

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Куижева Саида Казбековна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 13.04.2021 14:42:05  
Уникальный программный ключ:  
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3c1a975e6f

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

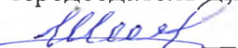
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Майкопский государственный технологический университет»**

**Политехнический колледж  
предметная (цикловая) комиссия экономики и управления, сервиса и туризма**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Зам. директора  
по учебно-методической работе  
**Ф.А. Топольян**  
«13» апреля 2020 г.

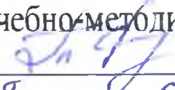
**Фонд оценочных средств  
измерения уровня освоения студентами  
дисциплины Сервисология  
специальности 43.02.10 Туризм**

Одобрено предметной (цикловой комиссией) экономики и управления, сервиса и туризма

Председатель цикловой комиссии  
 С.К.Шишхова

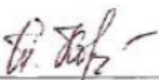
Протокол № 10 от 15.06 2020 г.

Составлено на основе ФГОС СПО и учебного плана МГТУ по специальности 43.02.10 Туризм

Зам. директора  
по учебно-методической работе  
 Ф.А. Топольян  
« 28 » 08 2020 г.

Разработчики:

Ковальшина С.П.

  
(подпись)

преподаватель высшей категории  
политехнического колледжа МГТУ

## 1. Паспорт фонда оценочных средств

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу дисциплины Сервисология.

Фонд оценочных средств включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме устного опроса, тестирования, вопросов для контрольных работ, а также оценочные средства для проведения контрольного среза знаний за текущий период обучения, оценочные средства для проверки остаточных знаний за предыдущий период обучения и **промежуточной аттестации** в форме дифференцированного зачета и экзамена.

### 1.1 Перечень формируемых компетенций

Изучение дисциплины Сервисология направлено на формирование следующих компетенций:

| Код компетенции | Содержание компетенции   | Компонентный состав компетенций (номера из перечня) |        |
|-----------------|--|---|--------|
|                 |  | Знает:  | Умеет: |
| ОК 01.          | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес  | 1, 2,   | 1,2    |
| ОК 02.          | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.     | 1, 2, 3,  | 1, 2,  |
| ОК 03.          | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность   | 1,2, 3  | 1, 2,3 |
| ОК 04.          | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | 1, 2, 3   | 1,2,   |
| ОК 05.          | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности   | 1,2, 3,   | 1, 2,3 |
| ОК 06.          | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями  | 1, 2, 3   | 1, 2,3 |
| ОК 07.          | Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий   | 1, 2, 3   | 1, 2,3 |
| ОК 08.          | Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение                  | 1,2,  | 1, 2,3 |

|        |   |        |        |
|--------|---|--------|--------|
|        | квалификации.   |        |        |
| ОК09   | Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.       | 1,2,3, | 1, 2,3 |
| ПК 1.1 | Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации                  | 1,2,3, | 1,2,3, |
| ПК 1.2 | Информировать потребителя о туристских продуктах  | 1,2,   | 1,2,3, |
| ПК 1.5 | Оформлять турпакет(турпутевки, ваучеры, страховые полисы).                                | 1,2,3, | 1,2,3, |
| ПК 2.1 | Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут | 1,2,3, | 1,2,3, |
| ПК 2.2 | Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте                                 | 1,2,3, | 1,2,3, |
| ПК 2.3 | Координировать и контролировать действия туристов на маршруте                             | 1,2,3, | 1,2,3, |
| ПК 2.4 | Обеспечивать безопасность туристов на маршруте  | 1,2,3, | 1,2,3, |
| ПК 2.5 | Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной                        |        |        |
| ПК 3.2 | Формировать туристский продукт  | 1,2,3, | 1,2,3, |
| ПК 3.4 | Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта          | 1,2,3, | 1,2,3, |
| ПК 4.1 | Планировать деятельность подразделения  | 1,2,3, | 1,2,3, |

### Перечень требуемого компонентного состава компетенций

В результате освоения дисциплины студенты должны:

#### уметь:

- оценивать психические, физиологические особенности человека, социальную значимость потребителей;
- работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности;
- проводить исследования социально-психологических особенностей потребителя с учётом национально-региональных и демографических факторов.

#### знать:

- основные потребности и психофизиологические возможности человека и их взаимосвязь с социальной активностью личности;
- структуру обслуживания с учётом природных и социальных факторов;
- методы и способы удовлетворения потребностей в сфере услуг

### Этапы формирования компетенций

| № раздела | Раздел/тема дисциплины | Виды работ |     | Код компетенции | Конкретизация компетенций (знания, умения,) |
|-----------|------------------------|------------|-----|-----------------|---|
|           |                        | Аудиторная | СРС |                 |   |
|           |                        |            |     |                 |   |

|     |  |   |         |   |                               |
|-----|--|---|---------|---|-------------------------------|
|     | <b>Раздел 1. ВВЕДЕНИЕ В ПРЕДМЕТ. ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ ЧЕЛОВЕКА И ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ</b>       | <b>5 семестр</b>                                      |         |   |                               |
|     | <b>Тема 1 Сервисология как наука о человеке, его потребностях и поведении потребителей</b> |   |         |   |                               |
| 1.1 | Введение в сервисологию.   | устный опрос  |         | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
| 1.2 | Человек как смысловая модель мира.   | устный опрос  | доклад  | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
| 1.3 | Представление о человеческих потребностях в исторической ретроспективе.                    | устный опрос,<br>выполнение<br>практической<br>работы | доклад  | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>ПК2.1;2.3;       | Знать: 31-33<br>Уметь: У1-У3  |
| 1.4 | Классификация потребностей в экономическом аспекте   | устный опрос,<br>выполнение<br>практической<br>работы | доклад  | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>ПК2.2-2.4;       | Знать: 31-33<br>Уметь: У1-У3  |
|     | <b>Тема 2. Проблемы сущности человека</b>  |   |         |   |                               |
| 2.1 | Системный подход к проблеме сущности человека.   | устный опрос,<br>выполнение<br>практической<br>работы | доклад  | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
| 2.2 | Единство и взаимосвязь биологического и социального в человеке                             | устный опрос  | реферат | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
| 2.3 | Человек в различных аспектах существования. Индивид, личность, индивидуальность            | устный опрос  | реферат | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>ПК2.1;2.3;       | Знать: 31-33<br>Уметь: У1-У3  |
|     | <b>Тема 3 Психология потребностей</b>  |   |         |   |                               |
| 3.1 | Психологические теории личности о человеке и его потребностях.                             | устный опрос  |         | ОК01-09<br>ПК1.1-1.5;<br>ПК2.4;<br>ПК;3.2 | Знать: 31-33,<br>Уметь: У1-У3 |
| 3.2 | Основные положения, касающиеся природы человека  | устный опрос  |         | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
| 3.3 | Направленность личности, мотивация и мотивы  | устный опрос,   |         | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
| 3.4 | Понятие потребностей и их классификация  | устный опрос,   | доклад  | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;                     | Знать: 31-33                  |

