

1. Общие положения

Комплект оценочных средств (КОС) предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу общепрофессионального цикла Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве.

КОС включает контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачёта.

КОС разработаны на основании положений:

- ФГОС СПО от 12 декабря 2022 г. N 1100 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство." (с изменениями и дополнениями);

- основной профессиональной образовательной программы по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство.

- рабочей программы учебной дисциплины Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве.

Контрольно-оценочные средства является неотъемлемой частью рабочей программы.

Данный фонд оценочных средств включает:

а) фонд текущей аттестации:

- комплект тестовых заданий;
- тематика рефератов (презентаций);

б) фонд промежуточной аттестации:

- вопросы к дифференцированному зачету.

Текущая аттестация по дисциплине проводится преподавателем на основе оценивания фактических результатов обучения студентов.

Объектами оценивания выступают:

- ответы на семинарах, уроках;
- тестирование;
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

В рамках промежуточной аттестации оцениваются знания, практические умения и навыки, полученных в ходе изучения дисциплины, с учетом результатов выполнения практических заданий, тестирования и промежуточной аттестации.

2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Раздел 1. Теоретические основы сервисной деятельности	ОК.01 ОК.02 ОК.04 ОК.05 ОК 09	Рефераты, практические задания, тестирование, дифференцированный зачет.
2	Раздел 2. Организация сервисной деятельности	ОК.01 ОК.02 ОК.04 ОК.05 ОК 09	Рефераты, практические задания, тестирование, дифференцированный зачет.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- проводить поиск в различных поисковых системах;
- классифицировать услуги по принципам и видам;
- применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины;
- оценивать качество услуг;
- воспроизводить правила обслуживания потребителей услуг.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- истории и теории в сфере туризма и гостеприимства, классификаций услуг и сервиса;
- основные виды и характеристики услуг;
- основы и роль сервиса в удовлетворении потребителей предприятий туризма и гостеприимства;
- методов мониторинга рынка услуг;
- правил обслуживания потребителей услуг.

Предметом оценки являются умения и знания. Контроль и оценка осуществляются с использованием следующих форм и методов:

- для текущего контроля – практические и самостоятельные работы,
- для промежуточной аттестации.

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков в процессе освоения образовательной программы

Список вопросов к дифференцированному зачету

1. Понятие услуги. Свойства услуги
2. Типы услуг: производственные, распределительные, профессиональные, потребительские, общественные
3. Классификация услуг по принципам: вещественности или невещественности, материальные и нематериальные, стандартизированные и творческие, производственные и непроизводственные, коммерческие и некоммерческие, чистые и смешанные, идеальные и реальные, легитимные и нелегитимные, личностные и безличностные, простые и сложные и т.д.
4. Рынок услуг и его особенности. Покупательский риск в сфере услуг

5. Маркетинговая среда предприятия сервис
6. Сегментирование рынка услуг
7. Сервис как деятельность. Основные задачи современного сервиса: консультирование, подготовка персонала и покупателя, передача необходимой технической документации, доставка изделия, приведение изделия в рабочее состояние, оперативная поставка запасных частей, сбор и систематизация информации, формирование постоянной клиентуры рынка.
8. Виды сервисной деятельности. Основные виды: технический, технологический, информационно-коммуникативный, транспортный, гуманитарный
9. Классификация сервиса: по времени его осуществления, по содержанию работ, по направленности услуг, по степени адаптации к потребителям, по масштабу и т.д.
10. Основные подходы к осуществлению сервиса
11. Тенденции современного сервиса. Принципы современного сервиса
12. Специфика предоставления услуг: помещение, оборудование, персонал, организация обслуживания, основные этапы исполнения услуг
13. Требования по предоставлению услуг: обязательность предложения, необязательность использования клиентом, эластичность сервиса, удобство сервиса, информационная отдача сервиса, разумная ценовая политика, гарантированное соответствие производства сервису
14. Сервис как потребность. Роль сервиса в удовлетворении потребностей человека
15. Фазы выбора потребителями товаров и услуг: цель, принятие решения, действия, удовлетворение потребности
16. Формы и методы обслуживания потребителей
17. Методы: обслуживание специалистом по сервису, самообслуживание, экспресс- обслуживание и т.д.
18. Обслуживание потребителей в контактной зоне. Понятие «контактной зоны».
19. Соответствие контактной зоны характеру и содержанию сервисной деятельности; техническая оснащенность; помещения; образцы изделий; описание услуг; стоимость услуг
20. Культура сервиса.
21. Правила обслуживания потребителей
22. Система законодательно-правовых, нормативных, технических документов по регулированию отношений между исполнителями услуг и потребителями, установлению правил конкурентной борьбы, ограничению рисков.
23. Договор как основание для оказания услуг потребителю. Расторжение договора. Ответственность сторон.
24. Процедура оплаты услуги
25. Система показателей услуг: назначения, безопасности, надежности, социального назначения услуг, эстетические, информативности услуг, профессионализма персонала.
26. Основные характеристики качества: своевременность, скорость, комфортность, этика, эстетика, комплексность, информативность, достоверность, доступность, безопасность, экологичность и т.д. (по

