

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

« ____ » _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.О.18 Сервисная деятельность

43.03.03 Гостиничное дело

Сервис гостинично-ресторанных, спортивных, развлекательных комплексов

бакалавр

очная

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<p>ОПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере гостеприимства и общественного питания</p>	<p>ОПК-1.1 Осуществляет поиск, анализ, отбор и внедрение технологических новаций в сфере гостеприимства и общественного питания</p>	<p>знает процедуру определения вида технологических новаций в профессиональную сервисную деятельность</p>
		<p>умеет применять технологические новации в профессиональную сервисную деятельность</p>
		<p>владеет навыками приемами использования технологических новаций в профессиональную сервисную деятельность</p>
<p>ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-3.1 Оценивает качество оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон</p>	<p>знает процедуру оценивания качества оказания услуг в соответствии с нормативно-правовыми актами и с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон</p>
		<p>умеет проводить оценку качества оказания услуг в соответствии с нормативно-правовыми актами и с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон</p>
		<p>владеет навыками навыками оценивания качества оказания услуг в соответствии с нормативно-правовыми актами и с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон</p>
<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ; осуществляет поиск информации; определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи</p>	<p>знает алгоритм поиска информации, определения и ранжирования информации, требуемой для решения поставленной задачи в сфере сервиса</p>
		<p>умеет проводить поиск информации для решения поставленной задачи в сфере сервиса</p>
		<p>владеет навыками навыками анализа поиска информации в сфере сервиса, применения системного подхода</p>

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Раздел 1. Основы сервисной деятельности			
1.1.	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребности человека	3	УК-1.1	Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.2.	Предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности	3	УК-1.1	Устный опрос, Доклад
1.3.	Природа и характер услуг как товара	3	ОПК-1.1	Тест, Круглый стол, Эссе
1.4.	Жизненный цикл услуг	3	ОПК-1.1	Разноуровневые задачи и задания, Круглый стол
1.5.	Культура сервиса	3	ОПК-1.1	Разноуровневые задачи и задания
2.	2 раздел. Раздел 2. Сервисная деятельность как система обслуживания			
2.1.	Поведение потребителей и процесс принятия решения	3	УК-1.1, ОПК-3.1	Круглый стол
2.2.	«Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности	3	ОПК-3.1	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
2.3.	Развитие сервисной экономики	3	ОПК-3.1	Доклад, Научная дискуссия
2.4.	Качество сервисных услуг	3	ОПК-3.1	Разноуровневые задачи и задания
3.	3 раздел. Аттестация			
3.1.	Экзамен	3	УК-1.1, ОПК-1.1, ОПК-3.1	Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Устный опрос
	Промежуточная аттестация			Эк

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
Для оценки знаний			

1	Устный опрос	Средство контроля знаний студентов, способствующее установлению непосредственного контакта между преподавателем и студентом, в процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных особенностей усвоения студентами учебного материала.	Перечень вопросов для устного опроса
2	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
Для оценки умений			
3	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
4	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	Задачи направленные на использование приобретенных знаний и умений в практической деятельности и повседневной жизни	Комплект практико-ориентированных и ситуационных задач

5	Разноуровневые задачи и задания	б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Комплект разноуровневых задач и заданий
6	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
Для оценки навыков			
Промежуточная аттестация			
7	Экзамен	Средство контроля усвоения учебного материала и формирования компетенций, организованное в виде беседы по билетам с целью проверки степени и качества усвоения изучаемого материала, определить необходимость введения изменений в содержание и методы обучения.	Комплект экзаменационных билетов

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Сервисная деятельность"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Практико-ориентированные задачи и ситуационные задания

Задание 1. Базовый уровень: «Жалоба в премиум-отеле»

Темы: Природа и характер услуг как товара, Качество сервисных услуг, Поведение потребителей.

Ситуация:

Гость забронировал номер в пятизвездочном отеле за 50 000 руб./сутки. При заселении

возникла проблема: номер не был готов к обещанному времени (14:00), администратор предложила подождать в лобби 20 минут, даже не предложив чай или кофе. Когда гость через 30 минут вернулся на ресепшн, выяснилось, что его номер все еще не готов, и ему предложили номер категорией ниже без какой-либо компенсации, аргументируя это «загруженностью отеля».

Гость написал гневный отзыв на Booking.com и требует возврата денег.

Задания:

Используя классификацию свойств услуги (неосвязаемость, неотделимость и др.), объясните, почему в данной ситуации возникла проблема с качеством.