|      |  |  |         |   |                               |
|------|--|--|---------|---|-------------------------------|
|      |  |  |         | ПК2.1;2.3;                                | Уметь: У1-У3                  |
| 3.5  | Общественная мысль о проблеме потребностей человека. Потребность как объективная основа и источник активности (жизнедеятельности) человека | устный опрос, выполнение практической работы |         | ОК01-09<br>ПК1.1-1.5;<br>ПК2.4;<br>ПК;3.2 | Знать: 31-33,<br>Уметь: У1-У3 |
| 3.6  | Потребностно-мотивационная сфера личности. Система направленности личности. Потребности в межличностных отношениях                         | устный опрос, выполнение практической работы | реферат | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
| 3.7  | Потребность в общении и обособлении. Духовность личности как общечеловеческая ценность   | устный опрос, выполнение практической работы | реферат | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
| 3.8  | Нравственность как объективная потребность общества. Потребность в принадлежности. Любовь и дружба   | устный опрос,                                |         | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>ПК2.1;2.3;       | Знать: 31-33<br>Уметь: У1-У3  |
| 3.9  | Этнические потребности человека. Реальность негативных потребностей  | устный опрос,                                |         | ОК01-09<br>ПК1.1-1.5;<br>ПК2.4;<br>ПК;3.2 | Знать: 31-33,<br>Уметь: У1-У3 |
| 3.10 | Потребности как функциональное качество жизни. Фундаментальные потребности   | устный опрос, выполнение практической работы |         | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
| 3.11 | Социальные потребности. Место и роль сервиса в удовлетворении человеческих потребностей. Демонстративное (показное) потребление            | устный опрос,                                |         | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
|      | <b>Раздел 2. СЕРВИС КАК СФЕРА УСЛУГ</b>  | <b>6 семестр</b>                             |         |   |                               |
|      | <b>Тема: Особенности функционирования сферы услуг</b>  |  |         |   |                               |
| 2.1  | Сущность и роль сервисной деятельности   | устный опрос                                 | доклад  | ОК01-09<br>ПК1.1-1.5;<br>ПК3.4;<br>ПК;3.2 | Знать: 31-33,<br>Уметь: У1-У3 |
| 2.2  | Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей   | устный опрос                                 | доклад  | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>ПК2.1;2.4;       | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
| 2.3  | Особенности функционирования сферы услуг   | устный опрос,                                | доклад  | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
| 2.4  | Классификация и характеристика   | устный                                       | доклад  | ОК01-09                                   | Знать: 31-33                  |

|      |  |  |         |  |                               |
|------|--|--|---------|--|-------------------------------|
|      | основных видов сервисных услуг                                   | опрос,                                       |         | ПК1.1;1.2;<br>ПК2.1;2.3;                               | Уметь: У1-У3                  |
| 2.5  | Услуги и жизнедеятельность людей в традиционных сообществах.     | устный опрос, выполнение практической работы | доклад  | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>1.5;<br>ПК2.4;<br>ПК;3.2      | Знать: 31-33,<br>Уметь: У1-У3 |
| 2.6  | Тактика обслуживания клиента                                     | устный опрос, выполнение практической работы | доклад  | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;<br>4.1             | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
| 2.7  | Ключевые этапы процесса продаж                                   | устный опрос,                                | доклад  | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;                    | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
| 2.8  | Проблемы качества и безопасности в практике современного сервиса | устный опрос,                                | реферат | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>ПК2.1-2.5;                    | Знать: 31-33<br>Уметь: У1-У3  |
| 2.9  | Качество сервисных услуг   | устный опрос,                                | реферат | ОК01-09<br>ПК1.1-1.5;<br>ПК2.4;<br>ПК;3.2              | Знать: 31-33,<br>Уметь: У1-У3 |
| 2.10 | Место и роль сервисной деятельности в жизнедеятельности человека | устный опрос, выполнение практической работы | реферат | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2<br>1.5;<br>ПК2.1-2.5;<br>4.1      | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
| 2.11 | Культура сервиса   | устный опрос, выполнение практической работы | реферат | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>1.5;<br>ПК2.1-2.4;<br>3.4;4.1 | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
| 2.12 | Контактная зона  | устный опрос,                                | реферат | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;                    | Знать: 31;32<br>Уметь: У1, У2 |
| 2.13 | Качество обслуживания и сервис                                   | устный опрос,                                | реферат | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>ПК2.1-2.5;                    | Знать: 31-33<br>Уметь: У1-У3  |
| 2.14 | Основы теории обслуживания на предприятиях общественного туризма | устный опрос, выполнение практической работы |         | ОК01-09<br>ПК1.1-1.5;<br>ПК2.4;<br>ПК;3.2              | Знать: 31-33,<br>Уметь: У1-У3 |
| 2.15 | Процесс обслуживания потребителя                                 | устный опрос, выполнение практической работы |         | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2<br>1.5;<br>ПК2.1-2.5;<br>4.1      | Знать: 31;32<br>Уметь: У1-У3  |
| 2.16 | Внедрение новых видов услуг и                                    | устный                                       |         | ОК01-09  | Знать: 31-33                  |

|      |  |  |  |   |                               |
|------|--|--|--|---|-------------------------------|
|      | форм обслуживания на предприятиях гостиничного сервиса и туризма | опрос,                                       |  | ПК1.1;1.2;<br>1.5;<br>ПК2.1-2.4;<br>3.4;4.1       | Уметь: У1, У2                 |
| 2.17 | Профессиональная деятельность в сфере туризма                    | устный опрос, выполнение практической работы |  | ОК01-09<br>ПК1.1-1.5;<br>ПК2.4;<br>ПК;3.2         | Знать: З1-З3,<br>Уметь: У1-У3 |
| 2.18 | Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности        | устный опрос, выполнение практической работы |  | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2<br>1.5;<br>ПК2.1-2.5;<br>4.1 | Знать: З1-З2<br>Уметь: У1-У3  |
| 2.19 | Модели поведения потребителя                                     |  |  | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2<br>1.5;<br>ПК2.1-2.5;<br>4.1 | Знать: З1-З2<br>Уметь: У1-У3  |



