

**Департамент образования Вологодской области
Бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Вологодской области
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

РАССМОТРЕН

на заседании предметной цикловой комиссии общепрофессиональных, специальных дисциплин и дипломного проектирования Богданова А.В.

Протокол №11 «13» июня 2017г.

УТВЕРЖДЕНО

приказом директора БПОУ ВО
«Вологодский строительный колледж»

№ 255-УД от « 20» июня 20 17г.

**Комплект контрольно-оценочных средств по учебной дисциплине
ОП.01 Сервисная деятельность**

43.02.08. Сервис домашнего и коммунального хозяйства

Зорина Елена Николаевна , преподаватель

Содержание

1. ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ	3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ, ПОДЛЕЖАЩИЕ ПРОВЕРКЕ	3
3. ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	
3.1. ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОЦЕНИВАНИЯ	8
3.2. МАТЕРИАЛЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ	10
3.3. ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ	23
3.4. ТЕМЫ И ФОРМЫ КОНТРОЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ	24
3.5. МАТЕРИАЛЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ	26

1. ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Комплект контрольно-оценочных средств (далее - КОС) по дисциплине ОП.01. Сервисная деятельность предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины .

КОС включают контрольные материалы для проведения входного, текущего контроля и промежуточной аттестации в форме экзамена

КОС разработаны на основании положений:

-основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО 43.02.08. Сервис домашнего и коммунального хозяйства;

– программы учебной дисциплины ОП.01. Сервисная деятельность
Используемые в КОС оценочные средства представлены в таблице:

Разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Оценочное средство	
		Текущий контроль	Промежуточный контроль
Раздел 1. Сервисная деятельность в системе удовлетворения потребностей			
Тема 1.1. Сущность сервисной деятельности	ОК 1-9,ПК 1.1-1.9, ПК 2.1,2.2, ПК 3.1-3.3, ПК 4.1-4.4, ПК 5.1-5.4	Задания для самостоятельной работы	
Тема 1.2. Роль и предпосылки развития сервисной деятельности	ОК 1-9,ПК 1.1-1.9, ПК 2.1,2.2, ПК 3.1-3.3, ПК 4.1-4.4, ПК 5.1-5.4	Задания для самостоятельной работы, практическая работа №1	
Тема 1.3. Сервисная деятельность и удовлетворение потребностей человека	ОК 1-9,ПК 1.1-1.9, ПК 2.1,2.2, ПК 3.1-3.3, ПК 4.1-4.4, ПК 5.1-5.4	Задания для самостоятельной работы, практическая работа №2	

Тема 1.4. Услуга как специфический продукт сервисной деятельности	ОК 1-9,ПК 1.1-1.9, ПК 2.1,2.2, ПК 3.1-3.3, ПК 4.1-4.4, ПК 5.1-5.4	Задания для самостоятельной работы практическая работа №3	
Раздел 2. Основы организации сервисной деятельности			
Тема 2.1. Процесс обслуживания потребителя.	ОК 1-9,ПК 1.1-1.9, ПК 2.1,2.2, ПК 3.1-3.3, ПК 4.1-4.4, ПК 5.1-5.4	Задания для самостоятельной работы Тест №1	
Тема 2.2. Основы организации рабочего предприятий по различным отраслевым группам услуг.	ОК 1-9,ПК 1.1-1.9, ПК 2.1,2.2, ПК 3.1-3.3, ПК 4.1-4.4, ПК 5.1-5.4	Задания для самостоятельной работы, практическая работа №4	
Тема 2.3. Организация обслуживания потребителей услуг.	ОК 1-9,ПК 1.1-1.9, ПК 2.1,2.2, ПК 3.1-3.3, ПК 4.1-4.4, ПК 5.1-5.4	Задания для самостоятельной работы, практическая работа №5	
Тема 2.4. Основные правила обслуживания населения.	ОК 1-9,ПК 1.1-1.9, ПК 2.1,2.2, ПК 3.1-3.3, ПК 4.1-4.4, ПК 5.1-5.4	Задания для самостоятельной работы	
Тема 2.5. Эффективность сервисной деятельности.	ОК 1-9,ПК 1.1-1.9, ПК 2.1,2.2, ПК 3.1-3.3, ПК 4.1-4.4, ПК 5.1-5.4	практическая работа №6	
Раздел 3. Этика и психология сервисной деятельности.			
Тема 3.1. Профессиональное поведение и этикет.	ОК 1-9,ПК 1.1-1.9, ПК 2.1,2.2, ПК	практическая работа №7	

