

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП.01 Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве

программы подготовки специалистов среднего звена

43.02.16 Туризм и гостеприимство

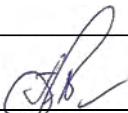
Форма обучения: очная

Находка 2026

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.01 «Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденного приказом Минпросвещения России от 12.12.2022 № 1100, примерной образовательной программой.

Разработчик: О.В. Ковальчук, преподаватель высшей категории филиала «ВВГУ» в г. Находке

Рассмотрено и одобрено на заседании методической цикловой комиссии
Протокол № от « » _____ 2026 г.

Председатель МЦК  В.В. Плахотина

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

- 1. Общая характеристика**
- 2. Структура и содержание дисциплины**
- 3. Условия реализации дисциплины**
- 4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОП.01 СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ»

(наименование дисциплины)

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Цель дисциплины «Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве»: подготовка студентов к эффективной работе в сфере туризма и гостеприимства, формирование глубокого понимания принципов и практики предоставления высококачественного сервиса.

Дисциплина «Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве» включена в обязательную часть обще профессионального цикла образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

Результаты освоения дисциплины соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ОПОП-П).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ОК	Уметь	Знать
ОК 01	У1 распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части; У2 определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать У3 составленный план, определять необходимые ресурсы; У4 выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для У5 решения задачи и/или проблемы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; У6 оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	З1 актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; З2 структура плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; З3 основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте; З4 методы работы в профессиональной и смежных сферах; З5 порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 04	У7 организовывать работу коллектива и команды; У8 взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	З6 психологические основы деятельности коллектива; З7 психологические особенности личности
ОК 05	У9 грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; У10 проявлять толерантность в рабочем коллективе	З8 правила оформления документов; правила построения устных сообщений; З9 особенности социального и культурного контекста

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах
Лекции	22
Практические занятия	22
Самостоятельная работа	
Консультации	
Промежуточная аттестация в форме экзамена	
Всего	44

2.2. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятий	Объем, ак. ч. / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч.	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	Содержание	2	ОК 01 ОК 04 ОК 05
	1.1. Социальные предпосылки возникновения развития сервисной деятельности. Сущность понятия сервисной деятельности. Классификация видов сервиса. Сервис как деятельность. Сервис как потребность.		
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
Тема 2. Услуги в сервисной деятельности. Природа сервиса	Содержание	4	ОК 01 ОК 04 ОК 05
	Подходы к определению услуги; содержание понятия услуги как продукта сервисной деятельности; функциональное назначение, направленность материальных и социально-культурных услуг. Разновидности услуг и их характеристика. Свойства услуг в сервисной деятельности. Особенности жизненного цикла услуги. Природные особенности услуг, их влияние на маркетинговые подходы на ключевые компоненты сервиса. Структура, содержание, функции и дисфункции сервиса. Сервисная организация как система. Маркетинговые составляющие услуги:		

	система доставки, физическое окружение. Роль других покупателей в процессе сервиса. История развития сервисной деятельности. Социальные предпосылки развития сферы обслуживания. Три волны в теории предпринимательства на рынке услуг.		
	В том числе практических и лабораторных занятий Практическое занятие 2. Анализ основных и дополнительных услуг в туризме и гостеприимстве. Анализ контактных зон в сервисной деятельности туризма и гостеприимства. «Контактная зона» - сфера реализации сервисной деятельности». Зона Reception в гостинице – контактная зона	4	
Тема 3. Сфера услуг как направление бизнеса. Предприятие, оказывающее услуги населению	Содержание Определение сферы обслуживания; цели, задачи, тенденции развития коммерческого и некоммерческого секторов сферы услуг. Возрастающее значение сферы обслуживания. Формирование рынка услуг. Характеристика отраслей сферы услуг. Модель основных сфер человеческой жизнедеятельности. Аспекты развития сферы услуг. Коммуникационные пути в сфере обслуживания. Эволюция понятия «товар». Характеристика уровней товара. Место сервиса в современной многоуровневой концепции товара. Способы производства и реализации основных и дополнительных товаров и услуг на предприятиях сервиса. Организационная структура предприятия сервиса. Современное понятие конкуренции предприятий, оказывающих услуги населению. Факторы, определяющие организацию процесса обслуживания: место, время, образ действия. Гарантия: назначение, принципы.	2	ОК 01 ОК 04 ОК 05
	В том числе практических и лабораторных занятий 1. Туристские, экскурсионные, гостиничные услуги и услуги предприятия питания. 2. Организационные основы сервисной деятельности. 3. Персонал сервисной организации. 4. Потребители услуг. 5. Формирование и продвижение новых услуг в сфере туризма и гостеприимства.	2	

Тема 4. Правовое регулирование отношений в сфере услуг	Содержание	2	ОК 01
	Характеристика сервиса как социального института. Государственное регулирование в сфере обслуживания – основа управления деятельностью предприятий. Значение законодательства в сфере обслуживания: обязанности и ответственность предпринимателя по отношению к клиенту. Закон «О защите прав потребителей». Основные понятия, используемые в законе, круг правоотношений, регулируемых законом. Основные права потребителей. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН. Характеристика ГОСТов в сервисной деятельности; Правила обслуживания населения на предприятиях сервиса РФ		ОК 04 ОК 05
	В том числе практических и лабораторных занятий		
	1. Нормативно-правовое поле безопасности услуг: ФЗ. 2. Правила. Система ГОСТов	2	
	В том числе самостоятельная работа обучающихся		
	Нормативно- правовая база в области сертификации. Лицензия. Лицензиат.	3	
Тема 5. Контактная зона как сфера реализации сервисной деятельности	Содержание		
	Понятие контакта, контактной зоны как сферы реализации сервисной деятельности. Характеристика точек соприкосновения в сфере обслуживания. Обслуживание как технология познания потребностей клиентов. Операции процесса обслуживания в контактной зоне. Факторы, определяющие результат обслуживания. Особенности гостеприимства как «секретного» элемента обслуживания. Специфические аспекты покупки услуг. Поведение потребителя и модель принятия решения клиента о покупке услуги. Типы клиентов, особенности поведения каждого психологического типа клиента, характеристика основного покупательского мотива клиентов разных типов. Стиль поведения продавцов в зависимости от типа клиента. Особенности выяснения потребностей. Аргументация, правила аргументации. Особенности характеристик услуги в пользу для клиента. Современный подход к тактике обслуживания.	2	ОК 01 ОК 04 ОК 05
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	

	1. Эффективное взаимодействие в сервисе. 2. Особенности работы с разными типами посетителей. 3. Тестирование для самодиагностики навыков общения.		
	В том числе самостоятельная работа обучающихся Организация деятельности предприятия сервиса: сегментирование рынка; динамика потребительского спроса на продукцию или услугу; маркетинговая среда предприятия в сфере туризма и гостеприимства.	3	
Тема 6. Качество услуги в сервисной деятельности	Содержание Определение понятий качества услуги, качества обслуживания, параметры качества услуги. Модели качества услуг. Виды качества сервисного продукта. Причины неудовлетворенности клиентов предоставляемыми услугами. Типология эффективности элементов обслуживания. Цели разработки стандартов обслуживания. Методология оценки качества услуг. Стратегии повышения качества сервисных продуктов. Формирование системы управления качеством на предприятиях.	4	ОК 01 ОК 04 ОК 05
	В том числе практических и лабораторных занятий		
	1. Уточнение характеристик и специфики предоставление различных услуг. 2. Определение качества сервисных услуг.	4	
	В том числе самостоятельная работа обучающихся		
	Гарантийное обслуживание: принципы и функции гарантии.	2	
Тема 7. Ценность услуги и конкурентоспособность предприятия	Содержание Определение ценности услуги, характеристика составляющих модели ценности услуги: воспринимаемое качество, внутренне присущие и внешние признаки ценности услуги, денежная и не денежная цены, время. Влияние ценности услуги на определение конкурентоспособной сервисной стратегии деятельности предприятия. Интегрированные элементы стратегического видения услуги.	2	ОК 01 ОК 04 ОК 05
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	

	1. Анализ составляющих модели ценности услуги. 2. Определение ценности услуги.		
	В том числе самостоятельная работа обучающихся	2	
	Построение модели ценности услуги.		
Тема 8. Культура взаимодействия участников сервиса	Содержание	4	ОК 01 ОК 04 ОК 05
	Культура сервиса: определение, составляющие ценностно-нормативной структуры. Определение проблемных зон в культуре обслуживания, социально-культурные ресурсы сервиса. Характеристика содержания, процесса и результата культуры сервиса. Аспекты культуры сервиса. Особенности трудовой деятельности работников в сфере обслуживания. Сущность культуры потребления. Приоритеты потребителя, система ценностей, ценностные ориентации потребителя в сервисной деятельности. Типология потребительских требований и критерии потребительской оценки в сервисной деятельности. Культура общения в сервисе.		
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	1. Определение проблемных зон в культуре обслуживания. 2. Правила работы в команде с социальными, этническими, конфессиональными и культурными различиями.		
Всего		44	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы учебной дисциплины предполагает наличие лаборатории информационных технологий.