## 2. Показатели, критерии оценки компетенций

### 2.1 Структура фонда оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

| № п/п | Контролируемые разделы/темы дисциплины   | Код контролируемой компетенции            | Наименование оценочного средства  |  |
|-------|--|---|---|--|
|       |  |   | Текущий контроль  | Промежуточная аттестация               |
|       | <b>Раздел 1. ВВЕДЕНИЕ В ПРЕДМЕТ. ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ ЧЕЛОВЕКА И ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ</b>       | <b>5 семестр</b>                          |   |  |
|       | <b>Тема 1 Сервисология как наука о человеке, его потребностях и поведении потребителей</b> |   |   |  |
| 1.1   | Введение в сервисологию.   | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Вопросы для текущего контроля   | Вопросы для дифференцированного зачета |
| 1.2   | Человек как смысловая модель мира.   | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Вопросы для текущего контроля<br>Написание доклада                                      | Вопросы для дифференцированного зачета |
| 1.3   | Представление о человеческих потребностях в исторической ретроспективе.                    | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>ПК2.1;2.3;       | Вопросы для текущего контроля<br>Написание доклада                                      | Вопросы для дифференцированного зачета |
| 1.4   | Классификация потребностей в экономическом аспекте   | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>ПК2.2-2.4;       | Задания для тестированного опроса<br>Вопросы для текущего контроля<br>Написание доклада | Вопросы для дифференцированного зачета |
|       | <b>Тема 2. Проблемы сущности человека</b>  |   |   |  |
| 2.1   | Системный подход к проблеме сущности человека.   | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Вопросы для текущего контроля<br>Написание доклада                                      | Вопросы для дифференцированного зачета |
| 2.2   | Единство и взаимосвязь биологического и социального в человеке                             | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Вопросы для текущего контроля<br>Написание реферата                                     | Вопросы для дифференцированного зачета |
| 2.3   | Человек в различных аспектах существования. Индивид, личность, индивидуальность            | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>ПК2.1;2.3;       | Вопросы для текущего контроля<br>Написание реферата                                     | Вопросы для дифференцированного зачета |
|       | <b>Тема 3 Психология потребностей</b>  |   |   |  |
| 3.1   | Психологические теории личности о человеке и его потребностях.                             | ОК01-09<br>ПК1.1-1.5;<br>ПК2.4;<br>ПК;3.2 | Вопросы для текущего контроля   | Вопросы для дифференцированного зачета |

|      |  |   |   |  |
|------|--|---|---|--|
| 3.2  | Основные положения, касающиеся природы человека  | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Вопросы для текущего контроля                       | Вопросы для дифференцированного зачета |
| 3.3  | Направленность личности, мотивация и мотивы  | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Вопросы для текущего контроля                       | Вопросы для дифференцированного зачета |
| 3.4  | Понятие потребностей и их классификация  | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>ПК2.1;2.3;       | Вопросы для текущего контроля                       | Вопросы для дифференцированного зачета |
| 3.5  | Общественная мысль о проблеме потребностей человека. Потребность как объективная основа и источник активности (жизнедеятельности) человека | ОК01-09<br>ПК1.1-1.5;<br>ПК2.4;<br>ПК;3.2 | Вопросы для текущего контроля                       | Вопросы для дифференцированного зачета |
| 3.6  | Потребностно-мотивационная сфера личности. Система направленности личности. Потребности в межличностных отношениях                         | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Вопросы для текущего контроля<br>Написание реферата | Вопросы для дифференцированного зачета |
| 3.7  | Потребность в общении и обособлении. Духовность личности как общечеловеческая ценность   | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Вопросы для текущего контроля<br>Написание реферата | Вопросы для дифференцированного зачета |
| 3.8  | Нравственность как объективная потребность общества. Потребность в принадлежности. Любовь и дружба   | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>ПК2.1;2.3;       | Вопросы для текущего контроля                       | Вопросы для дифференцированного зачета |
| 3.9  | Этнические потребности человека. Реальность негативных потребностей  | ОК01-09<br>ПК1.1-1.5;<br>ПК2.4;<br>ПК;3.2 | Вопросы для текущего контроля                       | Вопросы для дифференцированного зачета |
| 3.10 | Потребности как функциональное качество жизни. Фундаментальные потребности   | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Вопросы для текущего контроля                       | Вопросы для дифференцированного зачета |
| 3.11 | Социальные потребности. Место и роль сервиса в удовлетворении человеческих потребностей. Демонстративное (показное) потребление            | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;       | Вопросы для текущего контроля                       | Вопросы для дифференцированного зачета |
|      | <b>Раздел 2. СЕРВИС КАК СФЕРА УСЛУГ</b>  | <b>6 семестр</b>                          |   |  |
|      | <b>Тема: Особенности функционирования сферы услуг</b>  |   | Вопросы для текущего контроля<br>Написание доклада  | Вопросы для экзамена                   |

|      |  |  |   |                      |
|------|--|--|---|----------------------|
| 2.1  | Сущность и роль сервисной деятельности                           | ОК01-09<br>ПК1.1-1.5;<br>ПК3.4;<br>ПК;3.2              | Вопросы для текущего контроля<br>Написание доклада  | Вопросы для экзамена |
| 2.2  | Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей     | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>ПК2.1;2.4;                    | Вопросы для текущего контроля<br>Написание доклада  | Вопросы для экзамена |
| 2.3  | Особенности функционирования сферы услуг                         | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;                    | Вопросы для текущего контроля<br>Написание доклада  | Вопросы для экзамена |
| 2.4  | Классификация и характеристика основных видов сервисных услуг    | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>ПК2.1;2.3;                    | Вопросы для текущего контроля<br>Написание доклада  | Вопросы для экзамена |
| 2.5  | Услуги и жизнедеятельность людей в традиционных сообществах.     | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>1.5;<br>ПК2.4;<br>ПК;3.2      | Вопросы для текущего контроля<br>Написание доклада  | Вопросы для экзамена |
| 2.6  | Тактика обслуживания клиента                                     | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;<br>4.1             | Вопросы для текущего контроля<br>Написание доклада  | Вопросы для экзамена |
| 2.7  | Ключевые этапы процесса продаж                                   | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;                    | Вопросы для текущего контроля<br>Написание доклада  | Вопросы для экзамена |
| 2.8  | Проблемы качества и безопасности в практике современного сервиса | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>ПК2.1-2.5;                    | Вопросы для текущего контроля<br>Написание реферата | Вопросы для экзамена |
| 2.9  | Качество сервисных услуг   | ОК01-09<br>ПК1.1-1.5;<br>ПК2.4;<br>ПК;3.2              | Вопросы для текущего контроля<br>Написание реферата | Вопросы для экзамена |
| 2.10 | Место и роль сервисной деятельности в жизнедеятельности человека | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2<br>1.5;<br>ПК2.1-2.5;<br>4.1      | Вопросы для текущего контроля<br>Написание реферата | Вопросы для экзамена |
| 2.11 | Культура сервиса   | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>1.5;<br>ПК2.1-2.4;<br>3.4;4.1 | Вопросы для текущего контроля<br>Написание реферата | Вопросы для экзамена |
| 2.12 | Контактная зона  | ОК01-09<br>ПК1.1;1.5;<br>ПК2.1;2.4;                    | Вопросы для текущего контроля<br>Написание реферата | Вопросы для экзамена |
| 2.13 | Качество обслуживания и сервис                                   | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>ПК2.1-2.5;                    | Вопросы для текущего контроля<br>Написание реферата | Вопросы для экзамена |

