она имеет дефект. Написал рекламацию (исковое заявление), но с ошибками. Найдите их и исправьте:

*Директору магазина «Окор» Новикову Сергею Ивановичу
от Минока Артема Николаевича*

Уважаемый Сергей Иванович!

8 июня 2002 года в Вашем магазине мною был приобретен видеомагнитофон «Рапазопю-213 ISO». По прошествии гарантийного срока мною было обнаружено, что в приобретенном магнитофоне не работает функция записи. Согласно статье 22 Закона РФ «О защите прав потребителей», гарантийный талон позволяет мне заменить товар в течение гарантийного срока, но он истек. Поэтому прошу Вас заменить товар на аналогичный или устранить недостаток. К рекламации прилагаю копию товарного чека.

Дата отправления: 5 января 2003 года.

С уважением, Артем Минок!

2. Компетентностно-ориентированная задача:

Одной из наиболее распространенных разновидностей посреднической предпринимательской деятельности является дилерство. За 1998—1999 гг. рост объемов реализации продукции через дилерскую сеть составил 23,4% против 2,2% в 1995 г.

Дилеры работают за свой счет, покупая товары у производителей и, становясь их собственниками, реализуют их от своего имени. По своему содержанию дилерство является частным видом предпринимательства, основанным на моделировании возможных партнерских свя-

зей между контрагентами, оценке и анализе их эффективности и выборе наиболее эффективного варианта партнерских связей.

Исходя из состояния российского рынка важное значение для дилерства приобретает использование консалтинговых услуг, анализ их специфики, организации, научно-методического и информационного обеспечения, выявления приоритетных проблем внутреннего консультирования в дилерской деятельности.

Инновационный аспект дилерства наряду со знанием потребителя, его вкусов, потребностей и предпочтений, особенностей осваиваемого сегмента рынка, объективной оценки собственных способностей, умений, навыков и финансовых возможностей предполагает обладание информацией об уровне развития науки, техники, технологий.

Дилер совместно с производителем участвует в инженерном обеспечении производства: он решает вопросы о технической документации, снабжении комплектующими, оборудованием, сырьем, оказывает помощь в приобретении новых технологий, на что дилерской фирмой выделяются необходимые финансовые средства. В ходе длительного сотрудничества между дилером и производителем возможно создание совместных структурных подразделений, решающих инновационные задачи производителя.

А. За чей счёт работают дилеры?

В. Что может дилер, участвуя в инженерном обеспечении производства?

Тема 7. Сервисная деятельность в гостиницах.

1. Компетентностно-ориентированная задача:

К горничной, убирающей на этаже, обращается постоянная гостя – молодая женщина с просьбой открыть ее номер, ссылаясь на то, что она в спешке забыла взять ключ в Reception. При этом горничная видит, что в коляске у женщины двое маленьких детей – близнецы, они надрываются от плача; молодая мама их успокаивает, при этом очень нервничает, волнуется, переживает. Горничная давно знает эту семью. Они живут в гостинице уже год и оплатили проживание еще на полгода вперед. Горничная даже знает всю их семью по именам.

А. Как должна поступить горничная в этой ситуации?

В. Назовите основные требования к горничным по взаимодействию с гостями.

2. Компетентностно-ориентированная задача:

В отель «Триумф» обратился г-н Халиф аль Араб (турок), покинувший его 2 дня назад, с просьбой вернуть ему папку с очень важными документами, которые он при выезде забыл в номере. После долгих объяснений на английском языке просьба клиента не была удовлетворена.

Старшая горничная, принимавшая номер в день выезда г-на, Халиф аль Араба, находилась в отгуле, и связаться с ней не представлялось возможным.

А. Предложите возможный выход из данной ситуации с положительным результатом в пользу клиента.

В. Каков порядок действий персонала гостиницы с вещами, забытыми клиентами в гостинице?

С. Каким образом происходит идентификация забытых вещей и передача их владельцу?

Тема 8. Характеристика туристской деятельности.

1. Компетентностно-ориентированная задача:

Компания «Тур-экстрим» с 2002 года работает на туристическом рынке города Череповца. В числе первых ее предложений были рыбалка в Кении, а также отдых в России в стиле милитари – с катанием на БТР, полосой препятствий и полевой кухней. Но спустя несколько месяцев стало понятно, что экстрим-направление слишком дорого для череповецких туристов и себя не окупит. Постепенно компания начала уходить от экстрима и предлагать все больше стандартных туров: Турция, Египет, Кипр, Арабские Эмираты. Этим же занялся и второй офис «Тур-экстрима», открытый в Ярославле. Но турфирм в этих городах масса, и в большинстве своем предложения их одинаковы: все они продают одни и те же направления и виды туров.

Название компании тем временем все меньше отвечало изначальной задумке. Некоторых потенциальных клиентов это сбивало с толку: спрашивать в «Тур-экстриме» путевку в Анталию мало кому приходило в голову. Случалось, что клиенты, вместо того чтобы узнать о компании подробнее, шли напрямик к конкурентам. Однако сменить название в турфирме не решились, аргументируя это привычкой людей иметь дело со знакомой вывеской. Да и от идеи рано или поздно вернуться в направление развлечений и приключений «Тур-экстрим» пока не отказывается.

Сейчас, по словам исполнительного директора «Тур-экстрима» Марии Исайкиной, компания работает по принципу «делай то, что закажут». В неделю заключается около четырех-пяти контрактов в каждом из двух офисов. 25–30% заказов составляют заявки на семейный и корпоративный загородный отдых. Они же приносят примерно 60% дохода. Собственно, экстрим обеспечивает всего 2–8% прибыли. В последнее время туристические компании отмечают большой спрос на отдых на юге России, поэтому существует возможность заняться еще и этим направлением. С другой стороны, есть риск окончательно потеряться в нишах и услугах. Но «Тур-экстрим» хочет при этом сохранить индивидуальность и развивать первоначально намеченное направление «развлечения и приключения».

А. Имеет ли смысл развивать подобные услуги в регионе и как компания может формировать спрос на развлечения и приключения?

В. Какую стратегию избрать региональной туристической фирме?

2. Компетентностно-ориентированная задача:

Туристы приобрели турпродукт следующего состава: международный авиаперелет, размещение, экскурсионная программа. В конце путешествия на стойке регистрации обратного вылета туристы были проинформированы сотрудником аэропорта о том, что рейс, указанный в их билете, не значится в расписании и, соответственно, не будет выполняться. Туристы были вынуждены за свой счет приобрести обратные билеты на другой рейс. По возвращении туристы обратились в турагентство с требованием компенсации понесенных расходов на авиаперелет.

А. Имеют ли право туристы в этой ситуации на возврат своих расходов по оплате туристского продукта или не предоставленных услуг?

В. За чей счет и в каком размере будет произведен возврат или компенсация? От каких условий это будет зависеть?

Шкала оценивания: 3 балльная.

Критерии оценивания (нижеследующие критерии оценки являются примерными и могут корректироваться):

3 балла (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если задача решена правильно, в установленное преподавателем время или с опережением времени, при этом обучающимся предложено оригинальное (нестандартное) решение, или наиболее эффективное решение, или наиболее рациональное решение, или оптимальное решение.

2 балла (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если задача решена правильно, в установленное преподавателем время, типовым способом; допускается наличие несущественных недочетов.

1 балл (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если при решении задачи допущены ошибки не критического характера и (или) превышено установленное преподавателем время.

0 баллов (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если задача не решена или при ее решении допущены грубые ошибки.

1.3 ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ.

Тема №1 Становление и развитие сервисной деятельности.

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:

- а) Опрос, профессионализм, качество;
- б) Услуга, спрос, специалист;
- в) Деятельность, потребность, услуга;

Ответ: _____

2. Для успешной деятельности фирме, реализующей сервисные услуги необходимо:

- а) сформировать основы корпоративной идеологии;
- б) создать устойчивое финансовое положение;
- в) разработать продуктивную концепцию имиджа фирмы.

Ответ: _____

3. 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;

Ответ: _____

4. Потребности человека в приобретении новых сервисных услуг носят:

- а) гомеостатический характер;
- б) национальные особенности;
- в) социально-культурное содержание.

Ответ: _____

5. Человек как общественное существо способен сублимировать свои:

- а) биологические потребности;
- б) потребности в защите своей жизни;
- в) социальные потребности.

Ответ: _____

6. Социальные потребности — это потребности в:

- а) в самовыражении;
- б) в жилье;
- в) в познании.

Ответ: _____

7. В чем заключается неосвязаемость услуги:

а) Процесс предоставления 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.

Ответ: _____

8. Время регистрации туристов-индивидуалов в гостинице должно составлять не более:

а) 5-8 минут;

б) 30 минут;

в) 10 минут.

Ответ: _____

9. Отличительными особенностями услуг являются:

а) Неразрывность производства и потребления услуг;

б) Несохранимость услуг;

в) Незабываемость услуг.

Ответ: _____

10. Сервисная деятельность- это:

а) Активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;

б) Управление предприятием сферы сервиса;

в) Продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

Ответ: _____

11. Установите последовательность цепочки развития сервисной деятельности:

а) Услуги;

б) Самообслуживание;

в) Индустрия сервиса;

г) Сервисная деятельность;

д) Обслуживание.

Ответ: _____

12. Установите соответствия:

1. Услуга	А) Обслуживание населения или предоставление ему услуг.
2. Исполнитель	Б) Предприятие, организация или предприниматель, оказывающие услугупотребителю.
3. Сервис	В) Деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.
4. Обслуживание	Г) Результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя.

А	Б	В	Г

13. Сервис — это:

- а) обслуживание;
- б) социальный институт;
- в) система защиты людей;
- г) равновесомость;
- д) средство устранения деформации;
- е) гуманизм жизнедеятельности.

Ответ: _____

14. В международной классификации отраслей принято выделять три сектора. Назовите эти сектора и приведите примеры:

Тема №2 Социально-культурная сфера и культура сервиса.

1. Социально-культурная сфера – это:

- а) Совокупность предприятий, учреждений, организаций и органов управления, осуществляющих производство, распределение, сохранение и организацию потребления товаров и услуг, обеспечивая тем самым удовлетворения культурных потребностей;
- б) Удовлетворение культурных потребностей населения;
- в) Когда организации организуют распространяют товары и услуги социально-культурного назначения и тем самым удовлетворяют общество.