Оборудование лабораторий информационных технологий и рабочих мест лаборатории:

- посадочные места (по количеству обучающихся);
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации.

Технические средства обучения:

- компьютеры с лицензионным программным обеспечением и доступом к локальной корпоративной сети, сети Интернет (по количеству обучающихся);
- мультимедиапроектор;

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Велединский, В. Г., Сервисная деятельность : учебник / В. Г. Велединский. — Москва : КноРус, 2023. — 191 с. — ISBN 978-5-406-10346-3. — URL: <https://book.ru/book/944967>.
2. Бурняшева, Л. А., Сервисная деятельность : учебное пособие / Л. А. Бурняшева. — Москва : КноРус, 2023. — 428 с. — ISBN 978-5-406-10452-1. — URL: <https://book.ru/book/948831>.
3. Донец, Н. Ю. Сервисная практика : методические указания / Н. Ю. Донец, А. П. Лаврова. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2022. — 44 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e4anbook.com/book/325871>.
4. Резник, Г. А. Сервисная деятельность : учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 202 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2680. - ISBN 978-5-16-005710-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium .ru/catalog/product/2102179>.
5. Черников, В. Г. Сервисология: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Г. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 252 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18698-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545392>.

3.2.2. Дополнительные источники

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
2. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"
3. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
4. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
5. Электронно-библиотечная система "РУКОНТ"
6. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоённости компетенций	Методы оценки
<i>Знает:</i> -структура плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; -методы работы в Профессиональной и смежных сферах; -порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; психологические основы деятельности коллектива; -правила построения устных сообщений; особенности социального и культурного контекста <i>Умеет:</i> -владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) -взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; проявлять толерантность в рабочем коллективе.	Демонстрирует знание структуры плана для решения задач, алгоритмов выполнения работ в профессиональной и смежных областях; демонстрирует знание методов работы в профессиональной и смежных сферах; демонстрирует знание порядка оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; -демонстрирует знание Психологических особенностей социального и культурного контекста; -владеет актуальными Методами работы -оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); -взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности; -грамотно излагает свои мысли и оформляет документы -проявляет толерантность в рабочем коллективе.	Выполнения практических работ и видов работ по практике. Диагностика (тестирование, контрольные работы).

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
по учебной дисциплине

ОП.01 Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве

программы подготовки специалистов среднего звена

43.02.16 Туризм и гостеприимство

Форма обучения: очная

Находка 2025

Фонд оценочных средств учебной дисциплины ОП.01 «Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденного приказом Минпросвещения России от 12.12.2022 № 1100, примерной образовательной программой.

Разработчик: О.В. Ковальчук, преподаватель высшей категории филиала «ВВГУ» в г. Находке

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии
Протокол № от « » _____ 2026 г.

Председатель ЦМК _____  В.В. Плахотина

1 Общие сведения

Фонд оценочных средств предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины ОП.01 «Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденного приказом Минпросвещения России от 12.12.2022 № 1100.

ФОС включают в себя контрольные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине, которая проводится в форме дифференцированного зачёта (с использованием оценочного средства - устный опрос в форме ответов на вопросы, выполнение тестовых заданий).

2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие результаты освоения образовательной программы

Код ПК ¹	Код результата обучения ¹	Наименование результата обучения ¹
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам		31 актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; 32 структура плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; 33 основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте; 34 методы работы в профессиональной и смежных сферах; 35 порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности У1 распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части; У2 определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать У3 составленный план, определять необходимые ресурсы; У4 выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для У5 решения задачи и/или проблемы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; У6 оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
ОК04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде		36 психологические основы деятельности коллектива; 37 психологические особенности личности У7 организовывать работу коллектива и команды; У8 взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности

ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста		З8 правила оформления документов; правила построения устных сообщений; З9 особенности социального и культурного контекста У9 грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; У10 проявлять толерантность в рабочем коллективе
---	--	---

3 Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

3.1 Средства, применяемые для оценки уровня теоретической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
Тема 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	31 32 33	Профессиональные термины и понятия в организации туристской деятельности	Устный опрос (п. 5.1, Т1. вопросы 1-11)	Тест (п.6.)
Тема 2. Услуги в сервисной деятельности. Природа сервиса	34 35 36	Опыт, накопленный на основных этапах становления сервиса в России и за рубежом	Устный опрос (п. 5.1, Т-2 вопросы 1-5)	Тест (п.6.)
Тема 3. Сфера услуг как направление бизнеса. Предприятие, оказывающее услуги населению	34 35 36 37 38	Знать основные формы и оказания сервисных услуг	Устный опрос (п. 5.1, Т-2 вопросы 6-9)	Тест (п.6.)
Тема 4. Правовое регулирование отношений в сфере услуг	34 35 36 37	Учитывать законы и нормативные акты, в сервисной деятельности	Устный опрос (п. 5.1, Т-3 вопросы 1-10)	Тест (п.6.)
Тема 5. Контактная зона как сфера реализации сервисной деятельности	34 35 36 37 38	Обслуживание как технология познания потребностей клиентов.	Устный опрос (п. 5.1, Т-4 вопросы 1-28)	Тест (п.6.)
Тема 6. Качество услуги в сервисной деятельности	36 37 38	Определение понятий качества услуги, качества обслуживания, параметры качества услуги	Устный опрос (п. 5.1, Т-5 вопросы 1-10)	Тест (п.6.)
Тема 7. Ценность услуги и конкурентоспособность предприятия	37 38	Определение ценности услуги, характеристика составляющих модели ценности услуги	Устный опрос (п. 5.1, Т-5 вопросы 6-10)	Тест (п.6.)

Тема 8. Культура взаимодействия участников сервиса	34 35 36 37 38	Культура сервиса: определение, составляющие ценностно-нормативной структуры.	Устный опрос (п. 5.1, Т-вопросы 1-10)	Тест (п.6.)
---	---------------------------------------	--	---------------------------------------	--------------

² - для формулировки показателей использовать положения Таксономии Блума.

³ - Однотипные оценочные средства нумеруются, н-р: «Тест №2», «Контрольная работа №4».

⁴ - Примеры всех оценочных средств должны быть представлены в разделах 5,6.

⁵ - В скобках следует указать пункт разделов 5.6, в котором оно представлено.

3.2 Средства, применяемые для оценки уровня практической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
Тема 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	У1 У2 У3	Использовать профессиональные термины и понятия в организации туристской деятельности	Практическая работа 1	Тест (п.6.)
Тема 2. Услуги в сервисной деятельности. Природа сервиса	У4 У5 У6	Использовать опыт накопленный на основных этапах становления сервиса в России и за рубежом	Практическая работа 2; Рефераты к теме 2	Тест (п.6.)
Тема 3. Сфера услуг как направление бизнеса. Предприятие, оказывающее услуги населению	У4 У5 У6 У7 У8	Знать основные формы и оказания сервисных услуг	Практическая работа 3; Рефераты к теме 3	Тест (п.6.)
Тема 4. Правовое регулирование отношений в сфере услуг	У4 У5 У6 У7 У8	Учитывать законы и нормативные акты, в сервисной деятельности	Практическая работа 4	Тест (п.6.)
Тема 5. Контактная зона как сфера реализации сервисной деятельности	У4 У5 У6 У7 У8	Обслуживание как технология познания потребностей клиентов.	Практическая работа 5	Тест (п.6.)
Тема 6. Качество услуги в сервисной деятельности	У4 У5 У6 У7 У8	Определение понятий качества услуги, качества обслуживания, параметры качества услуги	Практическая работа 6 Рефераты к теме 6	Тест (п.6.)