Какие критерии качества обслуживания (по модели SERVQUAL) были нарушены? (Надежность, отзывчивость, убедительность, эмпатия, материальность). Обоснуйте ответ.

Предложите стандарт действий для администратора в подобной ситуации (алгоритм из 3-4 шагов), который позволил бы сохранить лояльность гостя даже при возникновении проблемы.

Задание 2. Средний уровень: «Внедрение автоматизации в контакт-центре»

Темы: «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности, Развитие сервисной экономики, Культура сервиса.

Ситуация:

Крупный туроператор принял решение оптимизировать расходы и внедрил голосового робота (IVR) на линии поддержки клиентов. Робот запрашивал номер брони, пытался распознать суть вопроса и давал стандартные ответы из базы знаний. Соединение с живым оператором стало возможно только после 5-7 минут общения с роботом и при условии, что робот не смог помочь.

Через месяц статистика показала:

Среднее время ожидания ответа выросло с 2 до 8 минут.

Количество неудовлетворенных звонков (повторных) выросло на 40%.

Доля негативных отзывов в соцсетях увеличилась.

Задания:

Как изменилась структура «контактной зоны» компании после внедрения робота? Какие функции взял на себя робот, а какие остались за человеком?

Почему автоматизация, призванная улучшить сервис, привела к падению его качества? Проанализируйте ситуацию с точки зрения психологии восприятия услуги потребителем.

Предложите гибридную модель работы контакт-центра, где робот и человек эффективно взаимодействуют, а клиент получает бесшовный опыт. Какие задачи стоит оставить роботу, а какие — передавать оператору немедленно?

Задание 3. Средний уровень: «Запуск новой услуги в фитнес-клубе»

Темы: Жизненный цикл услуг, Культура сервиса, Качество сервисных услуг.

Ситуация:

Сеть фитнес-клубов премиум-класса решила запустить новую услугу: «Персональный нутрициолог + доставка здорового питания (ланч-боксов)». Услуга позиционируется как комплексное ведение клиента к здоровому образу жизни.

Этапы запуска:

Наняты три нутрициолога.

Заклучен договор с кейтеринговой компанией.

Разработано мобильное приложение для заказа боксов и связи со специалистом.

Через два месяца после старта продаж выяснилось:

Клиенты жалуются, что еда приезжает невкусная и не соответствует обещанной калорийности.

Нутрициологи тратят 80% времени на заполнение бумаг и согласование меню с кухней, а не на работу с клиентами.

Приложение работает с ошибками, и клиенты не могут вовремя скорректировать заказ.

Задания:

На каком этапе жизненного цикла услуги (разработка, проектирование, преобразование, эксплуатация) компания допустила критическую ошибку? Аргументируйте.

Составьте чек-лист контроля качества для данной услуги, включив в него параметры оценки трех составляющих: работа нутрициолога (качество консультации), работа кейтеринга (качество

продукта) и работа приложения (качество интерфейса).

Предложите, как должна быть выстроена культура сервиса между тремя участниками процесса (клуб, нутрициолог, кейтеринг), чтобы клиент получал целостное впечатление, а не набор разрозненных услуг.

Задание 4. Продвинутый уровень: «Кризис в сети ресторанов быстрого питания»

Темы: Поведение потребителей, Качество сервисных услуг, Культура сервиса, Контактная зона.

Ситуация:

Сеть ресторанов «Вкусно и точка» (условное название) столкнулась с падением трафика. Маркетинговое исследование показало:

Целевая аудитория: 18-35 лет, активные пользователи соцсетей.

Ключевая жалоба: «Персонал не улыбается», «Ощущение, что мы мешаем сотрудникам работать», «Официанты (кассиры) отворачиваются и обсуждают свои дела при гостях».

При этом скорость обслуживания (тайминг) соответствует нормативам, еда вкусная, чистота в зале идеальная.

Руководство в замешательстве: «Мы соблюдаем все стандарты качества, но клиенты уходят».

Задания:

Проанализируйте ситуацию с точки зрения двух компонентов качества услуги: «техническое качество» (что получает клиент) и «функциональное качество» (как он это получает). Что стало «узким горлом»?

Какие психологические факторы и факторы культуры сервиса (эмпатия, этика общения) оказались нарушены? Почему для аудитории 18-35 лет это критичнее, чем для старшего поколения?

Разработайте программу тренинга для линейного персонала (3-5 ключевых модулей), которая исправит ситуацию, не вводя жестких, фальшивых стандартов «искусственной улыбки».