Ответ: _____

2. Контактной зоной не является:

- а) зона ремонта бытовой техники;
- б) рабочее место стоматолога;
- в) рабочее место парикмахера.

Ответ: _____

3. Главной составляющей эффективной социально-культурной деятельности в учреждении культуры является:

- а) Обучающиеся;
- б) Коллектив;
- в) Материальное обеспечение;
- г) Реализуемые технологии.

Ответ: _____

4. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- а) фирменное обслуживание
- б) бесконтактное обслуживание
- в) неформальное обслуживание

Ответ: _____

5. Какой развивающий эффект может носить театрализованное представление для пожилых?

- а) Новая информация;
 - б) Интерактивность;
 - в) Социальные контакты;
 - г) Эмоциональный характер
- д) Ответ: _____

6. В отличие от социальной сферы в состав социально-культурного сервиса не входит, какой вид деятельности:

- а) СМИ;
- б) Пассажирский транспорт;
- в) Культура и искусство;
- г) Торговля и общественное питание.

Ответ: _____

7. Искусство создания гармонически целого, обладающего определенным эстетическим единством процесса обслуживания это:

- а) Режиссура процесса;
- б) Сценарий обслуживания;
- в) Стиль обслуживания;

г) Нет верного ответа.

Ответ: _____

8. Рациональные технологии в предоставлении услуг питания включают:

- а) безопасность потребления продуктов, безотходность в использовании продуктов, экономичность;
- б) качественную подготовку официантов;
- в) эстетически выдержанное украшение подаваемых блюд.

Ответ: _____

9. Реализация социально-культурного проекта начинается с

...

- а) Аудита своих ресурсов;
- б) Получения заказа;
- в) Осознания своих возможностей;
- г) Осознание потребностей целевой аудитории.

Ответ: _____

10. Кадры учреждений культуры обеспечивают...

- а) Уровень реализации госзаказа;
- б) Степень вовлеченности населения к реализуемым формам социально-культурной активности;
- в) Объемы реализации культурно-досуговых услуг, их форм и используемых методов;
- г) Качество трансляции в социум ценностей культуры.

Ответ: _____

11. Установите последовательность составления плана-графика подготовки мероприятия:

- а) Определение цели, результатов и общего перечня работ проекта;
- б) Создания системы комплексного планирования и параметров проекта;
- в) Определение ресурсов и ответственности рабочей группы;
- г) Создание системы контроля и регулирования хода выполнения проекта;
- д) Создание команды проекта.

Ответ: _____

12. Установите соответствия:

1. Биологические потребности	А) Всеобщие первичные потребности жизнедеятельности организма, нормального функционирования человеческого тела
------------------------------	--

2. Материальные потребности	Б) Классификация потребностей по критериям их гуманистической и этической направленности, по их роли в образе жизни и всестороннем гармоничном развитии личности.
3. Духовные потребности	В) Потребности в средствах и условиях удовлетворения биологических, социальных и духовных потребностей.
4. Социальные потребности.	Г) Стремление приобрести и обогатить свою духовность
5. Ценностно-ориентированные потребности	Д) Потребности, существующие как самособой разумеющееся, не побуждающие человека к их немедленному удовлетворению.

А	Б	В	Г	Д

13. Человеческий фактор в сервисной деятельности:

- а) обязано предоставить услугу
- б) размещения в аналогичном отеле;
- в) обязано предоставить место для размещения в данном отеле;
- г) может отказать гостю в услуге размещения.

Ответ: _____

14. Перечислите особенности социально-культурной сферы:

Тема №3 Классификация услуг.

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

- а) Исследовательская;
- б) Потребительская;
- в) Расчет при выезде.

Ответ: _____

2. Сервисные услуги кейтеринга это:

- а) выездное обслуживание банкетов, конференций, семейных торжеств;

- б) предоставление услуги питания в номере;
- в) предоставление услуг питания специалистами высокого класса.

Ответ: _____

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

- а) Исследовательская;
- б) Потребительская;
- в) Материально-преобразовательная;

Ответ: _____

4. Целью сервисной деятельности является:

- а) Удовлетворение человеческих потребностей;
- б) Исследование рынка услуг;
- в) Производство услуг.

Ответ: _____

5. Услуга обладает следующими качествами:

- а) Способность к хранению и транспортировке;
- б) Неотделимость от своего источника;
- в) Неизменностью качества.

Ответ: _____

6. Наибольший интерес у человека вызывают анимационные услуги:

- а) в подготовке которых он принимает личное участие;
- б) в которых присутствует элемент риска;
- в) за которые он заплатил значительную сумму.

Ответ: _____

7. Анимационные услуги входят в:

- а) в индустрию развлечений;
- б) систему организации бытового обслуживания;
- в) в индустрию развлечений.

Ответ: _____

8. Транспортные услуги классифицируются по:

- а) виду используемого транспортного средства;
- б) количеству и качеству предоставляемых услуг;
- в) стоимости.

Ответ: _____

9. Характеристика услуг:

- а) Неопределенность качества;
- б) Могут накапливаться;

в) Передача собственности.

Ответ: _____

10. Характеристика товаров:

а) Неоднородность;

б) Индивидуальность;

в) Осязаемость;

Ответ: _____

11. Установите последовательность возникновения доп. услуг:

а) Транспортная;

б) Авиакомпания;

в) Бытовое обслуживание;

г) СПА.

Ответ: _____

12. Установите соответствие

1.Производственный сервис.	А) Обращение товара на конечном его этапе продвижения к непосредственному потребителю
2. Хозяйственный сервис	Б) В этой отраслевой структуре определяющими выступают услуги государственных и социальных институтов, обеспечивающих функционирование и развитие, единство, стабильность
3.Интеллектуальный сервис	В) Услуги, непосредственно входящие в производство товара, выступающие в виде полуфабриката или промежуточного продукта, либо обеспечивающие концентрацию на месте производства конечного продукта его комплектующих, отдельных узлов и деталей.
4.Сервис в сфере обращения	Г) Эта сфера услуг общественного характера оказывает общественно необходимые хозяйственные услуги деперсонифицированно в основном населению конкретной селитебной зоны,но в какой-то части
5.Сервис сферы общественного устройства	Д) Сервис призван удовлетворить выступающие в диалектическом единстве и взаимосвязи интересы общества, интересы классов и социальных групп

А	Б	В	Г	Д
---	---	---	---	---

--	--	--	--	--

13. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса?

- а) опрос
- б) профессионализм
- в) качество
- г) услуга
- д) спрос
- е) специалист
- ж) деятельность
- з) потребность
- и) услуга.

Ответ: _____

14. Составьте иерархию потребностей в виде лестницы из пяти ступеней.

Тема №4 Государственное и региональное регулирование сервисной деятельности

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:

- а) деятельность, потребность и услуга;
- б) опрос, профессионализм, качество;
- в) услуга, спрос, специалист.

Ответ: _____

2. Показатели качества и доступности оказания государственных и муниципальных услуг на федеральном уровне определены в:

- а) ФЗ-210 Об организации государственных и муниципальных услуг;
- б) Указе Президента РФ № 601 Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления;
- в) Бюджетном кодексе РФ.

Ответ: _____

3. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:

- а) Отдельная государственная услуга, результатом которой является конечным для получателя услуги;

б) Комплекс государственных услуг, в своей совокупности обеспечивающий достижение заявителем необходимого результата;

в) Комплекс государственных услуг, оказываемых отдельным органом государственной власти или местного самоуправления.

Ответ: _____

4. Объектом мониторинга качества предоставления государственных услуг может являться:

а) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;

б) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара;

в) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком).

Ответ: _____

5. Рынок услуг в России развивается:

а) Медленнее, чем товарный;

б) Быстрее, чем товарный;

в) Также, как и товарный.

Ответ: _____

6. К обязательным требованиям государственным стандартам относят обеспечение:

а) Дешевизны;

б) Доступности;

в) Безопасности;

г) Низкой себестоимости;

д) Технологичности товаров и услуг.

Ответ: _____

7. Услуги по регистрации транспортных средств являются:

а) государственными;

б) смешанными;

в) идеальными.

Ответ: _____

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

а) научно-исследовательские услуги;

б) жилищно-коммунальные услуги;

в) услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги;

Ответ: _____

9. Что создает структуру управления организацией?

- а) Совокупность линейных органов управления;
- б) Совокупность функциональных служб;
- в) Совокупность органов управления.

Ответ: _____

10. Цели организации должны удовлетворить такие основные требования:

- а) Достижимость, конкретность, ориентация во времени;
- б) Ориентация во времени и конкретность;
- в) Достижимость.

Ответ: _____

11. Установите последовательность принятий законов:

- а) Закон РФ О защите прав потребителей;
- б) Закон РФ О лицензировании отдельных видов деятельности
- в) Закон РФ О защите прав потребителей;
- г) Закон РФ О банках и банковской деятельности.

Ответ: _____

12. Установите соответствие

1. Валовой национальный доход (ВНД)	А) Национальный доход, а также материальные затраты на производство товаров и услуг.		
2. Валовой общественный продукт (ВОП)	Б) Стоимость всех товаров и услугисключая стоимость сырья и полуфабрикатов		
3. Валовой национальный продукт (ВНП)	В) Стоимость товаров и услуг (конечных), т. е. потребленных населением, в рыночных ценах, а также государственные закупки, капитальные вложения, сальдоплатежного баланса		
А	Б	В	

13. Средство государственного регулирования сервисной деятельности в интересах потребителей- это:

- а) Идентификация;
- б) Аттестация;
- в) Стандартизация;
- г) Локализация;
- д) Патентование.

Ответ: _____

14. Охарактеризуйте кадровый потенциал предпринимательской деятельности сферы услуг?

Ответ: _____

Тема №5 Характеристика инноваций в сервисной деятельности.

1. Мерчандайзинг – это:

- а) искусство сбыта товаров и услуг;
- б) инновационный способ обслуживания гостей кафе;
- в) новая форма предоставления дополнительных сервисных услуг.

Ответ: _____

2. Для более успешного продвижения ресторанных услуг, опытные рестораторы используют:

- а) Show-kitchen;
- б) Услуги сомелье;
- в) «Шведский стол».