Тема 7. Ценность услуги и конкурентоспо- собность предприятия	У6 У7 У8 У9 У10	Определение ценности услуги, характеристика составляющих модели ценности услуги	Практическая работа 7	Тест (п.6.)
Тема 8. Культура взаимодействия участников сервиса	У6 У7 У8 У9 У10	Культура сервиса: определение, составляющие ценностно-нормативной структуры.	Практическая работа 8	Тест (п.6.)

4 Описание процедуры оценивания

Результаты обучения по дисциплине, уровень сформированности компетенций оцениваются по четырём бальной шкале оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Текущая аттестация по дисциплине проводится с целью систематической проверки достижений обучающихся. Объектами оценивания являются: степень усвоения теоретических знаний, уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы, качество выполнения самостоятельной работы, учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине).

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по дисциплине результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом.

Критерии оценивания устного ответа

(оценочные средства: собеседование)

5 баллов - ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

4 балла - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

3 балла – ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

2 балла – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Критерии оценивания практических работ

(оценочные средства: готовые практические задания, в том числе выполненные в форме презентации).

5 баллов – студент демонстрирует глубокое познание программного материала, в полном объеме раскрывает теоретическое содержание вопросов индивидуального задания, увязывая его с задачами профессиональной деятельности, не затрудняется с ответом на дополнительные вопросы руководителей практики, успешно выполнил индивидуальное задание практики, продемонстрировав сформированность компетенций, способность правильно применять теоретические знания в практической деятельности, дает четкое обоснование принятых решений, умеет самостоятельно, последовательно, логично, аргументированно излагать, анализировать, обобщать изученный материал, не допуская ошибок.

4 балла – студент в целом уверенно и правильно выполнил задание, дает обоснование принятых решений, умеет самостоятельно, последовательно, аргументированно излагать, обобщать изученный материал, демонстрирует хорошую сформированность компетенций, владеет основными умениями и навыками, но при ответе на вопросы допускает незначительные ошибки и неточности. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

3 балла – студент усвоил только основные положения, пройденные на практике, обоснование принятых решений поверхностно, дает неполные (неточные) определения понятий, допускает неточности и ошибки, нарушает последовательность в изложении материала, задания выполнены не в полном объеме, испытывает затруднения при ответе на дополнительные вопросы, демонстрирует удовлетворительную сформированность компетенций. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

2 балла – студент не выполнил задание на практику, не смог ответить на дополнительные вопросы или отказался отвечать, не продемонстрировал сформированность компетенций. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии выставления оценки студенту на зачете

(оценочные средства: устный опрос в форме собеседования, выполнение итогового семестрового проекта.)

Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенций
------------------------------------	--

«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на продвинутом уровне: обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на пороговом уровне: имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже порогового: выявляется полное или практически полное отсутствие знаний значительной части программного материала, студент допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, умения и навыки не сформированы.

5. Примеры оценочных средств для проведения текущей аттестации

5.1. Вопросы для собеседования:

Тема 1 Основы теории услуг

1. Что входит в понятие «сфера услуг»?
2. Дайте определения понятиям «услуга» и «сервис».
3. Поясните понятия «обслуживание» и «услуга».
4. Определите роль сферы услуг в общественном разделении труда.
5. Перечислите функции сферы услуг.
6. Особенности развития сферы услуг в СССР.
7. Эволюция сервисной деятельности за рубежом.
8. Исторические этапы развития сервисной деятельности в США.
9. Особенности сервиса в индустриальном и постиндустриальном обществе
10. Развитие сферы сервиса в современной России.

Тема 2 Сущность системы сервиса

1. Дайте классификацию сферы услуг в соответствии с функциональной направленностью.
2. Дайте классификацию сервисных процессов с процессной (операционной) точки зрения.
3. Общероссийские классификаторы услуг населению. Отраслевая классификация услуг.

4. Какова структура кодового обозначения объекта классификации по Общероссийскому классификатору услуг населению ОК 002-93 (ОКУН)?
5. Поясните идеи Д. Белла о формировании постиндустриального общества.
6. Каковы особенности развития сферы услуг в России?
7. Какие этапы можно выделить в сфере развития бытовых услуг в России?
8. Определите свойства услуги как товара.
9. Назовите три уровня товара (согласно Ф. Котлеру) и место сервисной деятельности в создании «подкрепления» товару.

Тема 3 Предоставление основных видов услуг.

1. Назовите основные характеристики услуг.
2. Какими средствами архитектор может повысить осязаемость своей услуги?
3. В чем причина непостоянства качества услуг или гетерогенность услуг?
4. Дайте основное содержание понятия ценности в отношении услуг.
5. Определите сущность понятия воспринимаемое качество.
6. Раскройте понимание модели ценности услуги.
7. Каким образом можно использовать модель ценности услуги при разработке услуги?
8. Каким образом можно повысить ценность услуги?
9. Объясните, какие типы услуг помогут потребителю удовлетворить каждый уровень потребностей в иерархии потребностей по Маслоу?
10. Объясните, как внешние и внутренние факторы влияют на появление наших потребностей в услугах.

Тема 4 Формы, методы, правила обслуживания потребителей.

1. Определите основное содержание SERVUCTION модели.
2. Поясните понятия «бэк-офис» и «фронт-офис».
3. Что представляет собой система маркетинга услуг?
4. Назовите основные виды общения в «контактной зоне».
5. Назовите основные требования, предъявляемые к пространству контакта.
6. Определите особенности организации пространства контакта в различных сервисных предприятиях.
7. Дайте определение понятиям «метод обслуживания» и «форма обслуживания».
8. Каково основное содержание предоставления услуг методом поточной линии?
9. Назовите основные формы обслуживания потребителей.
10. В чем сущность и особенности обслуживания потребителей в стационарных условиях и с выездом на дом к потребителю?

Тема 5 Качество сервисных услуг

1. В чем заключаются основные сложности определения качества услуг?
2. Концепция воспринятого или объективного качества лежит в основе определения качества услуг. Поясните концепцию воспринятого качества К. Гронруза.
3. Перечислите детерминанты качества услуг.
4. Какие компоненты определенной услуги в сфере гостиничной деятельности?
5. Какие компоненты определенной услуги в автосервисе включают техническое, функциональное качество и социальное качество?
6. Каким образом модель качества услуг, основанная на разрыве, используется для определения качества услуг?
7. Объясните причину возникновения разрывов в модели.
8. Каков механизм оценки продукта потребителем?
9. С какой целью организации внедряют сервисные гарантии?
10. Назовите основные способы повышения труда в сфере услуг.

Тема 6 Осуществление услуг

1. Чем объясняется необходимость ремонта.

2. Опишите существующие системы проведения ремонтных работ.
3. Что такое аутсорсинг.
4. В каких случаях исполнителем сервисных работ может быть предприятие изготовитель.
5. Дайте характеристику фирменному сервису.
6. Определите понятия информационные технологии, компьютерные технологии, телекоммуникационные технологии, новые информационные технологии.
7. Как информационные услуги применяются в сфере услуг.
8. Почему в сфере услуг не прослеживается связь между затраченными инвестициями в информационные технологии и производительностью труда.
9. Какие причины заставляют фирмы, предоставляющие услуги, инвестировать в новые технологии.
10. В каких областях сферы услуг применяются новые технологии.