	3.1-3.3, ПК 4.1-4.4, ПК 5.1-5.4		
Тема 3.2. Этика и психология взаимоотношений в трудовом коллективе и в общении с потребителями.	ОК 1-9,ПК 1.1-1.9, ПК 2.1,2.2, ПК 3.1-3.3, ПК 4.1-4.4, ПК 5.1-5.4	практическая работа №8	
Тема 3.3 Психологические особенности делового общения в сфере обслуживания.	ОК 1-9,ПК 1.1-1.9, ПК 2.1,2.2, ПК 3.1-3.3, ПК 4.1-4.4, ПК 5.1-5.4	Задания для самостоятельной работы, практическая работа №9	
Тема 3.4. Сервис и сервисные технологии в жилищно-коммунальном хозяйстве	ОК 1-9,ПК 1.1-1.9, ПК 2.1,2.2, ПК 3.1-3.3, ПК 4.1-4.4, ПК 5.1-5.4	Тест №2	
Экзамен	ОК 1-9,ПК 1.1-1.9, ПК 2.1,2.2, ПК 3.1-3.3, ПК 4.1-4.4, ПК 5.1-5.4		экзамен

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ, ПОДЛЕЖАЩИЕ ПРОВЕРКЕ

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
---	--

<p><u>Освоенные умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - соблюдать в профессиональной деятельности правила обслуживания клиентов; - определять критерии качества услуг; - использовать различные средства делового общения; - анализировать профессиональные ситуации с позиций участвующих в них индивидов; - управлять конфликтами и стрессами в процессе профессиональной деятельности; - выполнять требования этики в профессиональной деятельности; 	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устного опроса на семинарских занятиях; - наблюдение и оценки на практических занятиях, активность в деловых играх. - тестирования; - защиты рефератов, сообщений и докладов; <p>Экзамен по дисциплине</p>
<p><u>Усвоенные знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности; - потребности человека и принципы их удовлетворения в деятельности организаций сервиса; - сущность услуги как специфического продукта; - понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности; - правила обслуживания населения; - организацию обслуживания потребителей услуг; - способы и формы оказания услуг; - нормы и правила профессионального поведения и этикета; - этику взаимоотношений в трудовом коллективе, в общении с потребителями; - критерии и составляющие качества услуг; 	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устного опроса на семинарских занятиях; - наблюдение и оценки на практических занятиях, активность в деловых играх. - тестирования; - защиты рефератов, сообщений и докладов. <p>Экзамен по дисциплине</p>

- психологические особенности делового общения и его специфику в сфере обслуживания.	
--	--

Требования ФГОС СПО к результатам освоения дисциплины:

Код	Наименование результата обучения
ПК1.1.	Организовывать и обустраивать быт и уют, комфортность проживания членов семьи в домашней среде.
ПК.1.2.	Организовывать встречу, прием и размещение гостей, деловые и праздничные мероприятия.
ПК1.3.	Организовывать регулярное питание членов семьи с учетом национальных традиций и правил этикета
ПК1.4.	Осуществлять экономное расходование средств на оплату услуг, закупку продуктов и необходимых товаров для нужд членов семьи
ПК1.5.	Организовывать эффективную работу и управлять обслуживающим персоналом, осуществляющим ведение домашнего хозяйства
ПК1.6.	Организовывать обслуживание инженерных систем и коммуникаций частных домовладений
ПК 2.1.	Организовывать газоснабжение, водоснабжение, водоотведение, отопление, электроснабжение жилых помещений
ПК2.2.	Организовывать проведение соответствующих аварийно-ремонтных и восстановительных работ
ПК 3.1	Организовывать уборку и санитарную очистку придомовых территорий.
ПК 3.2.	Планировать, организовывать и обеспечивать контроль работ, связанных с озеленением придомовых территорий.
ПК 3.3.	Организовывать благоустройство и реконструкцию придомовых территорий.
ПК4.1.	Оценивать исходное техническое состояние домовладений и жилищного фонда
ПК4.2.	Организовывать обслуживание внутридомовых инженерных систем
ПК4.3.	Планировать, организовывать и обеспечивать контроль объемов, качества и сроков выполнения работ по содержанию, техническому обслуживанию, текущему и капитальному ремонту домовладений и жилищного фонда
ПК4.4.	Организовывать подготовку домовладений и жилищного фонда к сезонной эксплуатации
ПК5.1.	Организовывать обслуживание в сфере жилищно-коммунального хозяйства
ПК5.2.	Организовывать и контролировать деятельность подчиненных
ПК5.3.	Планировать деятельность организаций жилищно-коммунального хозяйства
ПК5.4.	Анализировать эффективность деятельности организаций жилищно-коммунального хозяйства и предлагать мероприятия по ее совершенствованию
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и

	качество.
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, обеспечивать её сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчинённых, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

3. ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Предметом оценки освоения дисциплины являются общие компетенции, умения, знания, способность применять их в практической деятельности и повседневной жизни. Соотношение типов задания и критериев оценки представлено в таблице.