Ответ: _____

3. Сервисные услуги кейтеринга это:

- а) выездное обслуживание банкетов, конференций, семейных торжеств;
- б) предоставление услуги питания в номере;
- в) предоставление услуг питания специалистами высокого класса.

Ответ: _____

4. Возрастающая популярность информационных услуг дистанционного доступа:

- а) опережает все виды информационных услуг;
- б) повышает требования к уровню подготовки пользователей;
- в) становится все более дорогостоящей.

Ответ: _____

5. Жизненный цикл информационной услуги заканчивается в результате ее:

- а) морального износа;
- б) не востребованности;
- в) дороговизны.

Ответ: _____

6. 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 продает торговую марку другой компании;

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

Ответ: _____

7. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

а) социальный статус;

б) мотив;

в) выгода.

Ответ: _____

8. Характеристика услуг:

а) неопределенность качества;

б) передача собственности;

в) могут накапливаться.

Ответ: _____

9. Характеристика товаров:

а) Индивидуальность;

б) Неоднородность;

в) Осязаемость.

Ответ: _____

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

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

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

в) 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.

Ответ: _____

11. Найдите в приведенном списке 4 этапа эволюции мерчандайзинга, и расставьте их в правильном порядке:

а) Торговля, подкрепленная расширенным ассортиментом услуг, обрывает рациональной технологичностью процессов, создавая не-

кую унифицированную систему;

- б) Развитие системного подхода в розничной торговле;
- в) Торговля с минимумом необходимых услуг;
- г) Торговля на широких площадках;
- д) Торговля, повышающая спрос на бытовые услуги;
- е) Торговля, подкрепленная расширенным ассортиментом услуг.

Ответ: _____

12. Установите соответствие

1. Франшиза	А) Это человек или компания, которая покупает возможность обучения и помощь при создании бизнеса у франчайзера
2. Франчайзи	Б) Платежи, которые покупатель франшизы регулярно выплачивает компании за то, что пользуется ее брендом, опытом, деловой репутацией и технологией.
3. Роялти	В) Лицензия, когда один предприниматель продает другому право пользоваться брендом и наработанным годами опытом.

А	Б	В

13. Показатель качества сервисной деятельности — это:

- а) продолжительность жизни человека;
- б) устойчивость взаимоотношений;
- в) развитие туризма;
- г) эффективность труда;
- д) соблюдение социальной справедливости;
- е) стимулирование личных способностей.

Ответ: _____

14. Напишите 4 фактора, являющиеся предпосылками к зарождению мерчандайзинга как единой системы:

Тема №6 Особенности функционирования отдельных групп услуг.

1. Роль сервисной деятельности на рынке услуг состоит в следующем:

- а) создании бестоварной экономики;
- б) уменьшении стоимости услуг;
- в) ликвидации монополизма в производстве услуг;
- г) возрастании роли личности в научно-техническом развитии;
- д) повышении благосостояния населения;
- е) исчезновении затратной экономики.

Ответ: _____

2. Стоимость сервисного обслуживания на выставках зависит от:

- а) времени, места и тематики;
- б) финансовых возможностей экспонентов;
- в) времени года.

Ответ: _____

3. Если персонал, обслуживающий выставочный стенд, предоставляется выставочным центром, необходимо:

- а) предварительно провести инструктаж и обучение;
- б) предоставить каждому стендисту подробный перечень его обязанностей;
- в) провести тренинги со всеми работниками стенда.

Ответ: _____

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

- а) материально-преобразовательная;
- б) потребительская (пользовательская);
- в) исследовательская.

Ответ: _____

5. Какая услуга является важнейшей составляющей социальной экономики:

- а) Досуговые услуги;
- б) Оздоровительные;
- в) Этические услуги;
- г) Профессиональные услуги.

Ответ: _____

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

- а) контактная зона;
- б) комната для посетителей;

в) зал ожидания.

Ответ: _____

7. В чем заключается несохраняемость услуг:

а) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуальности-личностных черт и настроения;

б) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;

в) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит.

Ответ: _____

8. Отличительными особенностями услуг являются:

а) неосвязаемость услуг;

б) незабываемость услуг;

в) неразрывность производства и потребления услуги.

Ответ: _____

9. Услуга по предварительному заказу номера (места) аннулируется если:

а) гость опоздал более чем на сутки;

б) номер, забронированный гостем, не был подготовлен к заселению;

в) гость изменил дату заселения в отель и предупредил об этом администрацию.

Ответ: _____

10. Установите последовательность бытовых услуг (по уровню необходимости), предоставляемых населению России:

а) Ремонт и изготовление обуви;

б) Ремонт и строительство жилища;

в) Изготовление и ремонт мебели;

г) Услуги парикмахера;

Ответ: _____

11. Установите соответствие

12. 1. Производственный сервис	А) Юридический сервис, область распространения которого может варьировать от предоставления консультационных и практических услуг разового характера до официально оформленного пожизненного обслуживания клиента.
---------------------------------------	--

2. Интеллектуальный сервис	Б) Экономический сервис, охватывающий интеллектуальную деятельность в области финансовых услуг, страхования, сделок недвижимостью
3. Информационный сервис	В) Услуги по ремонту и содержанию в исправном состоянии техники, оснастки, оборудования, непосредственно включенных в процесс производства продукта.
4. Сервис в сфере обращения товаров и услуг	Г) Образовательный сервис, который сопутствует человеку на протяжении всей его активной творческой жизни.
	Д) Услуги на базе использования высоких технологий — производство предприятием программных продуктов и Телекоммуникационных услуг
	Е) Исследование субъектом сервиса информационных ресурсов, анализ, обработка материалов и прочее соответствующим техническим оснащением для самостоятельного поиска
	Ж) Предоставление потребителю информационных ресурсов
	З) Диалектическая взаимосвязь потребностей производства и потребления, обеспечивающая воспроизводство общественной жизни в ее разнообразии и динамике.

А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	З

13. В каком году бытовые услуги в общем объеме по России составило 16%:

- а) В конце 80-х;
- б) В конце 90-х;
- в) В начале 81-го;
- г) В начале 91-го.

Ответ: _____

14. В каких отраслях произошли процессы, имеющие негативные последствия для обслуживания населения России социально-важными бытовыми услугами:

Тема №7. Сервисная деятельность в гостиницах.

1. К специализированным средствам размещения относятся:

- а) Санатории;
- б) Пансионаты;
- в) Дома отдыха;
- г) Квартиры;
- д) Мотели.

Ответ: _____

2. Под методом или формой обслуживания следует понимать:

- а) определенный способ предоставления услуг заказчику;
- б) предоставление информации клиенту;
- в) оказание услуги клиенту.

Ответ: _____

3. Что не относится к формам управления предприятиями гостеприимства:

- а) управление по контракту
- б) управление через договор франчайзинга
- в) договор найма

Ответ: _____

4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:

- а) рекламные услуги;
- б) организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
- в) психодиагностику.

Ответ: _____

5. Отличительными особенностями услуг являются:

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

Ответ: _____

6. Целью сервисной деятельности является:

- а) удовлетворение человеческих потребностей;
- б) исследование рынка услуг;

в) производство услуг.

Ответ: _____

7. Документ, содержащий требования и нормы обслуживания

– это:

- а) прейскурант;
- б) пресс-релиз;
- в) условия обслуживания;
- г) правила обслуживания.

Ответ: _____

8. Требования к персоналу контактных служб:

- а) Коммуникабельность;
- б) ограничение возраста;
- в) Знание иностранного язык.

Ответ: _____

9. Профессионально-служебная этика – это:

- а) честность и порядочность по отношению к окружающим;
- б) совокупность требований и норм нравственности по отношению к работникам сервисных фирм;
- в) соблюдение определенной дистанции в отношениях работник-клиент.

Ответ: _____

10. Обслуживание это:

- а) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги;
- б) оказание услуги потребителю;
- в) комплекс мер по обслуживанию населения.

Ответ: _____

11. Установите последовательность контакта с гостем во время прибывания в отеле:

- а) горничная;
- б) хаусмен;
- в) администратор;
- г) официант.

Ответ: _____

12. Установите соответствия:

1. Услуга	А) Обслуживание населения или предоставление ему услуг.
-----------	---

2. Исполнитель	Б) Предприятие, организация или предприниматель, оказывающие услугупотребителю.
3. Сервис	В) Деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.
4. Обслуживание	Г) Результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя.

А	Б	В	Г

Ответ: _____

13. К индивидуальным средствам размещения относится:

- а) Квартира;
- б) Коттедж;
- в) Ротели;
- г) Ботели;
- д) Профилактории.

Ответ: _____

14. Распишите классификацию ВТО:

Тема 8. Характеристика туристской деятельности.

1. К какому виду туризма относятся поездки с целью ознакомления с природными, историко-культурными достопримечательностями:

- а) к деловому туризму;
- б) к познавательному туризму;
- в) к рекреационному туризму;
- г) к сельскому туризму.

Ответ: _____

2. Какой целевой законодательный акт регулирует деятельность туристской индустрии в Российской Федерации на сегодняшний день:

- а) Целевая федеральная «Программа развития туризма в РФ»;
- б) Указ Президента РФ «О реорганизации и развитии туризма в РФ»;

- в) Туристский Кодекс Российской Федерации;
- г) Федеральный Закон «О туризме и туристской индустрии в РФ».

Ответ: _____

3. В соответствии с рекомендациями ЮНВТО к основным типам туризма НЕ относится:

- а) национальный;
- б) внутренний;
- в) въездной;
- г) выездной.

Ответ: _____

4. Какие условия необходимы для развития туризма?

- а) Политическая стабильность развитие транспортной индустрии, развитие местной промышленности;
- б) Природные богатства, инфраструктура, материальная база, транспортные услуги, ресурсы гостеприимства.
- в) Все выше перечисленное.

Ответ: _____

5. Какая из нижеперечисленных функций относится к основным обязанностям турагента?

- а) договорная (заключение договоров с поставщиками туристских услуг);
- б) калькулятивная (расчет стоимости тура);
- в) реализационная (реализация туристского продукта на рынке);
- г) маркетинговая.