5.2 Темы докладов и рефератов

1. Сущность системы сервиса

1. Понятие «сервисная деятельность». Сервисная деятельность в системе современных экономических отношений. Эволюция понятия «говар».
2. «Информатизация» и «сервизация» как основные тенденции перехода от индустриального общества экстенсивного типа развития постиндустриальному обществу интенсивного типа развития. Концепция Д. Белла.
3. Основные тенденции роста сферы услуг. Факторы, влияющие на развитие сферы услуг.
4. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека, Потребности и их классификация.
5. Ориентация на потребителя в сервисной деятельности. Классификация потребителей. Потребительское удовлетворение.
6. Услуга как результат сервисной деятельности. Понятие «услуга». Виды услуг. Особенности обслуживания с учетом особенностей региона (национальных, демографических, природных и т.п.).
7. Нормативно-правовые документы в области обслуживания и предоставления услуг в РФ.
8. Правовое регулирование сервисной деятельности в России.
9. Сертификация и лицензирование сервисной деятельности.
10. История развития сервисной деятельности в России. Современные концепции предоставления услуг.

Тема 2. Предоставление основных видов услуг.

1. Стандартизация. Стандарты обслуживания в сервисной деятельности. Уровни стандартов. Структура стандарта обслуживания.
2. Основные участники рынка услуг и их функции.
3. Принципы современного сервиса. Основные задачи системы сервиса.
4. Понятие сервиса и виды сервиса на предприятии. Методы и формы обслуживания.
5. Производственный сервис. Фирменный сервис. Преимущества фирменного сервиса.
6. Основные варианты организации системы сервиса. Служба сервиса. Контактная зона.
7. Потребительская среда в сфере услуг. Факторы потребительского поведения.
8. Предпродажное обслуживание и обслуживание во время продаж.
9. Коммерческое предложение в сервисной деятельности. Принципы составления коммерческого предложения.
10. Взаимодействие продавца и покупателя в процессе предоставления услуги.

Процесс личной продажи.

11. Принципы оценки работы фирмы. Классификатор параметров сервиса.

Тема 3. Осуществление услуг

1. Послепродажное обслуживание, Этапы послепродажного обслуживания. Политика технического обслуживания.
2. Роль послепродажного обслуживания на современном этапе развития экономических отношений. Понятие «тотальное качество».
3. Гарантия, Гарантийное обслуживание, Принципы гарантийного обслуживания.
4. Инструкции. Ориентация инструкции на потребителя, Принципы составления инструкции. Теория «приверженности-и-новаторства».
5. Жизненный цикл услуги. Факторы развития цикла услуги и отличительные особенности от жизненного цикла товара.
6. Этапы жизненного цикла услуг и особенности управления услугами на различных этапах.
7. Понятие «технологии» и виды технологий в сервисной деятельности.
8. Этапы и механизмы получения конкурентных преимуществ предприятием сервиса. Факторы конкурентной среды. Стратегии создания конкурентных преимуществ.
9. Этапы разработки услуги-новинки. Принципы и инструменты разработки услуги.
10. Особенности послепродажного обслуживания в рамках стратегии дифференциации услуг. Способы дифференциации услуг.
11. Анализ конкурентов. Конкурентная карта рынка.
12. Техники и модели индивидуального обслуживания. Типы клиентов и методы работы с ними.
13. Виды и показатели качества обслуживания, Методы определения величины показателей качества. Производительность труда. Фэсилити- менеджмент.
14. Управление снижением затрат в сервисной деятельности. Принципы и методы управления затратами. Резервы снижения себестоимости.
15. Ценовая политика предприятия сервисной деятельности, Стратегии ценообразования. Маржинальный анализ как инструмент оптимизации ценовой политики.

6 Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Тестовые задания

- 1) **Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса**
 1. опрос, профессионализм, качество
 2. услуга, спрос, специалист
 3. деятельность, потребность и услуга
- 2) **Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности**
(несколько вариантов)
 1. исследовательская
 2. потребительская (пользовательская)
 3. ценностно-ориентационная
- 3) **К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится**
 1. бронирование номеров
 2. прием и размещение
 3. расчет при выезде
- 4) **К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести**

(несколько вариантов)

1. рекламные услуги;
2. организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
3. психодиагностику

5) Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности

1. уровень развития экономики и хозяйственная система
2. мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе
3. общественные структуры: политические партии

6) В чем заключается неосвязаемость услуги

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

7) Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это

1. спрос
2. потребность
3. мотивация

8) К отличительными особенностями услуг являются *(несколько вариантов)*

1. неразрывность производства и потребления услуги;
2. несохраняемость услуг;
3. незабываемость услуг

9) Под методом или формой обслуживания следует понимать

1. определенный способ предоставления услуг заказчику
2. предоставление информации клиенту
3. оказание услуги клиенту

10) Сервисная деятельность – это

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

11) Услуга обладает следующими качествами

1. способность к хранению и транспортировке;
2. неотделимость от своего источника;
3. неизменностью качества

12) К некоммерческим услугам относят

1. услуги предприятий туризма и отдыха
2. услуги организаций общественного питания
3. услуги благотворительных фондов

13) Целью сервисной деятельности является

1. удовлетворение человеческих потребностей
2. исследование рынка услуг
3. производство услуг

14) Контактной зоной не является

1. зона ремонта бытовой техники
2. рабочее место парикмахера
3. рабочее место стоматолога

15) Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют

1. бесконтактным
2. формальным

3. бесплатным

16) Физические потребности это потребности в

1. в общественной деятельности;
2. во сне;
3. в творческой деятельности

17) Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей
(несколько вариантов)

1. бесконтактное обслуживание
2. фирменное обслуживание
3. неформальное обслуживание

18) Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий

1. поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке;
2. осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку;
3. реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку

19) В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Интимное расстояние - общение близких или хорошо знакомых людей

1. 0 – 45см
2. 45 – 120 см
3. 120 – 400 см

20) Франчайзинг – это...

1. 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
2. компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества
3. компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании

21) Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение

1. социальный статус
2. выгода
3. мотив

22) Характеристика услуг

1. неопределенность качества
2. могут накапливаться
3. передача собственности

23) Характеристика товаров

1. неоднородность
2. индивидуальность
3. осязаемость

24) Виды сервиса по содержанию работ. Жесткий сервис это

1. включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги)
2. 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
- 3 сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем

25) Разработка новых товаров и услуг: сходства и различия. Основные сходства

1. разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду
2. соответствие техническим условиям и стандартам
3. требует многих ресурсов, таких как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила и энергия

26) Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления

1. жилищно-коммунальные услуги;
2. научно-исследовательские услуги;
3. услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги

27) Этапы формирования системы управления качеством на предприятии сервиса

Расположите этапы формирования системы управления качеством на предприятии в правильной последовательности:

1. Мониторинг, оценка и корректировка процессов.
2. Разработка политики и целей в области качества.
3. Анализ текущего уровня качества и потребностей клиентов.
4. Внедрение процессов и обучение персонала.
5. Проектирование и документирование процессов.

28) Этапы методологии оценки качества услуг

Расположите этапы оценки качества услуг в правильной последовательности:

1. Интерпретация результатов и формирование выводов.
2. Определение критериев и параметров качества.
3. Разработка рекомендаций по улучшению.
4. Сбор данных (опрос, наблюдение, анализ документов).
5. Выбор методов сбора информации.
6. Обработка и анализ данных.

29) Соотнесите вид сервисной услуги с областью деятельности, к которой она относится.

Вид услуги	Область деятельности
1. Реклама, имиджмейкерские услуги	А Материально-преобразовательная деятельность
2. Экспертиза, психодиагностика	Б. Познавательная деятельность
3. Художественно-оформительские услуги	В. Ценностно-ориентационная деятельность

30) Соотнесите пример услуги с группой потребностей, которую она удовлетворяет.

Пример услуги	Группа потребностей
1. Организация питания в туре (завтрак, обед, ужин)	А. Потребность в самореализации
2. Страхование туристов, медицинская помощь в поездке	Б. Потребность в уважении
3. Групповые экскурсии, анимация, клубы по интересам	В. Физиологические потребности
4. VIP-обслуживание, бизнес-зал, награждение	Г. Потребность в безопасности и благополучии
5. Обучающие туры, мастер-классы, экстремальный туризм	5. Обучающие туры, мастер-классы, экстремальный туризм

Ключи к оценочным средствам по дисциплине
«Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве»

5.1 Ответы для проведения текущей аттестации (устное собеседование)

Тема 1 Основы теории услуг

1. Что входит в понятие «сфера услуг»?