|      |  |  |                               |                      |
|------|--|--|-------------------------------|----------------------|
| 2.14 | Основы теории обслуживания на предприятиях общественного туризма                               | ОК01-09<br>ПК1.1-1.5;<br>ПК2.4;<br>ПК;3.2              | Вопросы для текущего контроля | Вопросы для экзамена |
| 2.15 | Процесс обслуживания потребителя   | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2<br>1.5;<br>ПК2.1-2.5;<br>4.1      | Вопросы для текущего контроля | Вопросы для экзамена |
| 2.16 | Внедрение новых видов услуг и форм обслуживания на предприятиях гостиничного сервиса и туризма | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2;<br>1.5;<br>ПК2.1-2.4;<br>3.4;4.1 | Вопросы для текущего контроля | Вопросы для экзамена |
| 2.17 | Профессиональная деятельность в сфере туризма  | ОК01-09<br>ПК1.1-1.5;<br>ПК2.4;<br>ПК;3.2              | Вопросы для текущего контроля | Вопросы для экзамена |
| 2.18 | Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности                                      | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2<br>1.5;<br>ПК2.1-2.5;<br>4.1      | Вопросы для текущего контроля | Вопросы для экзамена |
| 2.19 | Модели поведения потребителя   | ОК01-09<br>ПК1.1;1.2<br>1.5;<br>ПК2.1-2.5;<br>4.1      | Вопросы для текущего контроля | Вопросы для экзамена |

### Типовые критерии оценки сформированности компетенций

| Оценка                | Балл    | Обобщенная оценка компетенции  |
|-----------------------|---------|--|
| «Неудовлетворительно» | 2 балла | Обучающийся не овладел оцениваемой компетенцией, не раскрывает сущность поставленной проблемы. Не умеет применять теоретические знания в решении практической ситуации. Допускает ошибки в принимаемом решении, в работе с нормативными документами, неуверенно обосновывает полученные результаты. Материал излагается нелогично, бессистемно, недостаточно грамотно. |
| «Удовлетворительно»   | 3 балла | Обучающийся освоил 60-69% оцениваемой компетенции, показывает удовлетворительные знания основных вопросов программного материала, умения анализировать, делать выводы в условиях конкретной ситуационной задачи. Излагает решение проблемы недостаточно полно, непоследовательно, допускает неточности. Затрудняется доказательно обосновывать свои суждения.          |
| «Хорошо»              | 4 балла | Обучающийся освоил 70-80% оцениваемой компетенции, умеет применять теоретические знания и полученный практический опыт в решении практической ситуации. Умело работает с нормативными документами. Умеет аргументировать свои выводы и принимать самостоятельные   |

|           |             |   |
|-----------|-------------|---|
|           |             | решения, но допускает отдельные неточности, как по содержанию, так и по умениям, навыкам работы с нормативно-правовой документацией.  |
| «Отлично» | 5<br>баллов | Обучающийся освоил 90-100% оцениваемой компетенции, умеет связывать теорию с практикой, применять полученный практический опыт, анализировать, делать выводы, принимать самостоятельные решения в конкретной ситуации, высказывать и обосновывать свои суждения. Демонстрирует умение вести беседы, консультировать граждан, выходить из конфликтных ситуаций. Владеет навыками работы с нормативными документами. Владеет письменной и устной коммуникацией, логическим изложением ответа. |

**3. Типовые контрольные задания или иные материалы необходимые для оценки знаний, умений навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.**

**3.1 Вопросы для устного опроса**

**Раздел 1. ВВЕДЕНИЕ В ПРЕДМЕТ. ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ ЧЕЛОВЕКА И ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ**

**Тема 1 Сервисология как наука о человеке, его потребностях и поведении потребителей**

**1.1. Введение в сервисологию ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4;**

1. Роль исследования потребностей в совершенствовании туристской деятельности.
2. Комплексный подход исследования человека как целостности;
3. Представление о человеке как социально-природном существе;

**1.2. Человек как смысловая модель мира. ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4;**

1. Общности и в то же время различия его социальной сущности и биологической природы.
2. Проблема соотношения социального и биологического в обществе с точки зрения теории потребностей.
3. Проблема природы потребностей и воздействия на них.

**1.3. Представление о человеческих потребностях в исторической ретроспективе ОК01-09 ПК1.1;1.2;ПК2.1;2.3;**

1. Виды интересов. Соотношение понятий «потребность», «интерес».
2. Потребности как источник активности человека.
3. Понятие о потребностях человека.

**1.4. Классификация потребностей в экономическом аспекте ОК01-09 ПК1.1;1.2; ПК2.2-2.4**

1. Соотношение понятий «потребность», «мотив».
2. Модель личности и теория мотивации (Роджерс, Маслоу).
3. Мотивация личности. Немотивированное поведение.

**Тема 2. Проблемы сущности человека**

**2.1. Системный подход к проблеме сущности человека ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4**

1. Основные понятия теории потребностей человека: потребность, нужда, желание, стремление, влечение, интерес, ценность, система ценностей.
2. Туризм как деятельность по удовлетворению потребностей путем оказания услуг.
3. Потребности и интересы.

**2.2. Единство и взаимосвязь биологического и социального в человеке ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4**

1. Эволюция понятия «человек». Изменение представлений о человеке.
2. Природное начало в человеке и его роль.
3. Социальное начало в человеке.

**2.3. Человек в различных аспектах существования. Индивид, личность, индивидуальность ОК01-09 ПК1.1;1.2;ПК2.1;2.3**

1. Человек, как единое социально-природное существо.
2. Общее понятие и содержание потребностей человека
3. Потребности человека, социально-экономический аспект исследования.