применению)

27. Контроль качества услуг. Система контроля качества. Методы контроля: цели применения, физико-статистические признаки и процедуры, формирование результатов.

28. Виды туров. Виды туристского сервиса: внутренний, въездной, выездной, самостоятельный туризм

29. Виды сервисной деятельности: услуги туроператора, услуги турагента, услуги при самостоятельном туризме, экскурсионные услуги, услуги предприятия питания.

30. Комплекс услуг. Дополнительные услуги

Тест 1

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:

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

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

- а) исследовательская
- б) потребительская (пользовательская)
- в) ценностно-ориентационная

3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:

- а) бронирование номеров
- б) прием и размещение
- в) расчет при выезде

4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:

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

5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:

- а) уровень развития экономики и хозяйственная система;
- б) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе
- в) общественные структуры: политические партии

6. В чем заключается неосвязаемость услуги:

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

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:

- а) спрос
- б) потребность
- в) мотивация

8. Отличительными особенностями услуг являются:

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

9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:

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

10. Сервисная деятельность – это:

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

11. Услуга обладает следующим качествами:

- а) способность к хранению и транспортировке
- б) неотделимость от своего источника
- в) неизменностью качества

12. К некоммерческим услугам относят:

- а) услуги предприятий туризма и отдыха
- б) услуги организаций общественного питания
- в) услуги благотворительных фондов

13. Целью сервисной деятельности является:

- а) удовлетворение человеческих потребностей
- б) исследование рынка услуг;
- в) производство услуг.

14. Контактной зоной не является:

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

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

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

16. Физические потребности это потребности:

- а) в общественной деятельности
- б) во сне
- в) в творческой деятельности

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

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

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- а) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
- б) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о

покупке, реакция на покупку.

в) 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

а) 0 – 45см;

б) 45 – 120 см

в) 120 – 400 см

20. Франчайзинг это:

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

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

в) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

а) социальный статус

б) выгода

в) мотив

22. Характеристика услуг:

а) неопределенность качества

б) могут накапливаться

в) передача собственности

23. Характеристика товаров:

а) неоднородность

б) индивидуальность

в) осязаемость

24. Разработка новых товаров и услуг: сходства и различия.

Основные сходства:

а) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;

б) соответствие техническим условиям и стандартам

в) требует многих ресурсов, таких как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила и энергия

Тест 2

1. Загрузка гостиницы зависит от:

а) сезона

б) экономической ситуации в стране

в) политической ситуации в стране

г) все варианты ответов

2. К предприятиям специализированного обслуживания туристов относятся:

- а) гостиницы
- б) министерства
- в) предприятия торговли
- г) представительства

3. Что НЕ входит в состав турпродукта?

- а) страхование
- б) ваучер
- в) перевозка
- г) питание

4. Что входит в перечень первичных услуг туристского предприятия?

- а) услуги бизнес-центра
- б) проживание и питание
- в) вспомогательные услуги
- г) услуги питания

5. Какой из критериев относится к показателям качества?