Ответ

Сфера услуг — это совокупность отраслей экономики, которые предоставляют услуги населению и предприятиям. К ней относятся, например:

- торговля (оптовая и розничная);
- услуги по обеспечению питания и проживания (гостиницы, рестораны);
- транспорт и связь;
- образование, здравоохранение, культура и искусство;
- финансовые и страховые услуги, услуги по обеспечению функционирования рынка;
- услуги по обслуживанию домашнего хозяйства (жилищно-коммунальные, бытовые);
- услуги личного характера (парикмахерские, фотоателье и т. д.).

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

2. Дайте определения понятиям «услуга» и «сервис»?

Ответ

Услуга — результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя. Услуга обладает такими свойствами, как неосвязаемость, неотделимость от источника, несохраняемость и непостоянство качества.

Сервис — это системный набор взаимосвязанных действий, направленных на предоставление услуг в согласованных условиях. Это вид деятельности, связанный с предоставлением потребителю услуг. Термин происходит от английского service («служба»)

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

3. Поясните понятия «обслуживание» и «услуга»?

Ответ

Понятия «обслуживание» и «услуга» близки по смыслу, но различаются по акценту.

Услуга фокусируется на сущности отношений между производителем и потребителем, на результате их взаимодействия.

Обслуживание же трактует эти отношения как поэтапный, растянутый во времени процесс, имеющий свою структуру. Таким образом, услуге как конечному продукту предшествует обслуживание как процесс взаимодействия поставщика и потребителя.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

4. Определите роль сферы услуг в общественном разделении труда?

Ответ

Развитие сферы услуг отражает углубление общественного разделения труда: отдельные виды услуг отделяются от материального производства и превращаются в самостоятельные специализированные отрасли

Сфера услуг играет важную роль в общественном разделении труда:

Экономическая функция: обслуживание процесса производства материальных благ (транспорт, связь, техническое обслуживание оборудования), воспроизводство рабочей силы (через образование, здравоохранение), создание дополнительных материальных благ (например, услуги по ремонту или изготовлению изделий на заказ).

Социальная функция: удовлетворение потребностей населения в различных видах

обслуживания, снижение затрат и улучшение условий труда в домашних хозяйствах, рациональное использование свободного времени (через культурно-зрелищные учреждения), обеспечение безопасности и нормального функционирования государства.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

5. Перечислите функции сферы услуг?

Ответ

Функции сферы услуг можно разделить на экономические и социальные:

Экономические: обслуживание процесса производства материальных благ, воспроизводство рабочей силы, создание дополнительных материальных благ.

Социальные: удовлетворение потребностей населения в различных видах обслуживания, снижение затрат и улучшение условий труда в домашних хозяйствах, рациональное использование свободного времени, обеспечение безопасности и нормального функционирования государства.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

6. Особенности развития сферы услуг в СССР?

Ответ

В СССР сфера услуг имела ряд особенностей:

Приоритетное развитие тяжёлой промышленности и ВПК в ущерб потребительскому сектору.

Централизованное планирование и распределение услуг через систему государственных учреждений.

Ограниченный ассортимент услуг и низкое их качество.

Активное участие государства в управлении и финансировании многих видов услуг (образование, здравоохранение, культура).

Существование «блат» и очередей как характерных черт потребительского поведения.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

7. Эволюция сервисной деятельности за рубежом?

Ответ

Эволюция сервисной деятельности за рубежом проходила через несколько этапов:

Индустриальный этап: рост промышленности привёл к распространению транспортных услуг.

Этап массового потребления: развитие торговли, страхования, банковских услуг.

Постиндустриальный этап: расширение сферы личного потребления стимулировало развитие услуг в области общепита, образования, медицины, развлечений и других направлений.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

8. Исторические этапы развития сервисной деятельности в США?

В США развитие сервисной деятельности можно условно разделить на следующие этапы:

Ранний этап: преобладание бытовых услуг (ремонт, парикмахерские).

Этап массового сервиса: развитие сети магазинов, ресторанов, автозаправочных станций.

Этап сервисного общества: акцент на высоком качестве обслуживания, персонализации, использовании технологий (например, развитие сети отелей, ресторанов быстрого питания).

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

9. Особенности развития сферы услуг в индустриальном и постиндустриальном обществе

В индустриальном обществе сервис претерпевает существенные изменения, становясь важным элементом экономики и социальной жизни. Эти трансформации были вызваны

масштабными сдвигами: переходом к машинному производству, урбанизацией, ростом свободного времени и усложнением потребностей людей.

В постиндустриальном обществе сервис претерпевает глубокую трансформацию, становясь ключевым двигателем экономики и отражая сдвиг от производства вещей к «производству людей». Знания и информация выходят на первый план как главные ресурсы, а сфера услуг выходит на доминирующие позиции в структуре экономики. Сервис перестаёт быть просто «обслуживанием» и становится системообразующим элементом, который определяет структуру экономики, характер труда и качество жизни. Он глубоко интегрирован в процессы создания, распространения и потребления знаний.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

10. Развитие сферы сервиса в современной России?

В современной России сфера сервиса развивается под влиянием нескольких факторов:

- Глобализация и интеграция в мировую экономику.
- Цифровизация (развитие онлайн-сервисов, электронных платежей).
- Рост сегмента частных медицинских, образовательных и бытовых услуг.
- Усиление конкуренции между компаниями сервиса.
- Необходимость адаптации к меняющимся экономическим и правовым условиям.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

Тема 2 Сущность системы сервиса

1. Классификация сферы услуг по функциональной направленности.

Ответ

По этому критерию услуги делят в зависимости от того, на кого или на что они направлены. Часто выделяют такие группы:

Услуги, ориентированные на производство. Техническое обслуживание, наладка, ремонт оборудования, складирование, снабжение, услуги производственной инфраструктуры.

Услуги, ориентированные на общество. Деятельность органов государственного управления: оборона, правопорядок, безопасность, регулирование экономики и социальной сферы.

Услуги, ориентированные на домашнее хозяйство. Всё, что связано с бытом, обустройством жилья, домашним хозяйством, отдыхом.

Услуги личного характера. То, что удовлетворяет индивидуальные потребности: медицинские, образовательные, туристические, развлекательные, косметические и т.п..

Иногда также используют дихотомию: материальные (требуют материальных ресурсов — ремонт техники, транспорт, ЖКХ) и нематериальные услуги (образование, здравоохранение, консалтинг, страхование, IT-услуги).

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

2. Классификация сервисных процессов с процессной (операционной) точки зрения.

Здесь смотрят на то, какие именно действия и операции лежат в основе услуги и как они организованы. Можно выделить такие группы:

Услуги, направленные на человека (косметологические, медицинские, образовательные услуги).

Услуги, направленные на физические объекты, находящиеся в собственности клиента (ремонт автомобиля, пошив одежды на заказ).

Услуги, направленные на сознание клиента (развлекательные программы, информационные услуги).

Услуги, направленные на нематериальные активы клиента (финансовые консультации, инвестиционные услуги).

Для каждой из этих категорий характерны свои операционные модели: например, в сфере услуг, направленных на человека, критически важна высокая степень взаимодействия

с клиентом, а в случае с неосязаемыми услугами на первый план выходит качество процессов и стандартизация.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

3. Общероссийские классификаторы услуг населению. Отраслевая классификация услуг.

Один из ключевых — ОКУН (ОК 002-93). Он построен иерархически: сначала идёт большая группа (например, 01 — бытовые услуги, 08 — медицинские, 10 — банковские), затем подгруппы, а в конце — конкретные виды деятельности по целевому назначению. В ОКУН применялась последовательная система кодирования: кодовое обозначение включало шесть цифровых знаков плюс контрольное число.

Параллельно существует и отраслевая классификация — она группирует услуги по секторам экономики (например, в рамках ОКВЭД или отраслевых стандартов), что удобно для статистического учёта и регулирования.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

4. Структура кодового обозначения объекта классификации по ОКУН (ОК 002-93).

схема такая: XX X XX X XX X (шесть цифровых знаков + контрольное число).

Первые две цифры — группа (например, 01 — бытовые услуги).

Следующие две цифры — подгруппа.

Последние две цифры — конкретный вид деятельности.

Шестой знак — контрольное число (используется для проверки корректности кода).