**Тема 3 Психология потребностей**

**3.1. Психологические теории личности о человеке и его потребностях. ОК01-09 ПК1.1-1.5;ПК2.4;ПК3.2**

1. История становления и развития потребления как особой социальной сферы.
  2. Становление и динамика развития человеческих потребностей.
  3. Специфика потребностей человека в современном мире
- 3.2. Основные положения, касающиеся природы человека** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4
1. Потребности и интересы. Услуга как разновидность интереса
  2. Закон возвышения потребностей и его учет в сфере туризма.
  3. Виды потребностей: осознанная потребность, физиологическая, психологическая, экономическая, социальная потребность.
- 3.3. Направленность личности, мотивация и мотивы** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4
1. Классификация потребностей (А. Маршал, А.Н. Леонтьев, А. Маслоу, Д. Статт).
  2. Потребности биологические и социальные.
  3. Исторические вехи глобализации потребления в туризме
- 3.4. Понятие потребностей и их классификация** ОК01-09 ПК1.1;1.2;ПК2.1;2.3
1. Современная классификация потребностей. Базовые потребности. Ценностно-ориентированные потребности.
  2. Индивидуальные психофизиологические особенности человека как основа его запросов и потребностей.
  3. Общая характеристика потребностей. Классификация потребностей
- 3.5. Общественная мысль о проблеме потребностей человека. Потребность как объективная основа и источник активности (жизнедеятельности) человека** ОК01-09 ПК1.1-1.5;ПК2.4;ПК;3.2
1. Классификация общественных и индивидуально-личностных потребностей.
  2. Факторы формирования и развития потребностей. Закон возрастающих потребностей и предельной полезности
  3. Потребности как источник активности личности. Деятельность и потребности человека
- 3.6. Потребностно-мотивационная сфера личности. Система направленности личности. Потребности в межличностных отношениях** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4
1. Потребности человека и способы их удовлетворения в сфере туризма
  2. Культурные ценности и потребительское поведение в сфере туризма
  3. Материальные потребности как основа мотивации. Потребности, доходы и уровень жизни.
- 3.7. Потребность в общении и обособлении. Духовность личности как общечеловеческая ценность** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4
1. Специфика духовных потребностей. Потребность в созерцании природы. Способы удовлетворения духовных потребностей.
  2. Противоречия между индивидуальными (личными) и общественными потребностями и пути их разрешения.
  3. Рутинные и творческие потребности. Потребность в творческой деятельности и ее роль в современном обществе.
- 3.8. Нравственность как объективная потребность общества. Потребность в принадлежности. Любовь и дружба** ОК01-09 ПК1.1;1.2;ПК2.1;2.3
1. Взаимосвязь потребностей и способностей. Система ценностей, ценностные ориентации и потребности человека.
  2. Место потребностей в экономике туризма: история и современные проблемы.
  3. Экономический аспект понятия «потребность». Потребности, блага, полезность и процесс потребления
- 3.9. Этнические потребности человека. Реальность негативных потребностей** ОК01-09 ПК1.1-1.5;ПК2.4;ПК;3.2
1. Рыночные отношения и их влияние на формирование потребностей в сфере туризма.

2. Влияние потребительства на динамику потребностей и поведения потребителей в сфере туризма.
3. Теория потребностей и практика межличностных отношений в турбизнесе.

### **3.10. Потребности как функциональное качество жизни. Фундаментальные потребности ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4**

1. Основные принципы формирования представления о поведении потребителей в туризме.
2. Соотношение понятий покупатель и потребитель туруслуг.
3. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Типология потребителей в сфере туризма.

### **3.11. Социальные потребности. Место и роль сервиса в удовлетворении человеческих потребностей. Демонстративное (показное) потребление ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4**

1. Теория предельной полезности. Взаимодействие спроса и предложения в сфере туризма.
2. Потребности человека и их обслуживание. Место и роль туризма в удовлетворении человеческих потребностей.
3. Потребление и проблема развития потребностей человека

## **Раздел 2. СЕРВИС КАК СФЕРА УСЛУГ**

### **Тема: Особенности функционирования сферы услуг**

#### **2.1. Сущность и роль сервисной деятельности ОК01-09 ПК1.1-1.5;ПК2.4;ПК3.2**

1. Понятие туристическая услуга. Общее представление о современной сфере туристических услуг.
2. Многообразии форм современного турбизнеса. Инфраструктура обслуживания в сфере туризма.
3. Методы удовлетворения сферой туризма человеческих потребностей.

#### **2.2. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4**

1. Взаимосвязь социально-экономической и социально-культурной сфер общественной жизнедеятельности и ее проявление в турбизнесе.
2. Туризм и потребности человека.
3. Общее представление о современном туризме.

#### **2.3. Особенности функционирования сферы услуг ОК01-09 ПК1.1;1.2;ПК2.1;2.3**

1. Подходы к изучению туризма.
2. Потребности и мотивация в сфере туризма.
3. Мотивация и мотивы туризма

#### **2.4. Классификация и характеристика основных видов сервисных услуг ОК01-09 ПК1.1;1.2;ПК2.1;2.3**

1. Туристская деятельность как деятельность по удовлетворению потребностей и составная часть экономики.
2. Мотивы поведения и мотивация деятельности человека в сфере туризма.
3. Методы удовлетворения потребностей сферой туризма.

#### **2.5. Услуги и жизнедеятельность людей в традиционных сообществах. ОК01-09 ПК1.1-1.5;ПК2.4;ПК3.2**

1. Зависимость развития потребления и сферы туризма от особенностей природной среды.
2. Учет природных и социальных факторов в структуре обслуживания человеческих потребностей в туризме.
3. Туризм и туристская деятельность. Основные направления и виды туристской деятельности

#### **2.6. Тактика обслуживания клиента ОК01-09;ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4;4.1**



1. Методы туристской деятельности: общие методы; специфические (частные) методы.
2. Взаимосвязь между развитием сферы туризма и эволюцией потребностей.
3. Методы удовлетворения потребностей в сфере туризма.

**2.7. Ключевые этапы процесса продаж** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4

1. Факторы, влияющие на развитие туристского обслуживания.
2. Инфраструктура обслуживания в сфере туризма. Понятие оптимальной инфраструктуры обслуживания.
3. Обеспечение оптимальной инфраструктуры обслуживания в туризме с учетом природных и социальных факторов

**2.8. Проблемы качества и безопасности в практике современного сервиса** ОК01-09ПК1.1;1.21.5;ПК2.1-2.5;4.1

1. Зависимость различных видов обслуживания туристов от потребностей человека.
2. Инфраструктура обслуживания в туризме и влияние на неё различных факторов.
3. Классификация видов туристской деятельности и ее связь с классификациями потребностей.

**2.9. Качество сервисных услуг** ОК01-09 ПК1.1-1.5;ПК2.4;ПК;3.2

1. Особенности отдельных направлений туристской деятельности по удовлетворению потребностей человека.
2. Туристская деятельность и культура удовлетворения потребностей.
3. Особенности современного развития туризма.
4. Индивидуальные стили потребительского поведения в сфере туризма.

**2.10. Место и роль сервисной деятельности в жизнедеятельности человека** ОК01-09;ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4;4.1

1. Что такое культура сервиса?
2. Перечислите профессиональные характеристики, работника сервисного предприятия.
3. Охарактеризуйте важнейшие этические и нравственные категории.