№	Тип (вид) задания	Критерии оценки
1	Тесты	Таблица 1. Шкала оценки образовательных достижений
2	Устные ответы	Таблица 2. Критерии и нормы оценки устных ответов
3	Практическая работа	Выполнение не менее 80% – положительная оценка
4	Проверка конспектов, рефератов, творческих работ, презентаций	Соответствие содержания работы, заявленной теме; правилам оформления работы

Таблица 1. Шкала оценки образовательных достижений (тестов)

Процент результативности (правильных ответов)	Оценка уровня подготовки	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
89 ÷ 80	4	хорошо
79 ÷ 70	3	удовлетворительно
менее 70	2	неудовлетворительно

Таблица 2. Критерии и нормы оценки устных ответов

«5»	за глубокое и полное овладение содержанием учебного материала, в котором обучающиеся легко ориентируются, за умение связывать теорию с практикой, высказывать и обосновывать свои суждения. Отличная отметка предполагает грамотное, логическое изложение ответа.
«4»	если обучающийся полно освоил материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, грамотно излагает ответ, но содержание, форма ответа имеют отдельные недостатки.
«3»	если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, не умеет доказательно обосновывать свои суждения.
«2»	если обучающийся имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.
«1»	за полное незнание и непонимание учебного материала или отказ отвечать

Промежуточная аттестация по результатам освоения обучающимися учебной дисциплины проводится в форме экзамена.

3.2. МАТЕРИАЛЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Тест №1 «Сервисная деятельность»

Вариант №1

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:
 - a) опрос, профессионализм, качество;
 - b) услуга, спрос, специалист;
 - c) деятельность, потребность и услуга.
2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
 - a) исследовательская;
 - b) потребительская (пользовательская);
 - c) ценностно-ориентационная.
3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:
 - a) бронирование номеров;
 - b) прием и размещение;
 - c) расчет при выезде.
4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:
 - a) рекламные услуги;
 - b) организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
 - c) психодиагностику.
5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:
 - a) уровень развития экономики и хозяйственная система;
 - b) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;
 - c) общественные структуры: политические партии.
6. В чем заключается неосвязаемость услуги:
 - a) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
 - b) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
 - c) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.
7. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это:
 - a) спрос;
 - b) потребность;
 - c) мотивация.
8. Отличительными особенностями услуг являются:
 - a) неразрывность производства и потребления услуги;
 - b) несохраняемость услуг;
 - c) незабываемость услуг.
9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:
 - a) определенный способ предоставления услуг заказчику;
 - b) предоставление информации клиенту;
 - c) оказание услуги клиенту.
10. Сервисная деятельность – это:

- a) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
 - b) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
 - c) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.
11. Услуга обладает следующими качествами:
- a) способность к хранению и транспортировке;
 - b) неотделимость от своего источника;
 - c) неизменностью качества.
12. К некоммерческим услугам относят:
- a) услуги предприятий туризма и отдыха;
 - b) услуги организаций общественного питания;
 - c) услуги благотворительных фондов.
13. Целью сервисной деятельности является:
- a) удовлетворение человеческих потребностей;
 - b) исследование рынка услуг;
 - c) производство услуг.
14. Контактной зоной не является:
- a) зона ремонта бытовой техники;
 - b) рабочее место парикмахера;
 - c) рабочее место стоматолога.
15. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:
- a) бесконтактным;
 - b) формальным;
 - c) бесплатным.
16. Физические потребности это потребности в:
- a) в общественной деятельности,
 - b) во сне;
 - c) в творческой деятельности.
17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:
- a) бесконтактное обслуживание;
 - b) фирменное обслуживание;
 - c) неформальное обслуживание.
18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:
- a) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
 - b) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.
 - c) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.
19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Интимное расстояние - общение близких или хорошо знакомых людей.
- a) 0 – 45см;
 - b) 45 –120 см;
 - c) 120 –400 см.
20. Франчайзинг это:
- a) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;

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

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

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

22. Характеристика услуг:

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

23. Характеристика товаров:

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

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

- a) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
- b) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;
- c) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