Пример из классификатора: 015119 3 (химическая чистка мягких игрушек). Здесь «01» — группа (бытовые услуги), «5» — подгруппа, «119» — вид деятельности, «3» — контрольное число.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

5. Идеи Д. Белла о формировании постиндустриального общества.

Дэниел Белл в работе «Пришествие постиндустриального общества» выделял ключевые сдвиги, которые характеризуют такое общество:

Переход от производства товаров к производству услуг. В постиндустриальном обществе доминирующую роль начинают играть не заводы, а сфера услуг (образование, здравоохранение, развлечения, консалтинг, IT-сервисы).

Ключевая роль теоретического знания. В отличие от индустриального общества, где ценятся в первую очередь практические навыки, в постиндустриальном обществе решающим фактором становятся научные знания и технологии.

Расширение пространственных границ. Услуги становятся всё более доступными и интегрированными в повседневную жизнь людей из разных регионов.

Изменение структуры занятости. Значительно растёт доля работников в сфере услуг, меняется социальная структура общества.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

6. Особенности развития сферы услуг в России.

Среди характерных черт можно отметить:

Неравномерность развития. В крупных городах и столичных агломерациях сфера услуг бурно растёт и диверсифицируется, тогда как в ряде регионов сохраняется зависимость от сырьевых отраслей.

Влияние цифровизации. Внедрение онлайн-платформ, Big Data, искусственного интеллекта кардинально меняет способы оказания и потребления услуг (онлайн-образование, телемедицина, сервисы доставки).

Сложности регулирования. Отрасль характеризуется высокой долей теневого сектора, что создаёт проблемы с налогообложением и защитой прав потребителей.

Акцент на социальные услуги. При этом наблюдается тенденция к коммерциализации ряда социальных сервисов (в здравоохранении, социальном обслуживании).

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

7. Этапы развития бытовых услуг в России.

Можно выделить несколько условных этапов:

Дореволюционный период. Развитие ремесленных мастерских, бытовых артелей, сезонных форм обслуживания.

Советский период. Формирование системы бытового обслуживания в рамках плановой экономики, развитие сети общественных бань, прачечных, бытовых мастерских.

Постсоветский этап (1990-е годы). Резкий рост частного сектора, появление новых форматов (частные ателье, ломбарды, сервисы ремонта техники), адаптация к рыночным условиям.

2000-е годы — настоящее время. Технологическая модернизация (появление онлайн-заказов, автоматизированных линий), расширение спектра услуг (эко-услуги, персонализированный сервис), усиление конкуренции.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

8. Свойства услуги как товара.

У услуги есть ряд специфических характеристик, которые отличают её от материального товара:

Неосязаемость. Услугу нельзя увидеть, потрогать до момента её получения.

Несохраняемость. Услуга не может быть сохранена для последующего использования: её производство и потребление совпадают.

Непостоянство качества. Качество услуги сильно зависит от исполнителя, настроения клиента, используемых ресурсов.

Сырьё и материалы могут быть материальными (например, запчасти при ремонте), но сама услуга как результат — нет.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

9. Три уровня товара (по Ф. Котлеру) и роль сервисной деятельности в создании «подкрепления».

Ф. Котлер предложил модель из трёх уровней:

Основной (базовый) уровень. Это сама базовая потребность, которую удовлетворяет товар (например, базовая потребность — в очищенной воде, а основной уровень — бутылка воды).

Дополнительный (периферийный) уровень. Включает сопутствующие услуги и выгоды, которые усиливают ценность (например, доставка, гарантия, сервис).

Дополнительный (критический) уровень. Это всё, что формирует окончательный выбор покупателя и его лояльность (имидж бренда, корпоративная культура, послепродажное обслуживание).

Именно сервис создаёт ту добавленную стоимость, которая и составляет суть «подкрепления» и отличает предложение от конкурентов.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

Тема 3 «Предоставление основных видов услуг»

1. Основные характеристики услуг

К основным характеристикам услуг относятся:

Неосязаемость. Услуги нельзя воспринять чувствами до момента их получения (нельзя потрогать, увидеть или попробовать на вкус).

Неотделимость от источника. Услуга производится и потребляется одновременно, её нельзя отделить от того, кто её оказывает.

Непостоянство качества (гетерогенность). Качество услуги сильно зависит от того, кто её оказывает, когда и как.

Несохраняемость. Услуги невозможно хранить — их можно только осуществить в момент спроса.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

2. Средства повышения осязаемости услуги архитектора

Чтобы сделать услугу более осязаемой, архитектор может использовать следующие средства:

Материальные элементы. Эскизы, макеты, чертежи, фото- и видеоматериалы, демонстрирующие проект.

Документы. Детальные проектные спецификации, 3D-визуализации, которые позволяют клиенту «почувствовать» будущий объект ещё до начала работ.

Портфолио. Систематизированный набор реализованных проектов с отзывами клиентов, что служит доказательством компетентности.

Прозрачность процесса. Чёткое описание этапов работы, используемых технологий и материалов.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

3. Причины непостоянства качества услуг (гетерогенности)

Гетерогенность услуг обусловлена несколькими факторами:

Человеческий фактор. Качество сильно зависит от профессионализма, настроения и личных качеств исполнителя.

Взаимодействие с клиентом. Процесс оказания услуги происходит при личном контакте, и результат напрямую связан с восприятием этого процесса клиентом.

Различия в условиях оказания. Время, место, используемые ресурсы могут влиять на итоговый результат.

Отсутствие стандартизации. Многие услуги сложно регламентировать из-за уникальности потребностей каждого клиента.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

4. Понятие ценности в отношении услуг

Ценность услуги — это соотношение между её полезными свойствами (выгодами, результатами) и затратами (финансовыми, временными, психологическими), которые несёт потребитель. Она отражает степень удовлетворения потребностей клиента.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

5. Сущность понятия «воспринимаемое качество»

Воспринимаемое качество — это оценка потребителем уровня качества услуги, основанная на его ожиданиях, прошлом опыте и текущей ситуации. Оно не всегда совпадает с объективными характеристиками услуги и может сильно различаться у разных клиентов.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

6. Модель ценности услуги

Модель ценности услуги помогает понять, из чего складывается восприятие клиента и как усилить сильные стороны услуги. Обычно она включает:

Ключевые выгоды. Что именно получает клиент (например, экономия времени, повышение комфорта).

Издержки. Финансовые и нефинансовые барьеры (сложность, длительность, дискомфорт).

Эмоциональные и функциональные результаты. Реальный эффект от использования услуги.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

7. Использование модели ценности при разработке услуги

Модель позволяет:

Чётко определить потребности клиента. Выявить, какие выгоды для него действительно важны.

Сбалансировать выгоды и издержки. Спроектировать услугу так, чтобы преимущества перевешивали затраты.

Повысить лояльность. Удовлетворение потребностей ведёт к повторным обращениям и рекомендациям.

Дифференцировать предложение. Выделить уникальные аспекты услуги на фоне конкурентов.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

8. Способы повышения ценности услуги

Повысить ценность можно несколькими путями:

Добавить новые преимущества к основному продукту.

Расширить спектр дополнительных услуг.

Снизить финансовые затраты клиента (цена, комиссии).

Сократить нефинансовые издержки: время ожидания, психологическую и физическую нагрузку, неприятные сенсорные ощущения (шум, запахи).

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

9. Услуги и иерархия потребностей по Маслоу

Типы услуг:

Физиологические (базовые) Коммунальные услуги, питание, одежда

Безопасность Финансовые, страховые, юридические услуги

Социальные Образование, общение, клубы по интересам

Уважение и самооценка консалтинговые, спортивные, творческие услуги

Самоактуализация Образовательные программы, тренинги, дизайн-проекты

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

10. Факторы, влияющие на появление потребностей в услугах

Потребности в услугах возникают под воздействием:

Внутренних факторов: физиологические нужды, безопасность, социальные связи, уважение, самоактуализация.

Внешних факторов: культурные нормы, экономические условия, технологические изменения, маркетинговые воздействия (реклама, рекомендации).

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

Тема 4 «Формы, методы, правила обслуживания потребителей».