**2.11. Культура сервиса** ОК01-09ПК1.1;1.2;1.5;ПК2.1-2.4;3.4;4.1

1. Что такое профессионально-служебная этика?
2. Основные нормы служебной этики.
3. Перечислите дополнительные эстетические нормы, которые должен проявлять работник.

**2.12. Контактная зона** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4

1. Какие нормы служебной этики абсолютно противопоказаны работнику в сфере сервиса?
2. Что такое служебный этикет работников сервисной деятельности?
3. Без каких компонентов невозможна культура обслуживания? Охарактеризуйте их.
4. Перечислите несколько пунктов из «Кодекса сотрудника сферы сервиса» сервисный услуга туризм обслуживание

**2.13. Качество обслуживания и сервис** ОК01-09 ПК1.1;1.2;ПК2.1-2.5;

1. Методы определения величины показателей качества
2. Сертификация в управлении качеством услуг
3. Сущность управления качеством услуг

**2.14. Основы теории обслуживания на предприятиях общественного туризма** ОК01-09ПК1.1;1.21.5;ПК2.1-2.5;4.1

1. Психология сервиса как отрасль современной психологической науки, ее цели и задачи.
2. Психологическая культура сервиса – показатель профессионализма работника контактной зоны.

- 3.** Структура личности. Социальные, биологические особенности личности.
- 2.15. Процесс обслуживания потребителя** ОК01-09ПК1.1;1.21.5;ПК2.1-2.5;4.1
1. Темперамент как характеристика индивидуально-психологических особенностей человека, выступающего в роли работника контактной зоны, клиента.
  2. Способности, необходимые специалисту сферы сервиса.
  - 3.** Этапы процесса обслуживания: сбор информации о клиенте, презентация услуги, завершение сделки.
- 2.16. Внедрение новых видов услуг и форм обслуживания на предприятиях гостиничного сервиса и туризма** ОК01-09ПК1.1;1.21.5;ПК2.1-2.5;4.1
1. Что такое “инновация” в сфере услуг?
  2. В чем сущность улучшения продукта?
  3. Какие существуют типы инноваций в производстве услуг?
  4. Назовите факторы, являющиеся причиной создания новых услуг.
  5. В чем состоит главная причина для разработки и создания новой услуги?
  6. Перечислите сходства разработки новых товаров и услуг.
  7. Перечислите различия разработки новых товаров и услуг.
- 2.17. Профессиональная деятельность в сфере туризма** ОК01-09ПК1.1;1.21.5;ПК2.1-2.5;4.1
1. Мотивация трудовых отношений: сущность, виды и правовая основа.
  2. Оценка персонала.
  - 3.** Психологические факторы в оценке и мотивации персонала различных квалификационных уровней
- 2.18. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности** ОК01-09ПК1.1;1.21.5;ПК2.1-2.5;4.1
1. Роль потребителей и производителей на рынке услуг. Суверенитет потребителя.
  2. Закон РФ «О защите прав потребителей». Основные определения, принятые в законе.
  - 3.** Правоотношения, регулируемые законом. Основные права потребителей.
- 2.19. Модели поведения потребителя** ОК01-09ПК1.1;1.21.5;ПК2.1-2.5;4.1
1. Типы потребителей и взаимодействие с ними. Личность потребителя сервисных услуг.
  2. Типы потребителей по привычкам, запросам, желаниям.
  - 3.** Типы потребителей по социальному происхождению, статусу, доходам, возрасту. Факторы, влияющие на поведение потребителя.

### **Вопросы контрольных работ**

## **Раздел 1. ВВЕДЕНИЕ В ПРЕДМЕТ. ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ ЧЕЛОВЕКА И ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ**

### **Тема 1 Сервисология как наука о человеке, его потребностях и поведении потребителей**

- 1.1. Введение в сервисологию** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4;
1. Взаимодействие человека и природы. Экологические проблемы.
  2. Потребности в ракурсе образа жизни.
  - 3.** Соотношение понятий «индивид» и «личность» в современной науке
- 1.2. Человек как смысловая модель мира.** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4;
1. Типы личности. Структура личности.
  2. Модели личности.
  - 3.** Комплексный подход к изучению человека как целостности

4. Потребность в смысле жизни и самоактуализации. Проблема смысла жизни в концепции А. Маслоу

### **1.3. Представление о человеческих потребностях в исторической ретроспективе** ОК01-09 ПК1.1;1.2;ПК2.1;2.3;

1. Классификация подходов к смыслу жизни на основе четырех типов социального действия М. Вебера
2. Дискуссия о потребностях цивилизации, пределах их роста и удовлетворения.
3. Понятие «деятельность». Основные компоненты акта деятельности и их значение

### **1.4. Классификация потребностей в экономическом аспекте** ОК01-09 ПК1.1;1.2; ПК2.2-2.4

1. Конфликт мотивов.
2. Мотивационная структура личности.
3. Мотивация и стимулирование деятельности человека в сфере туризма.

## **Тема 2. Проблемы сущности человека**

### **2.1. Системный подход к проблеме сущности человека** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4

1. Потребности как побудитель активности. От потребности к деятельности.
2. Соотношение потребностей и интересов в структуре туристской деятельности.
3. Ценности и идеалы в процессе превращения потребности в интерес.

### **2.2. Единство и взаимосвязь биологического и социального в человеке** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4

1. Специфика производительной деятельности в сфере туризма и система её детерминант.
2. Моделирование поведения потребителей в туризме.
3. Модель поведения конечного потребителя по Ф. Котлеру

### **2.3. Человек в различных аспектах существования. Индивид, личность, индивидуальность** ОК01-09 ПК1.1;1.2;ПК2.1;2.3

1. Особенности управления функционированием и развитием туристского предприятия и туристской отрасли в РФ и за рубежом.
2. Определение направления деловой активности по удовлетворению потребностей в туризме: анализ, планирование, реализация и контроль.
3. Факторы микро-, мезо- и макросреды в туризме, миссия и стратегия туристского предприятия.

## **Тема 3 Психология потребностей**

### **3.1. Психологические теории личности о человеке и его потребностях.** ОК01-09 ПК1.1-1.5;ПК2.4;ПК;3.2

1. Историческое развитие типов потребления и сферы туризма
2. Туристические услуги и их назначение.
3. Зависимость различных видов туристического обслуживания от потребностей человека.

### **3.2. Основные положения, касающиеся природы человека** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4

1. Структура туристического обслуживания с учетом природных и социальных факторов.
2. Изменение структуры обслуживания в сфере туризма.
3. Методы дифференцированного подхода к изучению требований потребителя в сфере туризма

### **3.3. Направленность личности, мотивация и мотивы** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4

1. Классификация потребностей (А. Маршал, А.Н. Леонтьев, А. Маслоу, Д. Статт).
2. Потребности биологические и социальные.