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

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

Вариант №2

1. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:
 - a) жилищно-коммунальные услуги;
 - b) научно-исследовательские услуги;
 - c) услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги;
2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
 - a) материально-преобразовательная;
 - b) исследовательская;
 - c) потребительская (пользовательская);
3. Какие из перечисленных услуг ресторана относятся к вспомогательным?
 - a) Резервирование столиков;
 - b) Вызов такси;
 - c) Кондиционирование воздуха;
4. Реклама, экспертиза, психодиагностика, имиджмейкерские услуги, художественно-оформительские услуги – это область сервиса в:
 - a) материально-преобразовательной деятельности;
 - b) познавательной деятельности;
 - c) ценностно-ориентационной деятельности;
5. Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:
 - a) потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, физиологические потребности, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении;
 - b) физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении);
 - c) потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности.
6. Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это:
 - a) контактная зона;
 - b) зал ожидания;
 - c) комната для посетителей.
7. В чем заключается несохраняемость услуг:
 - a) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
 - b) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
 - c) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.

8. Отличительными особенностями услуг являются:
- a) неосвязаемость услуг;
 - b) неразрывность производства и потребления услуги;
 - c) незабываемость услуг.
9. Обслуживание это:
- a) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги;
 - b) оказание услуги потребителю;
 - c) комплекс мер по обслуживанию населения.
10. Сервис — это:
- a) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг;
 - b) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой;
 - c) предпродажное и гарантийное обслуживание.
11. Производственные услуги – это:
- a) услуги банков, страховых компаний;
 - b) инжиниринг, обслуживание оборудования, лизинг;
 - c) пассажирский транспорт, торговля, образование.
12. Услуги по регистрации транспортных средств являются:
- a) государственными;
 - b) идеальными;
 - c) смешанными.
13. Контактная зона – это:
- a) любое место, где производится услуга;
 - b) место, где услуга может храниться;
 - c) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы.
14. Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания – это:
- a) поиск понимания;
 - b) призыв к совести;
 - c) жалоба.
15. Социальные потребности это потребности в:
- a) в самовыражении;
 - b) в познании,
 - c) в жилье.
16. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:
- a) обслуживание на дому;
 - b) индивидуальное обслуживание;
 - c) письменное обслуживание.
17. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:
- a) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
 - b) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.
 - c) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.

18 . В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния.

Персональная дистанция - нормальное расстояние для общения знакомых людей..

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

19. Франчайзинг это:

- a) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.
- b) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества
- c) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;

20. Качество услуг тесно переплетается:

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

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

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

22. Характеристика услуг:

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

23. Характеристика товаров:

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

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

- a) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
- b) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;
- c) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

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

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

Вариант №3

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

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

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

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

3. Что такое трансфер?

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

4. Выделите два главных уровня сервиса в познавательной деятельности:

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

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

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

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

- a) индустрия сферы услуг;
- b) инфраструктура сферы услуг;
- c) индустрия сервиса.

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

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

8. Отличительными особенностями услуг являются:

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

9. Сфера обслуживания населения – это:

- a) совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению;
 - b) деятельность предприятий и организаций, направленная на удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристских и экскурсионных услугах;
 - c) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.
10. Услуга – это:
- a) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо;
 - b) осязаемые действия, направленные на товар или человека;
 - c) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями.
11. Общественными услугами являются:
- a) телевидение, радио, образование;
 - b) услуги, связанные с досугом;
 - c) услуги, связанные с транспортом.
12. К легитимным услугам относят:
- a) нелегальные услуги;
 - b) услуги, имеющие криминальный оттенок;
 - c) услуги, одобряемые государством и обществом.
13. Контактной зоной может считаться:
- a) стойка администратора в гостинице;
 - b) цех по ремонту оборудования;
 - c) строительная площадка.
14. Период времени, в течение которого потребитель взаимодействует с исполнителем услуги это:
- a) нормативное время;
 - b) время обслуживания;
 - c) ресурсное время.
15. Одной из существенных отличий услуги от товара является:
- a) различие мест хранения;
 - b) более высокая стоимость;
 - c) совмещение производства и потребления.
16. Интеллектуальные потребности это потребности в:
- a) образовании;
 - b) в самовыражении;
 - c) в пище.
17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:
- a) самообслуживание;
 - b) фирменное обслуживание;
 - c) индивидуальное обслуживание.
18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:
- a) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку;
 - b) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку;

с) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Социальная дистанция - формальные встречи в общественных местах..

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

20. Франчайзинг это:

- a) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;
- b) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.
- c) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества.