Ответ: _____

6. Что из нижеперечисленного относится к одной из основных обязанностей туроператора:

- а) информация и консультация клиентов;
- б) формирование туристского продукта;
- в) реализация туристского продукта на рынке;
- г) оформление договорной документации с клиентом.

Ответ: _____

7. Назовите сокращенное наименование международной межправительственной организации в сфере туризма, действующей под патронажем ООН:

- а) ВТО;
- б) РОТ;
- в) ЮНВТО;
- г) РСТ.

Ответ: _____

8. Что из нижеперечисленного НЕ входит в понятие туристские ресурсы страны:

- а) природные и климатические условия;
- б) недра и полезные ископаемые;
- в) достопримечательности и памятники культуры;
- г) удачное экономико-географическое положение.

Ответ: _____

9. Основные отличия туриста от экскурсанта:

- а) В организации посещения другой местности;
- б) В целях путешествия;
- в) В длительности путешествия.

Ответ: _____

10. Какие две основные характеристики определяют качество туристских ресурсов:

- а) известность и доступность;
- б) запоминаемость и неповторимость;
- в) узнаваемость и распространенность;
- г) заброшенность и обветшалость.

Ответ: _____

11. Установите последовательность действий транспортной компании-перевозчика:

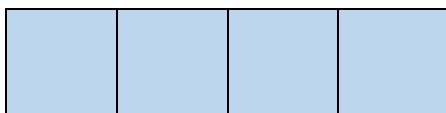
- а) Туристы;
- б) Тур агенты;
- в) Туроператоры.

Ответ: _____

12. Установите соответствие

1. Владимир	А) Памятник Тысячелетию России
2. Волгоград	Б) Эрмитаж
3. Кострома	В) Мамаев Курган
4. Москва	Г) Золотые ворота
	Д) Ипатьевский монастырь
	Е) Колокольня Ивана Великого

1	2	3	4
---	---	---	---



13. Какие предпочтения объединяют туристов W1-тип и W2-типа по классификации Г.Гана?

- а) оба ценят поездки на дальние расстояния и флирт на отдыхе;
- б) являются любителями лесных походов;
- в) увлекаются осмотром достопримечательностей и познавательными экскурсиями;
- г) предпочитают пассивный пляжный отдых на морском курорте.

Ответ: _____

14. Перечислите кто в формировании и продаже турпродукта принимает участие:

Шкала оценивания: 14 балльная.

Критерии оценивания:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – 1 балл, не выполнено – 0 баллов.

Применяется следующая шкала перевода баллов в оценку по 5-балльной шкале:

14-10 баллов соответствуют оценке «отлично»;

9-6 баллов – оценке «хорошо»;

5-3 баллов – оценке «удовлетворительно»;

2 балла и менее – оценке «неудовлетворительно».

1.4 ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ.

Тема №1 Становление и развитие сервисной деятельности.

1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.
2. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.
3. Влияние научно-технического прогресса на сферу услуг.
4. Виды сервисной деятельности.
5. Особенности сферы сервиса.

Тема №2 Социально-культурная сфера и культура сервиса.

1. Социально-культурный сервис и сфера культурной деятельности. Характеристика социально-культурного сервиса и сферы культурной деятельности.
2. «Контактная зона», особенности культуры общения работника «контактной зоны».
3. Прогрессивные формы обслуживания.
4. Психология процесса обслуживания.

Тема №3 Классификация услуг.

1. Классификация услуг по Ф. Котлеру.
2. Классификация статистически учитываемых услуг.
3. Отраслевая классификация услуг.
4. Классификация услуг по функциональной направленности.
5. Общероссийские классификаторы услуг.

Тема №4 Государственное и региональное регулирование сервисной деятельности.

1. Международные стандарты ISO серии 9000-2000.
2. Правовая основа обеспечения качества услуг.
3. Система сертификации.

Тема №5 Характеристика инноваций в сервисной деятельности.

1. Франчайзинг как форма организации малого бизнеса в сервисной деятельности.
2. Мерчандайзинг как современная форма розничной торговой услуги.
3. Технологии мерчандайзинга.

Тема №6 Особенности функционирования отдельных групп услуг.

1. Сфера бытового обслуживания населения.
2. Группы предприятий потребительских услуг.
3. Международная торговля услугами.

Тема №7. Сервисная деятельность в гостиницах.

1. Типы современных гостиниц.
2. Служба эксплуатации номерного фонда

Тема №8. Характеристика туристской деятельности.

1. Виды услуг, входящие в туристическую программу.
2. Комплексное обслуживание туристов.

Шкала оценивания: 6-балльная.

Критерии оценивания (нижеследующие критерии оценки являются примерными и могут корректироваться):

6 баллов (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если тема реферата раскрыта полно и глубоко, при этом убедительно и аргументированно изложена собственная позиция автора по рассматриваемому вопросу; структура реферата логична; изучено большое количество актуальных источников, грамотно сделаны ссылки на источники; самостоятельно подобран яркий иллюстративный материал; сделан обоснованный убедительный вывод; отсутствуют замечания по оформлению реферата.

4 балла (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если тема реферата раскрыта полно и глубоко, сделана попытка самостоятельного осмысления темы; структура реферата логична; изучено достаточное количество источников, имеются ссылки на источники; приведены уместные примеры; сделан обоснованный вывод; имеют место незначительные недочеты в содержании и (или) оформлении реферата.

2 балла (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если тема реферата раскрыта неполно и (или) в изложении темы имеются недочеты и ошибки; структура реферата логична; количество изученных источников менее рекомендуемого, сделаны ссылки на источники; приведены общие примеры; вывод сделан, но имеет признаки неполноты и неточности; имеются замечания к содержанию и (или) оформлению реферата.

0 баллов (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если содержание реферата имеет явные признаки плагиата и (или) тема реферата не раскрыта и (или) в изложении темы имеются грубые ошибки; материал не структурирован, излагается непоследовательно и сбивчиво; количество изученных источников значительно менее рекомендуемого, неправильно сделаны ссылки на источники или они отсутствуют; не приведены

примеры или приведены неверные примеры; отсутствует вывод или вывод расплывчат и неконкретен; оформление реферата не соответствует требованиям.

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТ-ТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ.

2.1 БАНК ВОПРОСОВ И ЗАДАНИЙ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ.

1. Вопросы в закрытой форме.

1. Современный мир создает в первую очередь:

- а) сервисные услуги;
- б) необходимые потребительские товары;
- в) калорийные продукты питания;
- г) дорогостоящие виды развлечений.

Ответ: _____

2. Для успешной деятельности фирме, реализующей сервисные услуги необходимо:

- а) сформировать основы корпоративной идеологии;
- б) создать устойчивое финансовое положение;
- в) разработать продуктивную концепцию имиджа фирмы;

Ответ: _____

3. Толерантное поведение поставщиков сервисных услуг способствует созданию:

- а) появлению большего числа постоянных клиентов;
- б) дополнительной финансовой прибыли фирмы;
- в) расширению сферы предоставления сервисных услуг;

Ответ: _____

4. Потребности человека в приобретении новых сервисных услуг носят:

- а) гомеостатический характер;
- б) национальные особенности;
- в) социально-культурное содержание;

Ответ: _____

5. Человек как общественное существо способен сублимировать свои:

- а) биологические потребности;
- б) потребности в защите своей жизни;
- в) социальные потребности.

Ответ: _____

6. Социальные потребности — это потребности в:

- а) в самовыражении;
- б) в жилье;

в) в познании.

Ответ: _____

7. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- а) обслуживание на дому;
- б) письменное обслуживание;
- в) индивидуальное обслуживание.

Ответ: _____

8. Время регистрации туристов-индивидуалов в гостинице должно составлять не более:

- а) 5-8 минут;
- б) 30 минут;
- в) 10 минут.

Ответ: _____

9. Время регистрации туристских групп (более 30 человек) составляет:

- а) 30 минут;
- б) 5 минут;
- в) 10 минут.

Ответ: _____

10. Продолжительность сервисного обслуживания коктейля составляет:

- а) от 40 мин. до полутора часов;
- б) до 2 -х часов;
- в) три часа.

Ответ: _____

11. Качество рум-сервиса определяется:

- а) предоставлением пищи в номер в то время, которое указал гость;
- б) предложением дополнительных блюд гостю;
- в) наличием обязательного стола для сервировки.

Ответ: _____

12. На официальном банкете в процессе обслуживания VIP-персон используется технология:

- а) синхронного обслуживания;
- б) индивидуального обслуживания официантами каждого гостя;
- в) европейской подачи блюд.

Ответ: _____

13. Устное или письменное выражение претензий потребителя

по поводу обслуживания – это:

- а) жалоба;
- б) поиск понимания;
- в) призыв к совести.

Ответ: _____

14. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- а) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку;
- б) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке;
- в) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке.

Ответ: _____

15. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- а) фирменное обслуживание;
- б) бесконтактное обслуживание;
- в) неформальное обслуживание.

Ответ: _____

16. Контактная зона – это:

- а) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы;
- б) любое место, где производится услуга;
- в) место, где услуга может храниться.

Ответ: _____

17. Контактной зоной не является:

- а) зона ремонта бытовой техники;
- б) рабочее место стоматолога;
- в) рабочее место парикмахера.

Ответ: _____

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

- а) бесконтактным;
- б) бесплатным;
- в) формальным.

Ответ: _____

19. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- а) фирменное обслуживание;
- б) бесконтактное обслуживание;
- в) неформальное обслуживание.

Ответ: _____

20. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- а) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке;
- б) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку;
- в) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.

Ответ: _____

21. Качество рум-сервиса определяется:

- а) предоставлением пищи в номер в то время, которое указал гость;
- б) предложением дополнительных блюд гостю;
- в) наличием обязательного стола для сервировки.

Ответ: _____

22. На официальном банкете в процессе обслуживания VIP-персон используется технология:

- а) синхронного обслуживания;
- б) индивидуального обслуживания официантами каждого гостя;
- в) европейской подачи блюд.

Ответ: _____

23. Рациональные технологии в предоставлении услуг питания включают:

- а) безопасность потребления продуктов, безотходность в использовании продуктов, экономичность;
- б) качественную подготовку официантов;
- в) эстетически выдержанное украшение подаваемых блюд.