3. Исторические вехи глобализации потребления в туризме
- 3.4. Понятие потребностей и их классификация** ОК01-09 ПК1.1;1.2;ПК2.1;2.3
1. Естественные (витальные) потребности.
  2. Материальные потребности.
  3. Духовные потребности.
  4. Социальные потребности
- 3.5. Общественная мысль о проблеме потребностей человека. Потребность как объективная основа и источник активности (жизнедеятельности) человека** ОК01-09 ПК1.1-1.5;ПК2.4;ПК;3.2
1. Потребность как состояние и системная реакция.
  2. Вторичные потребности человека.
  3. Мотив как побуждение, цель удовлетворения потребности.
- 3.6. Потребностно-мотивационная сфера личности. Система направленности личности. Потребности в межличностных отношениях** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4
1. Характеристику структурного анализа системы потребностей.
  2. Базисные потребности человека
  3. Характеристика высших потребностей человека
- 3.7. Потребность в общении и обособлении. Духовность личности как общечеловеческая ценность** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4
1. Классификация потребностей у С.С. Корнеевкова.
  2. Особенности оценки качества услуг: понятие, показатели, управление качеством услуг
  3. Особенности обеспечения безопасности услуг в разных сегментах сервиса
- 3.8. Нравственность как объективная потребность общества. Потребность в принадлежности. Любовь и дружба** ОК01-09 ПК1.1;1.2;ПК2.1;2.3
1. Социально-когнитивное направление в теории личности.
  2. Категории потребностей по Дж. Роттеру.
  3. Компоненты потребностей: потенциал и ценности.
- 3.9. Этнические потребности человека. Реальность негативных потребностей** ОК01-09 ПК1.1-1.5;ПК2.4;ПК;3.2
1. Этнос: подходы к определению.
  2. Теория этногенеза Л. Гумилева.
  3. Структура и типы этнических общностей.
  4. Нация - этатистский и этнический подходы
- 3.10. Потребности как функциональное качество жизни. Фундаментальные потребности** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4
1. Основные принципы формирования представления о поведении потребителей в туризме.
  2. Соотношение понятий покупатель и потребитель туруслуг.
  3. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Типология потребителей в сфере туризма.
- 3.11. Социальные потребности. Место и роль сервиса в удовлетворении человеческих потребностей. Демонстративное (показное) потребление** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4
1. Теория предельной полезности. Взаимодействие спроса и предложения в сфере туризма.
  2. Потребности человека и их обслуживание. Место и роль туризма в удовлетворении человеческих потребностей.
  3. Потребление и проблема развития потребностей человека

## **Раздел 2. СЕРВИС КАК СФЕРА УСЛУГ**

**Тема: Особенности функционирования сферы услуг**

## **2.1. Сущность и роль сервисной деятельности ОК01-09 ПК1.1-1.5;ПК2.4;ПК;3.2**

1. Сервисные технологии: сущность, структура, разновидности в разных сегментах сферы услуг
2. Сервисный продукт: определение, составные компоненты, проектирование и внедрение
3. Особенности взаимодействия производителей и потребителей услуг в контактных зонах сервисного предприятия

## **2.2. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4**

1. Сервис, сервисная деятельность, сфера услуг: определения, функции, место в экономической деятельности и в социальных взаимодействиях
2. Государственное регулирование сферы услуг в Российской Федерации.
3. Услуги государственных учреждений на потребительском рынке

## **2.3. Особенности функционирования сферы услуг ОК01-09 ПК1.1;1.2;ПК2.1;2.3**

1. Разновидности услуг в социальной сфере. Материальные и нематериальные услуги.
2. Разновидности услуг в культурной и художественно-эстетической сфере деятельности.
3. Разнообразные услуги в индустрии развлечений и в спортивнооздоровительном бизнесе.

## **2.4. Классификация и характеристика основных видов сервисных услуг ОК01-09 ПК1.1;1.2;ПК2.1;2.3**

1. Эффективность деятельности сервисного предприятия
2. Значение социальных, профессиональных, психологических качеств предпринимателей и менеджеров, работающих в бизнесе сферы услуг
3. Правовые, административные и моральные требования, предъявляемые к процессам обслуживания потребителей

## **2.5. Услуги и жизнедеятельность людей в традиционных сообществах. ОК01-09 ПК1.1-1.5;ПК2.4;ПК;3.2**

1. Социально-психологические аспекты взаимодействия персонала сервисного предприятия с клиентами
2. Права потребителей сервисного предприятия в соответствии с законодательством
3. Маркетинговая служба на сервисном предприятии: сущность, функции, виды деятельности

## **2.6. Тактика обслуживания клиента ОК01-09;ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4;4.1**

1. Специфика рекламы сервисных продуктов и услуг
2. Место сферы услуг в современной экономической практике
3. Формы обслуживания; причины их обновления в практике современного сервиса

## **2.7. Ключевые этапы процесса продаж ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4**

1. Индустрия сервиса: сущность, составные части, развитие в современной России
2. Особенности организации бизнеса и развития сервисных технологий в процессах международного обмена услугами
3. Позиционирование услуги, сервисного продукта на потребительском рынке
4. Роль информационных технологий в сфере услуг и на сервисном предприятии.

## **2.8. Проблемы качества и безопасности в практике современного сервиса ОК01-09ПК1.1;1.21.5;ПК2.1-2.5;4.1**

1. Проблемы качества и безопасности услуг в практике современного сервиса
2. Управление качеством услуг, контроль стандартов и безопасности обслуживания
3. Отечественные услуги: от традиционных форм к современным

## **2.9. Качество сервисных услуг ОК01-09 ПК1.1-1.5;ПК2.4;ПК;3.2**

1. Сущность управления качеством услуг
2. Объекты стандартизации и номенклатура показателей качества услуг
3. Методы определения величины показателей качества

**2.10. Место и роль сервисной деятельности в жизнедеятельности человека** ОК01-09;ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4;4.1

1. Перечислите дополнительные эстетические нормы, которые должен проявлять работник.
2. Какие нормы служебной этики абсолютно противопоказаны работнику в сфере сервиса?
3. Что такое служебный этикет работников сервисной деятельности?

**2.11. Культура сервиса** ОК01-09ПК1.1;1.2;1.5;ПК2.1-2.4;3.4;4.1

1. Что такое профессионально-служебная этика
2. Без каких компонентов невозможна культура обслуживания? Охарактеризуйте их.
3. Перечислите несколько пунктов из «Кодекса сотрудника сферы сервиса»сервисный услуга туризм обслуживание

**2.12. Контактная зона** ОК01-09ПК1.1;1.5;ПК2.1;2.4

1. Понятие о «контактной зоне».
2. Разновидности контактной зоны.
3. Пространство контакта. Содержание контакта.