Задание 5. Высокий уровень (Стратегический): «Стратегия цифрового банка»

Темы: Развитие сервисной экономики, Поведение потребителей, Жизненный цикл услуг, Качество сервисных услуг.

Ситуация:

Крупный традиционный банк с обширной сетью отделений разрабатывает стратегию на 5 лет. Рыночные тренды показывают резкий рост популярности цифровых небанков (Тинькофф, Райффайзен и др.), которые не имеют отделений, но предлагают удобное приложение и круглосуточную поддержку.

Исследование банка показало два основных сегмента клиентов:

Сегмент А (50%): люди 45+, ценят личное присутствие, доверительное общение с менеджером в отделении, считают отделение гарантией надежности.

Сегмент Б (50%): люди 20-35 лет, почти не ходят в отделения, готовы уйти к конкуренту, если мобильное приложение «тормозит» или поддержка медленно отвечает в чате.

Задания:

Как должна измениться сервисная стратегия банка с учетом развития «сервисной экономики» и цифровизации, чтобы удержать оба сегмента?

Спроектируйте жизненный цикл услуги «Открытие вклада» для клиента из сегмента А (в отделении) и для клиента из сегмента Б (в приложении). В чем принципиальная разница в точках контакта на каждом этапе?

Предложите систему метрик качества (KPI), которая позволит объективно оценивать удовлетворенность для обоих сегментов. Например, если для сегмента А важна «длительность общения с менеджером», то для сегмента Б этот же показатель может быть анти-метрикой. Как быть?

Деловая игра: Проектирование сервисного продукта под «боль» клиента

Разработайте чек-лист (или карту сервиса) для трансфера из аэропорта. Какие физические и эмоциональные потребности уставшего после перелета человека вы должны удовлетворить? Ваша задача — прописать не только действия (довезти), но и атмосферу, сценарии взаимодействия и

заботы о состоянии гостя.

Устный опрос - Сервис в разных культурах.

Выберите одну базовую потребность (например, потребность в пище или информации). Проведите мини-исследование: как эта потребность удовлетворяется в сервисных моделях разных культур (например, Россия, Япония, Италия, США). Как национальные особенности влияют на форму оказания услуги и ожидания клиента?

Вопросы круглого стола Рефлексивный отчет: Сервис в разных культурах Оценка личного опыта.

Вспомните свой лучший и худший опыт получения услуги (в туризме, кафе, отеле, магазине). Проведите декомпозицию: какие конкретные потребности (в безопасности, уважении, экономии времени, эстетике) были удовлетворены или нарушены? Сформулируйте 3 универсальных правила качественного сервиса, вытекающих из этого анализа.

**Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)**

Вопросы для экзамена

1. Раскройте сущность сервисной деятельности как специфической формы удовлетворения человеческих потребностей. Как потребности человека (по А. Маслоу) классифицируются и реализуются через услуги? Приведите примеры услуг для каждого уровня потребностей.

2. Охарактеризуйте основные исторические этапы формирования сервисной деятельности: от самообслуживания и взаимопомощи в традиционных обществах до профессиональной деятельности в древних цивилизациях (на примере Древнего Египта, Греции, Рима, Китая).

3. Как промышленная революция и научно-технический прогресс повлияли на развитие сферы услуг? Рост городов, появление новых профессий и изменение структуры занятости.

4. Раскройте понятие «сервисизация экономики». Какова доля сферы услуг в ВВП развитых стран и почему этот сектор растет быстрее материального производства?

5. Охарактеризуйте особенности сервисной деятельности на современном этапе: роль информационных технологий, индивидуализация услуг, рост доли невещественного продукта.

6. Дайте определение сервисной деятельности как научной дисциплины. Каковы ее цели, задачи и связь с другими науками (психологией, этикой, конфликтологией, экономикой)?

7. Чем услуга отличается от материально-вещественного товара? Дайте определение услуги с точки зрения маркетинга (Ф. Котлер) и экономической теории.

8. Раскройте содержание свойств услуги: неосязаемость, несохраняемость, неотделимость от источника, непостоянство качества и отсутствие владения.

9. В чем заключается двойственность услуги как процесса и как результата? Почему можно говорить об осязаемых и неосязаемых компонентах в структуре любой услуги?

10. В чем состоит проблема неосязаемости для потребителя? Какие маркетинговые и организационные инструменты (материальные свидетельства, репутация, сайт, дизайн) позволяют сделать услугу более "осязаемой" для клиента до момента покупки?