21. Внутренние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- a) социальный статус;
- b) культура;
- c) престиж

22. Характеристика услуг:

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

23. Характеристика товаров:

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

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

- a) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
- b) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;
- c) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

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

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

КЛЮЧИ К ТЕСТОВЫМ ЗАДАНИЯМ

Вариант №1:

1-с,
2-с,
3-а,
4-б,
5-с,
6-с,
7-с,
8-б,
9-а,
10-а,
11-б,
12-с,
13-а,
14-а,
15-а,
16-б,
17-а,
18-б,
19-а,
20-а,
21-а,
22-а,
23-с,
24-а,
25-а.

8-а,
9-а,
10-а,
11-б,
12-а,
13-с,
14-с,
15-а,
16-а,
17-с,
18-б,
19-с,
20-с,
21-а,
22-а,
23-с,
24-б,
25-б.

16-а,
17-а,
18-а,
19-а,
20-а,
21-с,
22-а,
23-с,
24-с,
25-б.

Вариант №3:

1-с,
2-с,
3-б,
4-б,
5-с,
6-с,
7-с,
8-б,
9-а,
10-с,
11-а,
12-с,
13-а,
14-б,
15-с,

Вариант №2:

1-б,
2-а,
3-б,
4-с,
5-б,
6-а,
7-с,

ТЕСТ

1. Что такое корпоративное общение?

- а) чувство меры границ в общении, превышение которых может обидеть, поставить в толожение;
- б) умение держать себя в рамках приличия в любых ситуациях, прежде всего в конфли
- в) процесс взаимосвязи и взаимодействия, в ходе которого происходит обмен информ. опытом;
- г) выполнение данных обещаний и взятых обязательств в любой форме.

Что свойственно немецкой деловой культуре?

- а) традиционность;
- б) соблюдение всех деталей договоренности;
- в) пунктуальность;
- г) педантичность.

Общие требования написанию деловых писем:

- а) бумага должна быть хорошего качества;
- б) ниже, с края строки или в центре листа пишется вежливое обращение;
- в) абзац начинается с красной строки с отступлением в пять интервалов от левого кра
- г) на телеграфный запрос следует дать ответ в течение 30 дней.

7. Что такое деловое совещание?

- а) общение между людьми с целью выявления разногласий;
- б) способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов;
- в) процесс взаимосвязи и взаимодействия, в ходе которого происходит обмен информ опытом;
- г) столкновение мнений, разногласия по каким-либо вопросам.

Перечислите основные этапы подготовки к презентации.

Какие виды писем пишутся только от руки?

- а) письмо-соболезнование;
- б) письмо-благодарность;
- в) письмо-поздравление;
- г) письмо-просьба.

Что свойственно английской деловой культуре?

- а) многословность;
- б) категоричные утверждения;
- в) пунктуальность;
- г) подготовка к переговорам.

Что такое деловое письмо?

- а) выражение уважительного отношения к другим людям;
- б) документ, применяемый для связи, передачи информации на расстояние между дву корреспондентами;
- в) процесс взаимосвязи и взаимодействия, в ходе которого происходит обмен информ опытом;

г) выполнение данных обещаний и взятых обязательств в любой форме.

15. Что из перечисленного недопустимо в имидже делового мужчины?

- а) вельветовая одежда;
- б) пальто;
- в) изделия из свиной кожи;
- г) запонки.

Этические принципы - это...

Принципы - это абстрагированные, обобщенные представления, которые дают возможность на них опираться, верно формировать свое поведение, свои действия, свое отношение к кому-либо.

Применительно к принципам этики деловых отношений вышесказанное формулируется следующим образом: принципы этики деловых отношений, т.е. профессиональной, дают конкретному сотруднику в любой организации концептуальную этическую

Что такое деловая беседа?

- а) передача или обмен информацией и мнениями или проблемами;
- б) способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов;
- в) процесс взаимосвязи и взаимодействия, в ходе которого происходит обмен опытом;
- г) столкновение мнений разногласия, по каким-либо вопросам.

Какие этапы деловой беседы Вам известны?

Основными этапами деловой беседы являются:

- 1) начало беседы;
- 2) информирование партнеров;
- 3) аргументирование выдвигаемых положений;
- 4) принятие решения;
- 5) завершение беседы.

Что не свойственно французской деловой культуре?

- а) галантность;
- б) изысканность;
- в) не любят много предложений при переговорах;
- г) открытость;
- д) многоречивость.

20. Какие определения понятия «этика деловых отношений» Вам известны?