1. Основное содержание SERVUCTION-модели

SERVUCTION-модель (от англ. service — услуга и production — производство) отражает специфику сферы услуг, подчёркивая одновременность их производства и потребления, а также неосвязаемость. Модель делит организацию на две части: видимую (фронт-офис) и невидимую (бэк-офис), причём невидимая часть влияет на видимую.

Видимая часть включает:

«Одушевлённое» звено — персонал, непосредственно взаимодействующий с клиентом.

«Неодушевлённое» звено — физическое окружение (интерьер, оборудование, инструменты), в котором услуга предоставляется.

Также в модели учитываются другие потребители, которые одновременно вступают в контакт с организацией и влияют друг на друга.

Модель иллюстрирует бифункциональность сервисных технологий: с одной стороны — технологические операции с материальными объектами, с другой — взаимодействие с клиентом с использованием гуманитарных технологий.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

2. Понятия «бэк-офис» и «фронт-офис»

Фронт-офис — это часть организации, которая непосредственно контактирует с клиентом: сотрудники у стойки, операторы, мастера. Здесь происходит процесс обслуживания, реализуются стандарты сервиса.

Бэк-офис — это внутренняя, поддерживающая часть организации, которая не видна

клиенту. Сюда относятся бухгалтерия, IT-поддержка, кадровый отдел, логистика. Бэк-офис обеспечивает бесперебойную работу фронт-офиса, но часто вынесен за пределы зоны прямого контакта с потребителем.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

3. Система маркетинга услуг

Система маркетинга услуг — это комплекс инструментов и процессов, направленных на привлечение, удержание клиентов и формирование спроса в сфере услуг. Она включает:

Маркетинг-микс (4 «Р»): Product — сам сервис, Price — ценообразование, Place — каналы распределения, Promotion — продвижение).

Треугольную модель маркетинга услуг Ф. Котлера, которая учитывает взаимодействие трёх участников: руководство, персонал и клиентов.

Маркетинговые исследования для понимания потребностей аудитории.

Управление качеством сервиса и стандарты обслуживания.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

4. Основные виды общения в «контактной зоне»

В «контактной зоне» (пространстве непосредственного взаимодействия с клиентом) выделяют:

Вербальное общение — обмен информацией с помощью речи.

Невербальное общение — жесты, мимика, интонация, визуальный контакт.

Интерактивное взаимодействие — совместная деятельность, решение задач, сотрудничество.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

5. Основные требования к пространству контакта

К пространству контакта предъявляются следующие требования:

Эргономика и безопасность — удобство, комфорт, минимизация физических нагрузок на клиента и сотрудника.

Соответствие стандартам бренда — визуальная привлекательность, чистота, функциональность.

Гибкость — возможность адаптации пространства под разные форматы обслуживания (например, открытая стойка или отдельные кабинеты).

Психологический комфорт — создание атмосферы доверия, отсутствие раздражающих факторов.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

6. Особенности организации пространства контакта в различных сервисных предприятиях

Организация пространства зависит от типа предприятия:

В ресторанах и кафе — акцент на визуальную привлекательность, зонирование, наличие мест для отдыха.

В салонах красоты и фитнес-центрах — продуманная планировка для демонстрации услуг, наличие зеркал, зон ожидания.

В IT-компаниях и онлайн-сервисах — минималистичный дизайн, акцент на функциональности и скорости работы.

В медицинских учреждениях — строгая стерильность, чёткая организация потоков пациентов.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

7. Определения понятий «метод обслуживания» и «форма обслуживания»

Метод обслуживания — это способ реализации услуг, совокупность приёмов и способов взаимодействия с клиентом (например, метод поточной линии, метод индивидуального подхода, метод самообслуживания).

Форма обслуживания — это разновидность или сочетание методов, определяющее,

как именно услуга предоставляется потребителю (например, стационарное обслуживание, выезд на дом, бесконтактное обслуживание).

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

8. Основное содержание предоставления услуг методом поточной линии

Метод поточной линии предполагает стандартизацию процессов и последовательное, ритмичное выполнение операций. Услуга разбивается на отдельные операции, которые выполняются последовательно и одинаково для всех клиентов. Это позволяет повысить производительность, обеспечить предсказуемость результата и снизить влияние человеческого фактора.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

9. Основные формы обслуживания потребителей

К основным формам относятся:

обслуживание в стационарных условиях;

обслуживание с выездом на дом;

бесконтактное обслуживание по месту жительства потребителя;

обслуживание с использованием обменных фондов товаров.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

10. Сущность и особенности обслуживания в стационарных условиях и с выездом на дом

Обслуживание в стационарных условиях происходит в помещении сервисной организации (салон, офис, зал). Это удобно для клиента, позволяет сразу решить все вопросы, обеспечивает прямой контакт с персоналом. Однако такая форма требует значительных площадей и ресурсов.

Обслуживание с выездом на дом приближает услугу к клиенту, что удобно для пожилых людей, клиентов в удалённых районах или тех, кто не может самостоятельно прийти. Однако здесь выше логистические издержки и сложнее контроль качества.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

Тема 5. Качество сервисных услуг

1. Основные сложности определения качества услуг

Сложности связаны с нематериальностью услуг, их субъективностью и тесной связью с процессом взаимодействия клиента и исполнителя.

Субъективность восприятия. Качество услуги оценивается клиентом на основе сравнения своих ожиданий с реальным опытом. То, что один считает качественным, другой может не оценить.

Сложность измерения. Многие аспекты услуги (например, вежливость персонала) трудно поддаются объективному учёту.

Динамичность и одновременность производства и потребления. Услуга создаётся и потребляется в один и тот же момент, что затрудняет контроль на всех этапах.

Непостоянство качества. Оно зависит от человеческого фактора, настроения клиента и внешних условий.

Несовпадение ожиданий и реальности. Клиенты часто формируют завышенные или заниженные ожидания под влиянием рекламы, отзывов или прошлого опыта, которые не всегда оправдываются.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

2. Концепция воспринятого качества К. Гронруса

К. Гронрус предложил подход, в котором качество услуги определяется как соотношение между ожиданиями потребителя и его реальным восприятием полученной услуги. Это означает, что не существует объективного «эталонного» качества услуги — есть лишь то качество, которое клиент ощущает в своём опыте.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

3. Детерминанты качества услуг

На восприятие качества влияют различные факторы. Среди ключевых детерминант можно выделить:

Надёжность — способность предоставить услугу правильно, в срок и на обещанном уровне.

Безопасность — отсутствие риска или угрозы для клиента (физического, психологического).

Понимание проблем клиента (эмпатия) — умение персонала вникнуть в ситуацию клиента, предложить решение, учесть индивидуальные особенности.

Коммуникация — ясность информации, умение выслушать, отсутствие профессионального жаргона.

Доступность — удобство расположения, простота доступа к услуге.

Вежливость и отзывчивость персонала — проявление уважения и внимания к клиенту.

Осязаемые характеристики — внешний вид помещений, оборудования, внешний вид сотрудников.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

4. Компоненты услуги в гостиничной деятельности

Техническое качество — состояние номера, качество питания, состояние мебели и техники.

Функциональное качество — процесс заселения, скорость обслуживания, вежливость портье, удобство бронирования.

Социальное качество — атмосфера в отеле, отношение персонала, уровень комфорта и сервиса.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

5. Компоненты услуги в автосервисе

Техническое качество — исправность автомобиля после ремонта, качество использованных запчастей, точность выполненных работ.

Функциональное качество — скорость обслуживания, вежливость мастеров, прозрачность общения, удобство записи.

Социальное качество — отношение мастеров к клиенту, готовность помочь, отсутствие грубости.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

6. Модель качества услуг, основанная на разрыве

Эта модель (также известная как «модель пробелов») помогает выявить причины неудовлетворённости клиентов. Она описывает пять разрывов:

Разрыв 1: между ожиданиями потребителей и восприятием этих ожиданий руководством.

Разрыв 2: между восприятием руководства и стандартами, которые компания пытается внедрить.

Разрыв 3: между стандартами и реальным качеством предоставляемых услуг (из-за человеческого фактора).

Разрыв 4: между реальным качеством услуг и внешней информацией (рекламой, обещаниями).

Разрыв 5: между ожиданиями потребителей и их реальным восприятием полученной услуги (как следствие предыдущих разрывов).