11. Назовите факторы, влияющие на изменчивость качества услуги. Как стандартизация и обучение персонала помогают минимизировать этот риск?

12. Опишите основные этапы жизненного цикла услуги: разработка стратегии, проектирование, преобразование (внедрение), эксплуатация и непрерывное улучшение. В чем специфика ЖЦУ по сравнению с ЖЦ товара?

13. Какие управленческие задачи решаются на этапе проектирования услуги, а какие — на этапе эксплуатации? Понятие Портфеля услуг и Каталога услуг.

14. Охарактеризуйте модель покупательского поведения. Какие факторы (культурные, социальные, личные, психологические) влияют на решение потребителя о выборе услуги? .

15. Раскройте пять этапов процесса принятия решения потребителем: осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.
16. В чем отличие критериев оценки товара от критериев оценки услуги? Что такое «поисковые», «опытные» характеристики и характеристики «доверия» применительно к услугам?
17. Какие основные мотивы (выгода, здоровье, престиж, комфорт, желание) движут потребителями при выборе услуг? Как знание мотивов используется в работе с клиентом?
18. Дайте определение контактной зоны. Почему она является ключевым фактором формирования впечатления клиента о компании?
19. Охарактеризуйте классификацию контактных зон: по формату взаимодействия (физическая / виртуальная), по частоте контактов (единовременное, периодическое, постоянное обслуживание) и по занимаемому пространству (сжатая, минимальная, изолированная).
20. Какие навыки необходимы персоналу для эффективной работы в контактной зоне? Какова роль технологий (чат-боты, CRM) в оптимизации взаимодействия с клиентом?
21. Раскройте содержание понятия «культура сервиса». Охарактеризуйте ее основные аспекты: психологический, этический, эстетический, организационно-технологический.
22. Каковы принципы профессиональной этики работника сферы услуг? Какова роль эмпатии, толерантности и стрессоустойчивости в обслуживании?
23. В чем разница между качеством результата услуги (техническое качество) и качеством процесса обслуживания (функциональное качество)?
24. Назовите и охарактеризуйте основные критерии качественного сервиса (по модели SERVQUAL или аналогичной): надежность, отзывчивость, убежденность, эмпатия, материальность.
25. Что такое стандарт обслуживания? Какие задачи бизнеса он решает? Приведите примеры измеримых стандартов (скорость ответа, время решения проблемы и др.).
26. Что такое удовлетворенность клиента? Объясните формулу «Удовлетворенность = Ожидание — Восприятие». Как компании управлять ожиданиями клиентов?
27. Раскройте содержание ключевых показателей эффективности сервиса: индекс удовлетворенности клиента (CSAT), частота отрицательных ответов (NRR), показатель решенных проблем с первого раза (FCR), индекс клиентских усилий (CES).
28. Охарактеризуйте влияние цифровизации на сферу услуг (искусственный интеллект, самообслуживание, омниканальность). Как меняются требования к персоналу и бизнес-моделям?
29. В чем особенности поведения потребителей деловых услуг? Какие роли играют участники «закупочного центра» при принятии решения о покупке услуги для предприятия?
30. Почему в сервисной деятельности персонал является ключевым ресурсом? Как инвестиции в обучение и развитие сотрудников влияют на качество услуг и конкурентоспособность компании?

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Темы для эссе по теме "Природа и характер услуг как товара" Сервисной деятельности.

- Сервис как общественное и экономическое явление
- Социальные предпосылки сервисной деятельности
- Роль сервисной деятельности в социально-экономическом развитии страны
- Структура и виды сервисной деятельности
- Сервисная деятельность как процесс удовлетворения потребностей
- Услуга как специфический продукт сервисной деятельности
- Основы организации сервисной деятельности
- Специфика оказания различных услуг в сервисной деятельности
- Основы организации рабочих мест в индустрии моды и красоты
- Организация обслуживания потребителей услуг
- Способы и формы организации обслуживания оказания услуг
- Основные правила обслуживания населения
- Качество услуг и обслуживание
- Культура обслуживания как базовый элемент качества обслуживания
- Эффективность сервисной деятельности
- Этика и психология сервисной деятельности
- Особенности профессионального поведения в сфере сервиса
- Этика и психология взаимоотношений в трудовом коллективе и в общении с потребителем
- Специфика межличностного общения работников сервисных организаций и потребителей в процессе оказания услуги.
- Основные психологические принципы взаимоотношения с клиентом.