- а) наличие стоянок
- б) месторасположения
- в) перевозки
- г) наличие сертификата

6. При задержке выезда из гостиницы более чем на 12 часов оплата взимается:

- а) за сутки
- б) за половину суток
- в) по договоренности
- г) почасовая

7. Основные функции службы приема и размещения:

- а) регистрация и размещение гостей
- б) поддержка необходимого санитарного состояния номеров
- в) контроль технического оборудования
- г) обеспечение туристов физкультурно-оздоровительными услугами

8. Какая гостиничная служба ведет учет занятости и использования номерного фонда гостиницы?

- а) инженерная служба
- б) служба приема и размещения
- в) вспомогательная служба
- г) административная служба

9. В административную службу входит:

- а) отдел бронирования
- б) поэтажная служба
- в) главный инженер
- г) отдел кадров

10. Цена за номер или место в гостинице НЕ зависит от:

- а) сезона
- б) дня недели
- в) % занятости номеров
- г) погодных условий

11. От чего зависит стоимость и номенклатура дополнительных услуг в гостинице?

- а) расположения отеля
- б) «звёздности» отеля

в) квалифицированности персонала

12. Завтрак включает: кофе, чай или горячий шоколад, сахар, сливки (молоко), лимон, два вида повидла, джема или мед, выбор хлебобулочных изделий, масло. По воскресеньям дополняется холодным яйцом – это:

- а) расширенный завтрак
- б) континентальный завтрак
- в) английский завтрак

13. Гости из карты-меню блюд и напитков выбирают то, что им больше всего нравится. Заказ передается на кухню и сразу же начинается приготовление и сервировка заказанных блюд и напитков. При таком обслуживании гость имеет возможность получить от официанта совет, а официант со своей стороны активно участвует в выборе блюд и напитков. Что это за вид обслуживания?

- а) apart
- б) tabled'hote
- в) a la carte

14. Пища готовится и раскладывается по тарелкам непосредственно на кухне. Официанты разносят и расставляют тарелки гостям. Этот вид пользуется популярностью благодаря простоте и оперативности:

- а) русский
- б) немецкий
- в) американский

15. Служба по предоставлению питания в номер:

- а) Room – service
- б) ресторанная служба
- в) служба приема и размещения (завтрак в номер)

16. Полный пансион – это:

- а) двухразовое питание
- б) только завтрак
- в) трехразовое питание

17. Бесплатной услугой в гостинице является:

- а) бассейн
- б) бесплатных услуг нет
- в) побудка

Критерии оценки тестов:

Оценка «отлично» правильных ответов - 100 - 90 процентов,

«хорошо» - 90 - 80 процентов

«удовлетворительно - 80 - 70 процентов

неудовлетворительно» - менее 70 процентов

Список вопросов к дифференцированному зачету

1. Понятие «услуга». Основные и дополнительные услуги в гостинице. Порядок их предоставления.
2. Правила предоставления сопутствующих услуг в гостинице
3. Организация экскурсионного обслуживания в гостинице
4. Классификация экскурсий
5. Представление услуг сервис-бюро
6. Телекоммуникационные услуги в гостинице
7. Организация транспортных услуг в отеле. Трансфер

8. Фитнес- и СПА-индустрия
9. Гостиничная анимация. Основные понятия. Сущность и назначение гостиничной анимации
10. Типы и виды анимационных программ в сервисе и туризме
11. Особенности работы с туристами разных категорий
12. Понятие и сущность маркетинговых исследований
13. Методика и этапы проведения маркетинговых исследований в гостинице
14. Методы продвижения дополнительных гостиничных услуг
15. Понятие и управление качеством гостиничных услуг
16. Технология работы с постоянными гостями гостиницы
17. SWOT-анализ
18. Функции и структура индустрии развлечений
19. Сегментация досуга и развлечений
20. Организация самостоятельного поиска источников информации по проекту сервисного обслуживания
21. Определение современных тенденций и инновации в области сервиса
22. Организационно-правовые формы в сервисе
23. Принципы качества клиентского сервиса
24. Сервисная деятельность как форма удовлетворения человеческих потребностей
25. . Прогрессивные формы обслуживания в сфере туризма
26. Специальные формы обслуживания в сфере туризма
27. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности
28. Основные направления внедрения инновационных технологий в сферу услуг на современном этапе
29. Мотивация профессиональной деятельности в сервисе