Ответ: _____

24. Какая из ниже приведенных фраз наиболее точно отражает сущность современного гостеприимства

- а) «Гость должен быть доволен обслуживанием»;
- б) «Клиент всегда прав»;
- в) «Клиент должен соблюдать правила, установленные в данной гостинице».

Ответ: _____

25. Какое из нижеприведенных понятий соответствует стандартному определению средств размещения:

а) люкс - номер в средстве размещения площадью не менее 35 кв. м, состоящий из двухжилых комнат;

б) студия - средство размещения, в котором может работать художник (скульптор);

в) полулюкс — это номер люкс, состоящий из одной комнаты.

Ответ: _____

26. Обозначать категоричность гостиницы знаком «звезда», ввел:

а) К. Хилтон;

б) В. Марриот;

в) Т. Кемпинский.

Ответ: _____

27. Ноу-хау гостиничной цепи отелей Хилтон:

а) единая цветовая гамма, используемая для оформления интерьера отеля;

б) стандартное предложение услуг, единое во всех гостиницах цепи отелей Хилтон;

в) типовой архитектурный проект.

Ответ: _____

28. В случае «двойного» бронирования, руководство отеля:

а) обязано предоставить услугу размещения в аналогичном отеле;

б) обязано предоставить место для размещения в данном отеле;

в) может отказать гостю в услуге размещения.

Ответ: _____

29. Преимущество компьютерного бронирования:

а) позволяет забронировать гостиничный номер в любой стране мира;

б) экономит время клиента;

в) позволяет заранее узнать о дополнительных услугах, которые предоставляются гостю бесплатно.

Ответ: _____

30. Услуга по предварительному заказу номера (места) аннулируется если:

а) гость опоздал более чем на сутки;

б) номер, забронированный гостем, не был подготовлен к заселению;

в) гость изменил дату заселения в отель и предупредил об этом администрацию.

Ответ: _____

31. Мерчандайзинг – это:

- а) искусство сбыта товаров и услуг;
- б) инновационный способ обслуживания гостей кафе;
- в) новая форма предоставления дополнительных сервисных услуг.

Ответ: _____

32. Сервисные услуги кейтеринга это:

- а) выездное обслуживание банкетов, конференций, семейных торжеств;
- б) предоставление услуги питания в номере;
- в) предоставление услуг питания специалистами высокого класса.

Ответ: _____

33. Получить приоритетную услугу размещения и скидки по оплате сервисных услуг гостям хостелей возможно при наличии:

- а) Международной карты MembershipCard IYHF;
- б) Заграничного паспорта;
- в) Конвертируемой валюты.

Ответ: _____

34. Первый хостел в России, награжденный Сертификатом Качества по обслуживанию гостей, расположен в:

- а) Санкт-Петербурге;
- б) Москве;
- в) Калининграде.

Ответ: _____

35. По соотношению цены и качества предоставляемых сервисных услуг среди зарубежных хостелей, лидируют хостели:

- а) Индии;
- б) Германии;
- в) Англии.

Ответ: _____

36. Наибольший интерес у человека вызывают анимационные услуги:

- а) в подготовке которых он принимает личное участие;
- б) которых присутствует элемент риска;
- в) за которые он заплатил значительную сумму.

Ответ: _____

37. Анимационные услуги входят в:

- а) в индустрию развлечений;

- б) систему организации бытового обслуживания;
- в) в индустрию развлечений.

Ответ: _____

38. Транспортные услуги классифицируются по:

- а) виду используемого транспортного средства;
- б) количеству и качеству предоставляемых услуг;
- в) стоимости.

Ответ: _____

39. Привлекательность автобусных туров определяется:

- а) наличием дополнительных сервисных услуг;
- б) скоростью передвижения;
- в) возможностью производить остановки по желанию пассажиров.

Ответ: _____

40. Дополнительные экскурсионные услуги на водном транспорте предоставляются:

- а) согласно установленному прейскуранту;
- б) бесплатно;
- в) на основе свободного ценообразования.

Ответ: _____

41. Для пассажиров бизнес-класса в период авиаперелетов предоставляются дополнительные сервисные услуги:

- а) комфортное ожидание в предполетном салоне;
- б) бесплатный провоз ручной клади, без ограничений по весу;
- в) особые анимационные услуги.

Ответ: _____

42. Эфинити-чартер это:

- а) услуга по целевой перевозке авиапассажиров, объединенных по профессиональному признаку;
- б) рейс вне расписания;
- в) чартер для любителей острых ощущений.

Ответ: _____

43. Регулярные воздушные перевозки впервые появились в:

- а) Германии;
- б) России;
- в) Франции.

Ответ: _____

44. Роль сервисной деятельности на рынке услуг состоит в следующем:

- ж) создании бестоварной экономики;
- з) уменьшении стоимости услуг;

- и) ликвидации монополизма в производстве услуг;
- к) возрастании роли личности в научно-техническом развитии;
- л) повышении благосостояния населения;
- м) исчезновении затратной экономики.

Ответ: _____

45. Стоимость сервисного обслуживания на выставках зависит от:

- г) времени, места и тематики;
- д) финансовых возможностей экспонентов;
- е) времени года.

Ответ: _____

46. Если персонал, обслуживающий выставочный стенд, предоставляется выставочным центром, необходимо:

- г) предварительно провести инструктаж и обучение;
- д) предоставить каждому стендисту подробный перечень его обязанностей;
- е) провести тренинги со всеми работниками стенда.

Ответ: _____

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

- г) материально-преобразовательная;
- д) потребительская (пользовательская);
- е) исследовательская.

Ответ: _____

48. Какая услуга является важнейшей составляющей социальной экономики:

- д) Досуговые услуги;
- е) Оздоровительные;
- ж) Этические услуги;
- з) Профессиональные услуги.

Ответ: _____

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

- г) контактная зона;
- д) комната для посетителей;
- е) зал ожидания.

Ответ: _____

50. В чем заключается несохраняемость услуг:

г) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения;

д) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;

е) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит.

Ответ: _____

51. Отличительными особенностями услуг являются:

г) неосвязаемость услуг;

д) незабываемость услуг;

е) неразрывность производства и потребления услуги.

Ответ: _____

52. Услуга по предварительному заказу номера (места) аннулируется если:

г) гость опоздал более чем на сутки;

д) номер, забронированный гостем, не был подготовлен к заселению;

е) гость изменил дату заселения в отель и предупредил об этом администрацию.

Ответ: _____

2. Вопросы в открытой форме.

1. Вставьте пропущенные слова:

_____ -- торговля товарами народного потребления является важнейшей сферой современной рыночной экономики, в которой занято, по данным статистики, 4% ___ населения страны.

2. В международной классификации отраслей принято выделять три сектора. Назовите эти сектора и приведите примеры:

3. Потребитель – это:

4. Социально-культурная услуга – это:

5. Назовите определение

_____ — это основные помещения предприятий питания, где обслуживают гостей.

6. Перечислите основные функции сервиса:

7. Вставьте пропущенные слова

Нужно отметить, что _____ услуги являются важнейшей составляющей так называемой _____ экономики, категории чрезвычайно многогранной, охватывающей обширный круг экономических объектов и процессов.

8. Вставьте пропущенное слово.

Место предоставления услуг, где работник взаимодействует с клиентами или оказываетим те или иные услуги, называют _____

9. На каком расстоянии необходимо находиться работнику от заказчика? (Ответ дайте всантиметрах)

10. Профессиональная этика работников сервиса – это:

11. Вставьте пропущенные слова:

_____ сервис призван удовлетворить выступающие в диалектическом единстве и взаимосвязи интересы общества - макросреда, интересы классов и социальных групп - _____ и интересы малой социальной группы - _____
микросреда, часто проявляющиеся через деятельность отдельного индивида, реализующего сначала потребность этой малой группы, а позднее и свою собственную.

12. Перечислите все 6 классов, которые включает в себя комплексная классификация.

13. Цель послегарантийного сервиса – это:

14. Информационный сервис (в широком смысле) -

15. Вставьте пропущенные слова
_____ торговля товарами народного потребления является
важнейшей сферой современной рыночной экономики, в которой
занято, по данным статистики, 4% населения страны.

16. Сфера обслуживания предприятий – это:

17. Материальная услуга -

18. Вставьте пропущенное слово:
Практика продажи предприятиям права на использование своего то-
варного знака под контролем и под защитой закона дает возможность
владельцу существенно расширить масштабы своего бизнеса без зна-
чительных единовременных и текущих затрат. На этой основе начали
складываться определенные правила ведения дел владельца товарного
знака - _____ с предприятиями, которые приобрели
лицензии - _____ с целью их использования, т. е. отношения _____.

19. Какой формат имеет типичный «зарубежный универмаг»? При-
ведите несколько примеров: _____

20. Напишите 4 фактора, являющиеся предпосылками к зарожде-
нию мерчандайзинга какединой системы:

21. Мерчандайзинг – это:

22. Региональный субфранчайзер – это:

23. Вставьте пропущенные слова.

Многие новые виды сервиса генерируют услуги _____ характера, т. е. нацеленные преимущественно на небольшую часть обеспеченных и сверхобеспеченных людей. В то же время _____ капитал не склонен осваивать малорентабельные сервисные производства, необходимые обществу и регионам страны.

24. Вставьте пропущенные слова.

Включение услуг библиотек и читальных залов в структуру _____ также обусловлено объективными причинами: как показывают различные исследования, в условиях снижения _____ финансирования, многие библиотеки вынуждены переходить на платный характер обслуживания читателей.

25. Социально-культурная услуга -

3. Вопросы на установление последовательности.

1. *Установите последовательность цепочки развития сервисной деятельности:*

Услуги;
Самообслуживание;
Индустрия сервиса;
Сервисная деятельность;
Обслуживание.

Ответ: _____

2. *Установите последовательность составления плана-графика подготовки мероприятия:*

Определение цели, результатов и общего перечня работ проекта;
Создания системы комплексного планирования и параметров проекта;
Определение ресурсов и ответственности рабочей группы;
Создание системы контроля и регулирования хода выполнения проекта;
Создание команды проекта.

Ответ: _____

3. *Установите последовательность возникновения доп. услуг:*

Транспортная;
Авиакомпания;
Бытовое обслуживание;
СПА.