- 1) Этика деловых отношений - система универсальных и специфических нравственных требований и норм поведения, реализуемых в профессиональной деятельности. Этика
- 2) Этика деловых отношений является профессиональной этикой, регулирующей систему отношений между людьми в сфере бизнеса.
- 3) Деловая этика основывается на общих правилах поведения, выработанных людьми в процессе совместной жизнедеятельности

21. Что из перечисленного является формами делового общения?

- а) совещание;
- б) разговор по телефону;
- в) конференция;

г) деловое письмо (*невербальная форма*).

24. Что свойственно японской деловой культуре?

- а) коллективность;
- б) моральные кодексы;
- в) противоречивость;
- г) компромисс.

Что из перечисленного относится к корпоративной культуре?

Все перечисленное

- а) ценности;
- б) девиз;
- в) логотип;
- г) цели;
- д) история организации.

Какие стратегии ведения переговоров вам известны?

Сотрудничество;

Борьба;

Уклонение;

Исследование;

Позиционный торг, ориентированный на конфронтационный тип поведения; и

Переговоры на основе взаимного учета интересов, что предполагает партнерский тип сторон.

Что недопустимо при работе в сети Internet?

- а) делать многочисленные пробелы;
- б) комплименты;
- в) критика присутствующих;
- д) псевдоним.

Что не свойственно североамериканской деловой культуре?

- а) индивидуализм;
- б) коллективизм;
- в) стойкость;
- г) уверенность в себе.

3.3. ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ

№ п/п	Тема программы	Тема работы	Количество часов
1.	<i>Тема 1.2. Роль и предпосылки развития сервисной деятельности</i>	Семинар «Сущность и роль сервисной деятельности ЖКХ в развитии общества и экономики»	2
2.	<i>Тема 1.3. Сервисная деятельность и удовлетворение потребностей человека</i>	Семинар «Структура и виды сервисной деятельности как источника удовлетворения разнообразных потребностей человека»	2
3.	<i>Тема 1.4. Услуга как специфический продукт сервисной деятельности</i>	Семинар «Услуга ЖКХ как продукт сервисной деятельности»	2
4.	<i>Тема 2.2. Основы организации рабочего предприятий по различным отраслевым группам услуг.</i>	Построение процесса обслуживания на примере различных видов услуг	2
5.	<i>Тема 2.3. Организация обслуживания потребителей услуг.</i>	Деловая игра «Оформление, прием и выдача заказа на предприятии ЖКХ».	2
6.	<i>Тема 2.5. Эффективность сервисной деятельности.</i>	Решение задач. Разработка опросного листа для оценки удовлетворённости потребителя услуги.	2
7.	<i>Тема 3.1. Профессиональное поведение и этикет.</i>	Разработка сценария ведения телефонных переговоров	2
8.	<i>Тема 3.2. Этика и психология взаимоотношений в трудовом коллективе и в общении с потребителями.</i>	Деловая игра «Организация презентаций новой услуги в сфере ЖКХ» с использованием подготовленных обучающимися деловых писем и сценариев телефонных переговоров.	2
9.	<i>Тема 3.3 Психологические особенности делового общения в сфере обслуживания.</i>	Решение конфликтных ситуаций	2

3.4. ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ И ФОРМ КОНТРОЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

№	Перечень тем самостоятельной работы	Форма контроля	Кол-во часов
Раздел 1. Основы теории услуг			22
Тема 1.1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.			
1	<i>История возникновения сервиса</i>	<i>реферат</i>	4
2	<i>Составить тест «Мой стиль общения»</i>	<i>домашняя работа</i>	4
Тема 1.2. Предпосылки возникновения сервисной деятельности			
3	<i>Выполнить упражнение «Мое самовосприятие» Заполнить таблицу</i>	<i>домашняя работа</i>	4
4	<i>Реферат «Динамика и проблемы развития сферы сервиса ЖКХ в России»</i>	<i>реферат</i>	4
Тема 1.3. Услуга как специфический продукт			
5	<i>Реферат «Научные школы о классификации потребностей»</i>	<i>реферат</i>	2
Тема 1.4. Услуга как специфический продукт сервисной деятельности			
6	<i>Реферат «Международные подходы к классификации услуг»</i>	<i>реферат</i>	4
Раздел 2. Основы организации сервисной деятельности			10
Тема 2.1. Процесс обслуживания потребителя.			
7	<i>Работа с учебником и лекциями по вопросу «Процесс обслуживания потребителей».</i>	<i>работа с учебником, журналами</i>	2
Тема 2.2. Основы организации рабочих предприятий по различным отраслевым группам услуг.			
8	<i>Работа с лекциями и журналом «ЖКХ»: природа и состав услуг ЖКХ</i>	<i>работа с учебником, журналами</i>	2
Тема 2.3. Организация обслуживания потребителей услуг			
9	<i>Работа с учебником и лекциями по вопросу «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности ЖКХ.</i>	<i>работа с учебником, журналами</i>	4
Тема 2.4. Основные правила обслуживания населения.			
10	<i>Реферат: «Защита прав потребителей»</i>	<i>реферат</i>	2
Раздел 3. Этика и психология сервисной деятельности.			4
Тема 3.3 Психологические особенности делового общения в сфере обслуживания.			