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

7. Причины возникновения разрывов

Неполное понимание ожиданий клиентов. Компания может не до конца осознавать реальные потребности аудитории.

Несоответствие стандартов реальным возможностям. Например, оборудование не позволяет выполнить заявленные стандарты.

Человеческий фактор. Персонал может быть недостаточно подготовлен или перегружен работой.

Расхождение между обещаниями в рекламе и реальным исполнением. Это подрывает доверие клиента.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

8. Механизм оценки продукта потребителем

Потребитель оценивает качество услуги через сравнение своих ожиданий (сформированных на основе прошлого опыта, рекламы, советов знакомых) с реальным восприятием полученной услуги. Если восприятие не соответствует ожиданиям, возникает неудовлетворённость.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

9. Цель внедрения сервисных гарантий

Сервисные гарантии внедряют, чтобы повысить доверие клиентов и снизить их риски при обращении в компанию. Они демонстрируют уверенность исполнителя в качестве своей работы и служат механизмом компенсации в случае возникновения проблем.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

10. Способы повышения качества труда в сфере услуг

Чёткие стандарты и регламенты. Чёткое описание процессов и критериев оценки помогает персоналу понимать ожидания и работать в заданных рамках.

Обучение и развитие персонала. Повышение квалификации сотрудников напрямую влияет на качество взаимодействия с клиентом.

Внедрение систем обратной связи. Регулярный сбор мнений клиентов позволяет оперативно выявлять и устранять проблемы.

Использование технологий. Автоматизация рутинных процессов и внедрение CRM-систем помогают повысить прозрачность и эффективность работы.

Фокус на клиенте. Понимание потребностей и проблем клиента — ключ к созданию ценности и повышению удовлетворённости.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

Тема 6 Осуществление услуг

1. Необходимость ремонта объясняется износом и поломками оборудования в процессе эксплуатации. Даже при регулярном техническом обслуживании (ТО) детали изнашиваются, а случайные отказы неизбежны. Ремонт нужен для восстановления работоспособности объекта, продления срока его службы и минимизации простоев.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке

2. Существуют различные системы проведения ремонтных работ:

Планово-предупредительная (ППР). Ремонт выполняется по заранее составленному графику с целью предотвращения аварий.

Ремонты по фактическому состоянию. Выполняются после диагностики, когда поломка уже произошла.

Прогностический ремонт. Используются алгоритмы и датчики для прогнозирования отказа и планирования работ до возникновения неисправности.

Аутсорсинг. Ремонтные работы передаются специализированной внешней компании.

Смешанные схемы. Комбинация собственных ремонтных подразделений и аутсорсинга для разных видов оборудования или этапов работ.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке

3. Аутсорсинг — это передача выполнения отдельных функций или бизнес-процессов (в том числе ремонтных работ) внешней организации, которая обладает необходимыми ресурсами и компетенцией, на основе долгосрочного соглашения. Это позволяет компании сосредоточиться на основной деятельности, оптимизировать затраты и получить доступ к

специализированным навыкам.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке

4. Исполнителем сервисных работ может быть предприятие-изготовитель в случаях:

- когда требуется выполнить сложный капитальный ремонт или модернизацию оборудования, для которых у производителя есть сертифицированные сервисные центры;
- когда производитель берёт на себя гарантийное обслуживание своей продукции;
- когда это часть стратегии компании-производителя по поддержанию лояльности клиентов и контролю качества сервиса;
- когда производитель хочет обеспечить единообразие и высокий уровень обслуживания, соответствующий бренду.

5. Фирменный сервис — это система сервисного обслуживания, организованная самим производителем или под его брендом. Он включает обучение персонала заказчика, предоставление оригинальных запчастей, оперативное реагирование на заявки, мониторинг состояния оборудования и другие элементы, направленные на поддержание работоспособности продукции в течение всего срока службы. Фирменный сервис часто обеспечивает более высокий уровень качества и гарантийной поддержки, но может быть менее гибким в условиях нестандартных ситуаций.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке

6. Информационные технологии (ИТ) — это совокупность методов, программно-технических средств и процессов, используемых для сбора, обработки, хранения, передачи и представления информации.

Компьютерные технологии — это технологии, основанные на использовании вычислительной техники и программного обеспечения для обработки данных.

Телекоммуникационные технологии — это технологии, связанные с передачей информации на расстояние (телефонная связь, интернет, спутниковая связь и т.д.).

Новые информационные технологии (НИТ) — это современные, инновационные подходы и решения в сфере ИТ, которые включают большие данные (Big Data), искусственный интеллект, облачные вычисления, интернет вещей (IoT) и другие передовые направления.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке

7. Информационные услуги в сфере услуг применяются для:

- автоматизации бизнес-процессов (например, системы help desk для обработки заявок);
- сбора и анализа данных о клиентах и рынке;
- улучшения взаимодействия с клиентами (онлайн-чаты, мобильные приложения);
- оптимизации логистики и управления запасами;
- разработки новых продуктов и услуг на основе анализа больших данных.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке

8. Связь между инвестициями в ИТ и производительностью труда в сфере услуг может не прослеживаться из-за ряда факторов:

Сложность оценки. В сфере услуг результаты часто сложно измерить количественно (например, качество обслуживания, удовлетворённость клиентов).

Неэффективное внедрение. Технологии могут не соответствовать реальным бизнес-процессам, что приводит к дополнительным затратам и не даёт прироста эффективности.

Некомпетентность персонала. Сотрудники могут не уметь эффективно использовать новые инструменты, что снижает отдачу от инвестиций.

Фундаментальное противоречие. Иногда инвестиции в ИТ приводят к росту затрат, но не к повышению производительности (эффект «антихрупкости»).

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке

9. Фирмы, предоставляющие услуги, инвестируют в новые технологии по следующим причинам:

Повышение конкурентоспособности. Технологии помогают выделиться на рынке, предлагая клиентам более удобные и современные решения.

Снижение затрат. Автоматизация и оптимизация процессов позволяют сократить издержки.

Улучшение качества обслуживания. Технологии (например, чат-боты, системы анализа данных) помогают быстрее и точнее реагировать на запросы клиентов.

Соответствие трендам. Инвестиции в инновации — это способ оставаться релевантными для молодой, технологически подкованной аудитории.

Развитие новых продуктов и услуг. Технологии открывают возможности для создания инновационных предложений.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке

10. Новые технологии применяются в различных областях сферы услуг, например:

- клиентский сервис и поддержка (чат-боты, онлайн-консультанты);
- логистика и управление цепочками поставок;
- онлайн-образование и консалтинг;
- медицинские и социальные услуги (телемедицина, цифровые платформы);
- развлечения и досуг (стриминговые сервисы, виртуальная реальность);
- ресторанный и гостиничный бизнес (системы самообслуживания, онлайн-бронирование).

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке

6 Ответы для проведения промежуточной аттестации

Ответы к тесту

Шкала оценивания

Менее 65 % правильных ответов – оценка «2» (неудовлетворительно)

Если набрано от 65% до 74 правильных ответов - оценка 3 (удовлетворительно)

Если набрано от 75% (46-51 баллов) до 89% правильных ответов - оценка 4 (хорошо)

Если набрано от 90% (52-58 баллов) до 100% правильных ответов - оценка 5 (отлично)

Вопрос 1	Вопрос 2	Вопрос 3	Вопрос 4	Вопрос 5	Вопрос 6	Вопрос 7	Вопрос 8	Вопрос 9	Вопрос 10
3	2,3	1	1,2	3	2	2	1,2	1	1
Вопрос 11	Вопрос 12	Вопрос 13	Вопрос 14	Вопрос 15	Вопрос 16	Вопрос 17	Вопрос 18	Вопрос 19	Вопрос 20
2	3	1	1	1	2	1,2	2	1	1
Вопрос 21	Вопрос 22	Вопрос 23	Вопрос 24	Вопрос 25	Вопрос 26	Вопрос 27	Вопрос 28	Вопрос 29	Вопрос 30
1	1	3	1	1	2	3-2-5-4-1	2-5-4-6-1-3	1-В 2-Б 3-А	1-В 2-Г 3-Д 4-Б 5-А