Ответ: _____

4. Установите последовательность принятий законов:

Закон РФ О защите прав потребителей;
Закон РФ О лицензировании отдельных видов деятельности
Закон РФ О защите прав потребителей;
Закон РФ О банках и банковской деятельности.

Ответ: _____

5. Найдите в приведенном списке 4 этапа эволюции мерчандайзинга, и расставьте их в правильном порядке:

Торговля, подкрепленная расширенным ассортиментом услуг, обрывает рациональной технологичностью процессов, создавая некую унифицированную систему;
Развитие системного подхода в розничной торговле;
Торговля с минимумом необходимых услуг;
Торговля на широких площадках;
Торговля, повышающая спрос на бытовые услуги;
Торговля, подкрепленная расширенным ассортиментом услуг.

Ответ: _____

6. Установите последовательность бытовых услуг (по уровню необходимости), предоставляемых населению России:

Ремонт и изготовление обуви;
Ремонт и строительство жилища;
Изготовление и ремонт мебели;
Услуги парикмахера;

Ответ: _____

7. Установите последовательность контакта с гостем во время прибывания в отеле:

Горничная;
Хаусмен;
Администратор;
Официант.

Ответ: _____

8. Установите последовательность действий транспортной компании-перевозчика:

Туристы;
Тур агенты;
Туроператоры.

Ответ: _____

4 Вопросы на установление соответствия.

1. Установите соответствие

1. Услуга	А) Обслуживание населения или предоставление ему услуг.
2. Исполнитель	Б) Предприятие, организация или предприниматель, оказывающие услугу потребителю.
3. Сервис	В) Деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.
4. Обслуживание	Г) Результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя.

А	Б	В	Г

2. Установите соответствие между названиями компаний и типу организационных структур в отечественном сервисе:

1. Крупный бизнес (крупные структуры бизнеса и системно-отраслевые организации).	А) фирма «Детский мир»
	Б) ВГТРК
	В) «Лукойл»
2. Интегрированная бизнес-группа	Г) Аэрофлот
	Д) «Связьинвест»
	Е) «Интеррос»

А	Б	В	Г	Д	Е

3. Установите соответствие

1. Закусочный прибор	А) Прибор отличается от десертного меньшими размерами.
2. Рыбный прибор	Б) Используется для сервировки стола при подаче холодных блюд и закусок всех видов, а также некоторых горячих закусок.
3. Столовый прибор	В) Используется при подаче сладких блюд, пирогов, арбузов и т.д.
4. Десертный прибор	Г) Используется для сервировки стола при подаче первых и вторых блюд при отсутствии специального прибора.
5. Фруктовый прибор	Д) Используется для сервировки стола при подаче вторых рыбных блюд.

А	Б	В	Г	Д

4. Установите соответствие

1. Мольтоны	А) Соответствуют форме и размерам используемых на том или ином предприятии столов и, как правило, свисают со всех сторон на 25-35 см
2. Скатерти	Б) Используются квадратной формы и размерами 40 x 40 см, 50 x 50 см, 60 x 60см.
3. Салфетки	В) Нижние покрывала из фланели, тонкого войлока или искусственной ткани.
4. Ручники официантские	Г) Используются для подачи блюд и обслуживания клиентов.

А	Б	В	Г

5. Установите соответствие

1.Производственный сервис.	А) Обращение товара на конечном его этапе продвижения к непосредственному потребителю
2. Хозяйственный сервис	Б) В этой отраслевой структуре определяющими выступают услуги государственных и социальных институтов, обеспечивающих функционирование и развитие, единство, стабильность
3.Интеллектуальный сервис	В) Услуги, непосредственно входящие в производство товара, выступающие в виде полуфабриката или промежуточного продукта, либо обеспечивающие концентрацию на месте производства конечного продукта его комплектующих, отдельных узлов и деталей.
4.Сервис в сфере обращения	Г) Эта сфера услуг общественного характера оказывает общественно необходимые хозяйственные услуги деперсонифицированно в основном населению конкретной сельтебной зоны,но в какой-то части
5.Сервис сферы общественного устройства	Д) Сервис призван удовлетворить выступающие в диалектическом единстве и взаимосвязи интересы общества, интересы классов и социальных групп

А	Б	В	Г	Д

6. Установите соответствие

1. Постпродажный сервис	А) Предпродажная подготовка и услуги непосредственно при продаже.
2. Гарантийный сервис	Б) Все виды услуг, оказываемых потребителю с момента поступления продукции в его владение до ее утилизации.
3. Предпродажный сервис	В) При участии потребителя и поставщика проведение комплекса мероприятий по обеспечению эффективности работы изделия до выработки им своего расчетного ресурса.
4. Послегарантийный сервис	Г) Обеспечение уровня технико-эксплуатационных характеристик продукта в границах запрограммированных параметров

А	Б	В	Г

7. Установить соответствие

1. Биологические потребности	А) Всеобщие первичные потребности жизнедеятельности организма, нормального функционирования человеческого тела
2. Материальные потребности	Б) Классификация потребностей по критериям их гуманистической и этической направленности, по их роли в образе жизни и всестороннем гармоничном развитии личности.
3. Духовные потребности	В) Потребности в средствах и условиях удовлетворения биологических, социальных и духовных потребностей.
4. Социальные потребности.	Г) Стремление приобрести и обогатить свою духовность
5. Ценностно-ориентированные потребности	Д) Потребности, существующие как само собой разумеющееся, не побуждающие человека к их немедленному удовлетворению.

А	Б	В	Г	Д

8. Установите соответствие

1. Валовой национальный доход (ВНД)	А) Национальный доход, а также материальные затраты на производство товаров и услуг.		
2. Валовой общественный продукт (ВОП)	Б) Стоимость всех товаров и услугисключая стоимость сырья и полуфабрикатов		
3. Валовой национальный продукт (ВНП)	В) Стоимость товаров и услуг (конечных), т. е. потребленных населением, в рыночных ценах, а также государственные закупки, капитальные вложения, сальдоплатежного баланса		
А	Б	В	

9. Установите соответствие

1. Франшиза	А) Это человек или компания, которая покупает возможность обучения и помощь при создании бизнеса у франчайзера		
2. Франчайзи	Б) Платежи, которые покупатель франшизы регулярно выплачивает компании за то, что пользуется ее брендом, опытом, деловой репутацией и технологией.		
3. Роялти	В) Лицензия, когда один предприниматель продает другому право пользоваться брендом и наработанным годами опытом.		
А	Б	В	

10. Установите соответствие

1. Производственный сервис	А) Юридический сервис, область распространения которого может варьировать от предоставления консультационных и практических услуг разового характера до официально оформленного пожизненного обслуживания клиента.
2. Интеллектуальный сервис	Б) Экономический сервис, охватывающий интеллектуальную деятельность в области финансовых услуг, страхования, сделок с недвижимостью
3. Информационный сервис	В) Услуги по ремонту и содержанию в исправном состоянии техники, оснастки, оборудования, непосредственно включенных в процесс производства продукта.
4. Сервис в сфере обращения товаров и услуг	Г) Образовательный сервис, который сопутствует человеку на протяжении всей его активной творческой жизни.
	Д) Услуги на базе использования высоких технологий — производство предприятием программных продуктов и Телекоммуникационных услуг
	Е) Исследование субъектом сервиса информационных ресурсов, анализ, обработка материалов и прочее соответствующим техническим оснащением для самостоятельного поиска
	Ж) Предоставление потребителю информационных ресурсов
	З) Диалектическая взаимосвязь потребностей производства и потребления, обеспечивающая воспроизводство общественной жизни в ее разнообразии и динамике.

А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	З

11. Установите соответствие

1. Группа – искусство и развлечения	А) Театры
2. Группа – активный отдых населения	Б) Казино
3. Группа – азартные игры	В) Музыкальные автоматы
	Г) Парки
	Д) Спортивные площадки
	Е) Игровые автоматы

А	Б	В	Г	Д	Е

Шкала оценивания результатов тестирования:

В соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 баллов (установлено положением П 02.016).

Максимальный балл за тестирование представляет собой разность двух чисел: максимального балла по промежуточной аттестации для данной формы обучения (36 или 60) из максимального балла за решение компетентностно-ориентированной задачи (6). Балл, полученный обучающимся за тестирование, суммируется с баллом, выставленным ему за решение компетентностно-ориентированной задачи. Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по дихотомической шкале следующим образом:

Соответствие 100-балльной и дихотомической шкал:

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по дихотомической шкале</i>
100-50	зачтено
49 и менее	не зачтено

Критерии оценивания результатов тестирования:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – **1 балл**, не выполнено – **0 баллов**.

2.2 КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАЧИ

Компетентностно-ориентированная задача 1

Культура общения работника контактной зоны с покупателем (заказчиком) проявляется в умении сформулировать свои мысли и выслушать посетителя, в отзывчивости и сопереживании клиенту. Как известно, профессиональная этика работников сервиса содержит нравственные требования к их поведению. Конечно, нравственные требования полностью соблюдаются только в обществе с высоким уровнем культуры населения.

В настоящее время нравственность и культура общения работников сервиса рассматриваются как их важнейшие профессиональные качества. Эти работники должны быть морально и психологически готовы к грамотным действиям, даже в условиях конфликтных ситуаций общения с клиентами.

На культуру общения также влияет расстояние между работником и посетителем. Установлено, что работнику следует находиться от заказчика на расстоянии 70—80 см. Надо также иметь в виду, что общение облегчается, если собеседники обращены друг к другу лицом, чтобы имел место зрительный контакт.

А. В чём проявляется культура общения работника контактной зоны с покупателем?

В. Влияет ли на культуру общения расстояние? Если да, то на каком расстоянии должен находиться работник от заказчика?

Компетентностно-ориентированная задача 2:

В российской действительности сложилось свое представление о сфере услуг, получившее реализацию в теоретическом аспекте сервиса и в практике его реального бытия.

Для четкого выделения отраслей непроизводственной сферы в отчетных и других документах в 1976 году в России (СССР) был введен общесоюзный классификатор «Отрасли народного хозяйства» (ОКОНХ), который в 1992 году был модифицирован применительно к условиям рыночной экономики России. ОКОНХ представляет собой группировки видов деятельности, по отраслям в соответствии с их функциями в общей системе разделения труда (основное деление на сферу материального производства и непроизводственную сферу).