11	<i>Работа с учебником и лекциями по вопросу «Специфика сервисных организаций и межличностного общения работников и потребителей в процессе оказания услуг в жилищно-коммунальном хозяйстве.</i>	<i>работа с учебником, журналами</i>	4
Итого			36

3.5. МАТЕРИАЛЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

3.5.1. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Сервисная деятельность, ее сущность.
2. Человек и его потребности. Классификация потребностей.
3. Сервис как услуга. Основные характеристики услуг.
4. Особенности классификации услуг.
5. Природа услуг. Отличительные особенности услуги от товара
6. В чем выражается «суверенитет потребителя»?
7. Значение сервисной деятельности в условиях рыночных отношений.
8. Почему сферу услуг можно назвать сферой, «производящей свободное время»?
9. Исторические предпосылки возникновения сервисной деятельности в России.
10. Дайте определение понятий «услуга», «сервис», «обслуживание».
11. Номенклатура требований и условий, формирующая показатели, влияющие на эффективность функционирования предприятий сферы сервиса в ЖКХ
12. Экономическая сущность сервисной деятельности.
13. Основные принципы разработки стандарта обслуживания.
14. Факторы внешней и внутренней среды, влияющие на достижение высоких показателей экономической эффективности функционирования предприятий сферы сервиса.
15. Правила эффективного сервиса.
16. Формы государственной поддержки социальной сферы в РФ.
17. Основные права потребителя, защищаемые государством.
18. Внутренний маркетинг на предприятии ЖКХ.
19. Основные принципы развития сферы услуг в ЖКХ.
20. Этапы обслуживания потребителя.
21. Особенности формирования рыночного и нерыночного секторов сферы услуг в ЖКХ.
22. Понятия: «качество услуги», «качество обслуживания».
23. Основные и вспомогательные процессы производства услуги.
24. Организационно-производственные характеристики предприятия сферы сервиса.
25. Процесс оказания услуги. Основы этапы и особенности.
26. Культура обслуживания как показатель качества.
27. Управление качеством сервиса.
28. Признаки градации услуг.
29. Факторы, влияющие на поведение потребителей.
30. Психология сервиса – основные понятия и задачи.
31. Классификация индивидуальных характеристик личности участников сервисной деятельности.
32. Психология сервиса на основных этапах обслуживания.
33. Понятие и основные категории «этики сервисной деятельности».
34. Профессиональная этика и профессиональное поведение работника контактной зоны.

35. Эстетика внешнего облика работника контактной зоны.
36. Виды конфликтов в процессе обслуживания и пути и разрешения.
37. Формы организации труда в рамках функционирования сервисного предприятия.
38. Посреднические услуги в предпринимательстве. Агентский договор.
39. Характеристика досуговых услуг в рамках социально-культурного сервиса.
40. Международный обмен услугами.
41. Особенности организации послепродажного обслуживания.
42. Виды социальных услуг, предоставляемых государственными учреждениями.
43. Понятие и принципы социального обслуживания, предусмотренные законодательством Российской Федерации.
44. Специфика услуг и обслуживания в сфере ЖКХ.
45. Потребительское воспитание. Потребительский экстремизм.
46. Пространство контакта. Содержание контакта.
47. Понятие «контактная зона». Разновидности контактной зоны.
50. Управление предприятием ЖКХ: цели, задачи, функции руководства.
51. Типы потребителей и взаимодействие с ними.
52. Культура общения работников с клиентами.
53. Воздействие культуры на поведение потребителя.
55. Типология конфликтов. Конфликт в сервисной деятельности.
56. Способы выхода из конфликтов в сервисной деятельности.

3.5.2. ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ БИЛЕТЫ

для проведения экзамена по дисциплине ОП.01. Сервисная деятельность

БПОУ ВО

«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»

Специальность: 43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

по дисциплине ОП.01.Сервисная деятельность

1. Укажите цели деятельности предприятий сферы услуг.
2. Укажите основные особенности рынка услуг.
3. Анализ конкретной ситуации

Преподаватель _____ Зорина Е.Н.