К сфере материального производства относятся все виды деятельности, создающие материальные блага в форме продуктов, энергии и других функций, являющихся продолжением производства в сфере обращения (хранение, транспортировка и т. д.).

К непроизводственной деятельности отнесены: ЖКХ, здравоохранение, социальное обеспечение, народное образование, наука и научное обслуживание, культура и искусство, финансы и кредит и т. д.

А. В каком году был введен общесоюзный классификатор

ОКОНХ?

- В. Что он из себя представляет?
- С. Что относят к сфере материального производства?
- Д. Перечислите, что относится к непроизводственной деятельности?

Компетентностно-ориентированная задача 3:

«Около года назад мы с коллегой, не сумев преодолеть московские пробки, опоздали на рейс в Санкт-Петербург. Мы вбежали в аэропорт, когда самолет начинал разбег, и к тому моменту мечтали только об одном — чтобы были билеты на следующий рейс. Мы понимали, что без доплат не обойтись. Обратившись к представителю авиакомпании и объяснив ситуацию, мы услышали слова, которые надолго сделали меня верным клиентом этого авиаперевозчика: «Я понимаю и очень сожалею, что так произошло. Давайте посмотрим, что можно сделать...»».

- А. Как бы Вы поступили на месте представителя авиакомпании?
- В. Разработайте концепцию сервисного обслуживания.

Компетентностно-ориентированная задача 4:

Свойства услуги, а также конкретные показатели качества сервиса широко используются представителями государственных контрольных органов, корпоративной средой, а также потребителями. Различают производственные, функциональные и потребительские свойства услуги.

К производственным свойствам относятся те, которые создаются в процессе производства и имеют ярко выраженные физико-технические свойства. Вместе с тем производственные свойства услуги представляют собой лишь потенциальное качество. Но и функциональные свойства не позволяют сделать окончательный вывод о качественных характеристиках услуг и сервисных продуктах — необходимо учитывать их потребительские свойства. Потребительскими свойствами выступает совокупность показателей, которые являются для потребителя наиболее значимыми. Именно они отображают реальное качество услуги.

- А. Какие различают свойства услуг? Охарактеризуйте каждую из них.
- В. Что необходимо сделать с любым товаром или продуктом?

Компетентностно-ориентированная задача 5:

Не менее показательна история автодилеров компании «Дженерал моторс». В 1898 г. молодая компания, не имевшая достаточного наличного капитала, необходимого для открытия магазинов, начала продажу двигателей через систему дилеров. Эта система и по настоя-

щее время остается основным способом продажи автомобилей.

В 20—30-е годы двадцатого столетия нефтеперерабатывающие компании приступили к организации фирменных бензоколонок. С 50-х годов во многих странах особенно быстрыми темпами начала развиваться франчайзинговая система создания отелей и ресторанов.

Этому явлению способствовало принятие в США закона о товарных знаках, который регламентировал положение о том...?

А. Что регламентировал этот закон?

Компетентностно-ориентированная задача 6:

Одной из наиболее распространенных разновидностей посреднической предпринимательской деятельности является дилерство. За 1998—1999 гг. рост объемов реализации продукции через дилерскую сеть составил 23,4% против 2,2% в 1995 г.

Дилеры работают за свой счет, покупая товары у производителей и, становясь их собственниками, реализуют их от своего имени. По своему содержанию дилерство является частным видом предпринимательства, основанным на моделировании возможных партнерских связей между контрагентами, оценке и анализе их эффективности и выборе наиболее эффективного варианта партнерских связей.

Исходя из состояния российского рынка важное значение для дилерства приобретает использование консалтинговых услуг, анализ их специфики, организации, научно-методического и информационного обеспечения, выявления приоритетных проблем внутреннего консультирования в дилерской деятельности.

Инновационный аспект дилерства наряду со знанием потребителя, его вкусов, потребностей и предпочтений, особенностей осваиваемого сегмента рынка, объективной оценки собственных способностей, умений, навыков и финансовых возможностей предполагает обладание информацией об уровне развития науки, техники, технологий.

Дилер совместно с производителем участвует в инженерном обеспечении производства: он решает вопросы о технической документации, снабжении комплектующими, оборудованием, сырьем, оказывает помощь в приобретении новых технологий, на что дилерской фирмой выделяются необходимые финансовые средства. В ходе длительного сотрудничества между дилером и производителем возможно создание совместных структурных подразделений, решающих инновационные задачи производителя.

А. За чей счёт работают дилеры?

В. Что может дилер, участвуя в инженерном обеспечении производства?

Компетентностно-ориентированная задача 7:

К горничной, убирающей на этаже, обращается постоянная гостя — молодая женщина с просьбой открыть ее номер, ссылаясь на то, что

она в спешке забыла взять ключ в Reception. При этом горничная видит, что в коляске у женщины двое маленьких детей – близнецы, они надрываются от плача; молодая мама их успокаивает, при этом очень нервничает, волнуется, переживает. Горничная давно знает эту семью. Они живут в гостинице уже год и оплатили проживание еще на полгода вперед. Горничная даже знает всю их семью по именам.

А. Как должна поступить горничная в этой ситуации?

В. Назовите основные требования к горничным по взаимодействию с гостями.

Компетентностно-ориентированная задача 8:

В отель «Триумф» обратился г-н Халиф аль Араб (турок), покинувший его 2 дня назад, с просьбой вернуть ему папку с очень важными документами, которые он при выезде забыл в номере. После долгих объяснений на английском языке просьба клиента не была удовлетворена.

Старшая горничная, принимавшая номер в день выезда г-на, Халиф аль Араба, находилась в отгуле, и связаться с ней не представлялось возможным.

А. Предложите возможный выход из данной ситуации с положительным результатом в пользу клиента.

В. Каков порядок действий персонала гостиницы с вещами, забытыми клиентами в гостинице?

С. Каким образом происходит идентификация забытых вещей и передача их владельцу?

Компетентностно-ориентированная задача 9:

Компания «Тур-экстрим» с 2002 года работает на туристическом рынке города Череповца. В числе первых ее предложений были рыбалка в Кении, а также отдых в России в стиле милитари – с катанием на БТР, полосой препятствий и полевой кухней. Но спустя несколько месяцев стало понятно, что экстрим-направление слишком дорого для череповецких туристов и себя не окупит. Постепенно компания начала уходить от экстрима и предлагать все больше стандартных туров: Турция, Египет, Кипр, Арабские Эмираты. Этим же занялся и второй офис «Тур-экстрима», открытый в Ярославле. Но турфирм в этих городах масса, и в большинстве своем предложения их одинаковы: все они продают одни и те же направления и виды туров.

Название компании тем временем все меньше отвечало изначальной задумке. Некоторых потенциальных клиентов это сбивало с толку: спрашивать в «Тур-экстриме» путевку в Анталию мало кому приходило в голову. Случалось, что клиенты, вместо того чтобы узнать о компании подробнее, шли напрямик к конкурентам. Однако сменить название в турфирме не решились, аргументируя это привычкой людей иметь дело со знакомой вывеской. Да и от идеи рано или поздно

вернуться в направление развлечений и приключений «Тур-экстрим» пока не отказывается.

Сейчас, по словам исполнительного директора «Тур-экстрима» Марии Исайкиной, компания работает по принципу «делай то, что закажут». В неделю заключается около четырех-пяти контрактов в каждом из двух офисов. 25–30% заказов составляют заявки на семейный и корпоративный загородный отдых. Они же приносят примерно 60% дохода. Собственно, экстрим обеспечивает всего 2–8% прибыли. В последнее время туристические компании отмечают большой спрос на отдых на юге России, поэтому существует возможность заняться еще и этим направлением. С другой стороны, есть риск окончательно потеряться в нишах и услугах. Но «Тур-экстрим» хочет при этом сохранить индивидуальность и развивать первоначально намеченное направление «развлечения и приключения».

А. Имеет ли смысл развивать подобные услуги в регионе и как компания может формировать спрос на развлечения и приключения?

В. Какую стратегию избрать региональной туристической фирме?

Компетентностно-ориентированная задача 10:

Туристы приобрели турпродукт следующего состава: международный авиаперелет, размещение, экскурсионная программа. В конце путешествия на стойке регистрации обратного вылета туристы были проинформированы сотрудником аэропорта о том, что рейс, указанный в их билете, не значится в расписании и, соответственно, не будет выполняться. Туристы были вынуждены за свой счет приобрести обратные билеты на другой рейс. По возвращении туристы обратились в турагентство с требованием компенсации понесенных расходов на авиаперелет.

А. Имеют ли право туристы в этой ситуации на возврат своих расходов по оплате туристского продукта или не предоставленных услуг?

В. За чей счет и в каком размере будет произведен возврат или компенсация? От каких условий это будет зависеть?

Компетентностно-ориентированная задача № 11

«Около года назад мы с коллегой, не сумев преодолеть московские пробки, опоздали на рейс в Санкт-Петербург. Мы вбежали в аэропорт, когда самолет начинал разбег, и к тому моменту мечтали только об одном — чтобы были билеты на следующий рейс. Мы понимали, что без доплат не обойтись. Обратившись к представителю авиакомпании и объяснив ситуацию, мы услышали слова, которые надолго сделали меня верным клиентом этого авиаперевозчика: «Я понимаю и очень сожалею, что так произошло. Давайте посмотрим, что можно сделать...»».

Как бы Вы поступили на месте представителя авиакомпании?
Разработайте концепцию сервисного обслуживания.

Компетентностно-ориентированная задача № 12

«В настоящее время наблюдается бурное развитие малых независимых гостиниц, делающих ставку на уникальность и неповторимость. Привлекательность малых гостиниц обеспечивают уютные в домашнем стиле номера, умеренная цена, месторасположение и условия для работы и отдыха, а также персональное обслуживание.»

В чём преимущество малых независимых гостиниц? Разработайте концепцию сервисного обслуживания в этих гостиницах.

Компетентностно-ориентированная задача № 13

Свойства услуги, а также конкретные показатели качества сервиса широко используются представителями государственных контрольных органов, корпоративной средой, а также потребителями. Различают производственные, функциональные и потребительские свойства услуги.

К производственным свойствам относятся те, которые создаются в процессе производства и имеют ярко выраженные физико-технические свойства. Вместе с тем производственные свойства услуги представляют собой лишь потенциальное качество.

Но и функциональные свойства не позволяют сделать окончательный вывод о качественных характеристиках услуг и сервисных продуктах — необходимо учитывать их потребительские свойства. Потребительскими свойствами выступает совокупность показателей, которые являются для потребителя наиболее значимыми. Именно они отображают реальное качество услуги.

1. Какие различают свойства услуг? Охарактеризуйте каждую из них.
2. Что необходимо сделать с любым товаром или продуктом?

Компетентностно-ориентированная задача № 14

Гостиничный комплекс «Приветливый берег» осуществляет свою деятельность в трех основных направлениях: предоставление услуг временного проживания, оказание оздоровительных и лечебных медицинских услуг, услуги общественного питания.

Для качественного обслуживания потребителей и осуществления основных хозяйственных процессов гостиничный комплекс оснащен необходимым современным оборудованием и хозяйственным инвентарем.

Сохранность материальных ценностей, а также экспертиза их эксплуатационного состояния обеспечивается инвентаризацией.

1. Назовите необходимые ресурсы для предоставления лечебно - оздоровительных медицинских услуг, учитывая, что в организации процесса большое внимание уделяется использованию природно – лечебных факторов регионального компонента.

2. Стандарты управления персоналом для данного предприятия.

Компетентностно-ориентированная задача № 15

В процессе подтверждения соответствия услуги размещения требованиям системы сертификации экспертная комиссия отметила в объекте обследования, что гостиница слабо ориентирована на клиента. Отсутствует «бюро услуг» и предложение потребителей, изложенные в книге отзывов, подтвердили факты различных конфликтов между потребителем и исполнителем услуг (гостиницей).

Прокомментируйте:

а) правила поведения персонала при обслуживании потребителей

б) поведение администратора как третьего лица в конфликте.

2. Обоснуйте конфликт, как присущую организации необходимость.

Компетентностно-ориентированная задача № 16

Определите тип организационной структуры

В гостинице «прикамье» во главе каждого структурного подразделения находится руководитель, который наделен всеми полномочиями и функциями управления гостиничным предприятием. В данном отеле недостатками являются: отсутствие звеньев по планированию и подготовке решение, концентрация власти в управляющей верхушке, перезагрузка информацией, множество контактов с подчиненными, вышестоящими и сменными структурами.

Компетентностно-ориентированная задача № 17

Культура общения работника контактной зоны с покупателем (заказчиком) проявляется в умении сформулировать свои мысли и выслушать посетителя, в отзывчивости и сопереживании клиенту. Как известно, профессиональная этика работников сервиса содержит нравственные требования к их поведению. Конечно, нравственные требования полностью соблюдаются только в обществе с высоким уровнем культуры населения.

В настоящее время нравственность и культура общения работников сервиса рассматриваются как их важнейшие профессиональные качества. Эти работники должны быть морально и психологически готовы к грамотным действиям, даже в условиях конфликтных ситуаций общения с клиентами.

На культуру общения также влияет расстояние между работником и посетителем. Установлено, что работнику следует находиться от заказчика на рас-

стоянии 70—80 см. Надо также иметь в виду, что общение облегчается, если собеседники обращены друг к другу лицом, чтобы имел место зрительный контакт.

1. В чём проявляется культура общения работника контактной зоны с покупателем?
2. Влияет ли на культуру общения расстояние? Если да, то на каком расстоянии должен находиться работник от заказчика?

Компетентностно-ориентированная задача № 18

Определите в какой последовательности нужно убрать номера? Старшая горничная Ирина в 8.00 получила данные о необходимости уборки в 3-х номерах, из которых 1-й номер забронирован, гость приедет вечером; 2-й номер после выезда гостя; 3-й номер, в котором проживают гости.

Компетентностно-ориентированная задача № 19

Определите, как следует поступить горничной в данной ситуации? Выполняя уборку номера после выезда гостя, горничная Валентина обнаружила неисправность сплит-системы.

Компетентностно-ориентированная задача № 20

Свойства услуги, а также конкретные показатели качества сервиса широко используются представителями государственных контрольных органов, корпоративной средой, а также потребителями. Различают производственные, функциональные и потребительские свойства услуги.

К производственным свойствам относятся те, которые создаются в процессе производства и имеют ярко выраженные физико-технические свойства. Вместе с тем производственные свойства услуги представляют собой лишь потенциальное качество.

Но и функциональные свойства не позволяют сделать окончательный вывод о качественных характеристиках услуг и сервисных продуктах — необходимо учитывать их потребительские свойства. Потребительскими свойствами выступает совокупность показателей, которые являются для потребителя наиболее значимыми. Именно они отображают реальное качество услуги.

1. Какие различают свойства услуг? Охарактеризуйте каждую из них.
2. Что необходимо сделать с любым товаром или продуктом?

Компетентностно-ориентированная задача № 21

Рынок гостиничных услуг постоянно развивается на основе растущего спроса потребителей, с учетом новых характеристик услуг и технических достижений.

Задание: охарактеризуйте современные тенденции развития предприятий индустрии гостеприимства в вашем регионе по предложенным характеристикам:

1. Особенности российской модели управления развитием гостиничной индустрии
2. экономические предпосылки развития индустрии гостеприимства на территории вашего региона
3. психологические аспекты современной системы управления гостиничным предприятием.

Компетентностно-ориентированная задача № 22

Можно выделить следующие большие группы потребностей. Базовые потребности — это всеобщие потребности, присущие всем людям. Что относится к базовым потребностям и охарактеризуйте каждую из них, приведя хотя бы по одному примеру.

Компетентностно-ориентированная задача № 23

В службу приема и размещения 4-звездочного отеля обратился гость. Номер для гостя забронирован предприятием, и оплачен им же с корпоративной скидкой 40%. Гость решает продлить свое пребывание на три дня и хочет оплатить самостоятельно на тех же условиях. Какие могут быть варианты для продления проживания?

Компетентностно-ориентированная задача № 24

В службу приема и размещения 4-звездочного отеля обратился гость. Гость хамит (повышает голос, не дает паспорт, не желает заполнять анкету, не дает карту для депозитирования оплаты). Какой порядок действий должен быть в таком случае?

Компетентностно-ориентированная задача № 25

1. Почему анкеты гостей в качестве обслуживания часто сравнивают с бесплатным аудитом
2. Какую информацию содержат анкеты-отзывы гостей о качестве обслуживания?

Компетентностно-ориентированная задача № 26

Не менее показательна история автодилеров компании «Дженерал моторс». В 1898 г. молодая компания, не имевшая достаточного наличного капитала, необходимого для открытия магазинов, начала продажу двигателей через си-

стему дилеров. Эта система и по настоящее время остается основным способом продажи автомобилей.

В 20—30-е годы двадцатого столетия нефтеперерабатывающие компании приступили к организации фирменных бензоколонок. С 50-х годов во многих странах особенно быстрыми темпами начала развиваться франчайзинговая система создания отелей и ресторанов.

Этому явлению способствовало принятие в США закона о товарных знаках, который регламентировал положение о том...? Что регламентировал этот закон?

Компетентностно-ориентированная задача №27

В службу приема и размещения 4-звездочного отеля обратились гости. У туристов был забронирован номер TRIPLE, а семья приехала в составе 2 взр + 2 ребенка (1.5 И 15 ЛЕТ). Гости увидели номер и спустились с претензией. Какой порядок действий должен предпринять управляющий для решения конфликта?

Компетентностно-ориентированная задача № 29

В службу приема и размещения 4-звездочного отеля обратился гость. Возникают технические неполадки с компьютером. Гость утверждает, что у него забронировано и оплачено размещение, однако никаких документов, распечаток, ваучеров не предъявляет. Каким образом Вы решите данную проблему.

Компетентностно-ориентированная задача № 30

Турист Иванов приобрел тур в Испанию. В период отдыха он не предусмотрел наличие головного убора, в результате чего по приезде на место проживания в отель с ним случился гипертонический криз. Турист позвонил на ресепшен и попросил администратора вызвать скорую помощь для оказания ему срочной медицинской помощи. В день отъезда при окончательном расчете туристу выставили счет за медицинские услуги. Обязан ли турист оплачивать данную услугу? Почему?

Шкала оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи:

В соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 (установлено положением П 02.016).

Максимальное количество баллов за решение компетентностно-ориентированной задачи: **6 баллов**.

Балл, полученный обучающимся за решение компетентностно-ориентированной задачи, суммируется с баллом, выставленным ему по результатам тестирования.

Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по дихотомической шкале (для зачета) или в оценку по 5-балльной шкале (для экзамена) следующим образом:

Соответствие 100-балльной и дихотомической шкал

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по дихотомической шкале</i>
100–50	зачтено
49 и менее	не зачтено

Соответствие 100-балльной и 5-балльной шкал:

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по 5-балльной шкале</i>
100–85	отлично
84–70	хорошо
69–50	удовлетворительно
49 и менее	неудовлетворительно

Критерии оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи:

6-5 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует глубокое понимание обучающимся предложенной проблемы и разностороннее ее рассмотрение; свободно конструируемая работа представляет собой логичное, ясное и при этом краткое, точное описание хода решения задачи (последовательности (или выполнения) необходимых трудовых действий) и формулировку доказанного, правильного вывода (ответа); при этом обучающимся предложено несколько вариантов решения или оригинальное, нестандартное решение (или наиболее эффективное, или наиболее рациональное, или оптимальное, или единственно правильное решение); задача решена в установленное преподавателем время или с опережением времени.

4-3 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует понимание обучающимся предложенной проблемы; задача решена типовым способом в установленное преподавателем время; имеют место общие фразы и (или) несущественные недочеты в описании хода решения и (или) вывода (ответа).

2-1 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует поверхностное понимание обучающимся предложенной проблемы; осуществлена попытка шаблонного решения задачи, но при ее решении допущены ошибки и (или) превышено установленное преподавателем время.

0 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует непонимание обучающимся предложенной проблемы, и (или) значительное место занимают общие фразы и голословные рассуждения, и (или) задача не решена.