БПОУ ВО

«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»

Специальность: 43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2

по дисциплине ОП.01.Сервисная деятельность

1. Определите свойства услуги как товара.
2. Укажите основные характеристики услуги.
3. Анализ конкретной ситуации

Преподаватель _____ Зорина Е.Н.

БПОУ ВО
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»
Специальность: 43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3

по дисциплине ОП.01.Сервисная деятельность

1. Укажите основные характеристики услуги.

2. Какими средствами официант может повысить осязаемость предоставляемой услуги?

3. Анализ конкретной ситуации

Преподаватель _____ Зорина Е.Н.

БПОУ СПО ВО
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»
Специальность: 43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 4

по дисциплине ОП.01. Сервисная деятельность

1. Что общего у услуг и материально – вещественного товара?

2. Составьте классификацию услуг общественного питания.

3. Анализ конкретной ситуации

Преподаватель _____ Зорина Е.Н.

БПОУ ВО
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»
Специальность: 43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 5
по дисциплине ОП.01.Сервисная деятельность

1. В чем причина непостоянства качества услуг?
2. Что общего у услуг и материально – вещественного товара?
3. Анализ конкретной ситуации

Преподаватель _____ Зорина Е.Н.

БПОУ ВО
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»
Специальность: 43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 6
по дисциплине ОП.01.Сервисная деятельность

1. Дайте основное содержание понятие ценности в отношении услуг.
2. Определите сущность понятия «воспринимаемое качество».
3. Анализ конкретной ситуации

Преподаватель _____ Зорина Е.Н.

БПОУ ВО
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»
Специальность: 43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства
ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 7
по дисциплине ОП.01.Сервисная деятельность

1. Раскройте понимание модели ценности услуг.
2. Каким образом можно использовать модель ценности услуг при разработке услуг общественного питания?
3. Анализ конкретной ситуации

преподаватель _____ Зорина Е.Н.

БПОУ ВО
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»
Специальность: 43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 8
по дисциплине ОП.01.Сервисная деятельность

1. 1. Какие этические принципы и нравственные категории следует признать ключевыми для сервисной деятельности?
2. Составьте классификацию услуг общественного питания.
3. Анализ конкретной ситуации

Преподаватель _____ Зорина Е.Н.

БПОУ ВО
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»
Специальность: 43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 9

по дисциплине ОП.01.Сервисная деятельность

1. Что понимается под профессионально - служебной этикой?
2. Раскройте понимание модели ценности услуг
3. Анализ конкретной ситуации

Преподаватель _____ Зорина Е.Н.

БПОУ ВО
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»
Специальность: 43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 10.

по дисциплине ОП.01.Сервисная деятельность

1. Что понимается под профессионально - служебной этикой?
2. Перечислите недопустимые нормы поведения и личностные качества, несовместимые с профессиональной этикой обслуживания.
3. Анализ конкретной ситуации.

Преподаватель _____ Зорина Е.Н.

БПОУ ВО
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»
Специальность: 43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 11

по дисциплине ОП.01.Сервисная деятельность

1. Дайте определение понятию «служебный этикет».
2. В чем заключается философия обслуживания?
3. Анализ конкретной ситуации

Преподаватель _____ Зорина Е.Н.

БПОУ ВО
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»
Специальность: 43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №12

по дисциплине ОП.01.Сервисная деятельность

1. Какие человеческие качества необходимы для осуществления деятельности в системе сервиса?
2. Из каких компонентов состоит культура сервиса?
3. Анализ конкретной ситуации

Преподаватель _____ Зорина Е.Н.

БПОУ ВО
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»
Специальность: 43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 13

по дисциплине ОП.01.Сервисная деятельность

1. Из каких компонентов состоит культура сервиса?
2. Укажите требования к культуре общения работника контактной зоны.
3. Анализ конкретной ситуации

Преподаватель _____ Зорина Е.Н.

БПОУ ВО
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»
Специальность: 43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства
ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 14
по дисциплине ОП.01.Сервисная деятельность

1. Что собой представляет пространство контакта в процессе обслуживания?
2. Укажите причины, которые приводят к конфликту с гостями в процессе обслуживания.
3. Анализ конкретной ситуации

Преподаватель _____ Зорина Е.Н.

БПОУ ВО
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»
Специальность: 43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства
ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 15
по дисциплине ОП.01.Сервисная деятельность

1. Из каких компонентов состоит культура сервиса?
2. На что указывают жалобы потребителей?
3. Анализ конкретной ситуации

Преподаватель _____ Зорина Е.Н.