**2.13. Качество обслуживания и сервис** ОК01-09 ПК1.1;1.2;ПК2.1-2.5;

1. Стиль обслуживания как выражение общности коллектива.
2. Кодекс профессиональной этики работников обслуживания, основные положения.
3. Социально-этические нормы в сервисной деятельности

**2.14. Основы теории обслуживания на предприятиях общественного туризма** ОК01-09ПК1.1;1.21.5;ПК2.1-2.5;4.1

1. Культура общения работников с клиентами. Компоненты культуры общения.
2. Воздействие культуры на поведение потребителя.
3. Взаимоотношения специалиста по сервису и клиента в процессе осуществления сервисной деятельности.

**2.15. Процесс обслуживания потребителя** ОК01-09ПК1.1;1.21.5;ПК2.1-2.5;4.1

1. Стратегия и тактика поведения специалиста.
2. Специфика вербального и невербального общения.
3. Активное слушание, наблюдение, специальные вопросы как основные психологические приемы в работе специалиста с клиентами.

**2.16. Внедрение новых видов услуг и форм обслуживания на предприятиях гостиничного сервиса и туризма** ОК01-09ПК1.1;1.21.5;ПК2.1-2.5;4.1

1. Психологическая культура сервиса.
2. Психология процесса обслуживания при совершении заказа, тактика обслуживания

**2.17. Профессиональная деятельность в сфере туризма** ОК01-09ПК1.1;1.21.5;ПК2.1-2.5;4.1

1. Материальные и моральные виды мотивации и оценка их эффективности
2. Оценка потребностей и подбор персонала различных квалификационных уровней.
3. Стратегия обслуживания туристов.

**2.18. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности** ОК01-09ПК1.1;1.21.5;ПК2.1-2.5;4.1

1. Государственные органы и общественные организации, осуществляющие защиту прав потребителей.
2. Потребительское воспитание. Теория потребительского поведения.
3. Правила оказания услуг общественного питания. Правила сервисного обслуживания населения РФ.

**2.19. Модели поведения потребителя** ОК01-09ПК1.1;1.21.5;ПК2.1-2.5;4.1

1. Управление потребительским поведением

2. Методы изучения поведения потребителей
3. Модели поведения потребителей

**Оценочные средства для проведения контрольного среза знаний за текущий период обучения**

ОК01-09;ПК1.1;1.2;1.5; ПК2.1-2.5;4.1

**1 Вариант**

- 1. При каком условии человек становится социальным субъектом?**
  - а) активное взаимодействие с окружающим миром
  - б) пассивное взаимодействие с окружающим миром
  - в) любое взаимодействие с окружающим миром
- 2. Какой подход рассматривает проблемы потребностей человека как активного социального субъекта?**
  - а) системный подход
  - б) аксиологический подход
  - в) деятельностный подход
- 3. Что, согласно теории Э. Фромма, является условием достижения человеком цели – «быть самим собой»?**
  - а) быть человеком для всех
  - б) быть человеком для себя
  - в) быть человеком для других
- 4. Что выступает условием полезности определённой вещи или услуги?**
  - а) полезность для всего человечества
  - б) полезность для конкретного общества, социума
  - г) полезность для человека, её использующего
- 5. Что может быть подвержено изменению в ходе приспособления человека к внешней среде?**
  - а) человеческая природа
  - б) условия социальной культуры
  - в) условия взаимодействия человека со средой
- 6. Что выступает как важнейшее условие эволюции человека?**
  - а) процесс совершенствования («расширения») сознания
  - б) постепенное изменение условий в ареале существования человека
  - в) адаптируемость человека к изменяющимся условиям внешней среды
- 7. Как характеризуются ресурсы для удовлетворения потребностей человека? а) безграничные б) ограниченные**
  - в) ситуативные
- 8. Что ограничивает человека в выборе средств для удовлетворения своих нужд?**
  - а) возможности
  - б) потребности
  - в) ценностные ориентации
- 9. Кто является главным действующим лицом в обществе с рыночной экономикой?**
  - а) индивид
  - б) личность
  - в) потребитель
- 10. Что является предметом изучения сервисологии как науки?**
  - а) массовое обслуживание потребителя
  - б) индивидуальное обслуживание потребителя
  - в) способы организации обслуживания потребителя

11. **Когда появился человек как уникальный биологический вид Homo sapiens?**  
а) более 5 млн. лет назад  
б) более 2 млн. лет назад  
в) более 1 млн. лет назад
12. **Какова природа человека как целостного существа?**  
а) биологическая  
б) социальная  
в) биосоциальная
13. **Как характеризует Э. Фромм природу человека?**  
а) цельная  
б) двойственная  
в) множественная
14. **Как называется целостность врождённых и приобретённых свойств человека, придающих ему уникальность?**  
а) личность  
б) индивид  
в) индивидуальность
15. **Как характеризуют восприятие внешней среды, для которой свойственно воссоздание новых элементов посредством спонтанной активности человека?**  
а) репродуктивное  
б) созидательное  
в) динамическое
16. **Как называется процесс, в ходе которого индивид приобретает те или иные личностные качества с целью сохранения культурного опыта, способствующего воспроизводству общества?**  
а) социализация  
б) воспитание  
в) образование
17. **Что является результатом удовлетворения первичных (инстинктивных) потребностей человека?**  
а) счастье  
б) душевное здоровье  
в) жизнь
18. **Какие потребности не отражают специфику человеческой природы?**  
а) витальные  
б) социальные  
в) духовные
19. **Что является характерной чертой общечеловеческих ценностей?**  
а) ориентированность на воспроизводство давно сложившихся целей и норм жизни  
б) ориентированность на инновации и прогресс в достижении рациональных целей  
в) в равной мере ориентированность на воспроизводство давно сложившихся целей и норм жизни, на инновации
20. **Что относят к интеракционистским ценностям и потребностям?**  
а) благополучие, комфорт, безопасность  
б) общение, взаимодействие с другими людьми  
в) нормы и образцы поведения, одобряемые в данном обществе
21. **Что относится к ядру ценностей сферы личности?**  
а) фундаментальные нравственные ценности  
б) ценностный резерв, в котором интенсивно проявляются ценностные конфликты  
в) малоподвижные ценности прошлых пластов культуры
22. **Каким образом происходит взаимодействие ценностей и социального поведения человека в современном мире?**



- а) потребности – интересы – ценности
  - б) интересы – потребности – ценности
  - в) ценность – интерес – потребность
23. **Как называются неосознанные потребности?**
- а) влечения
  - б) интересы
  - в) ориентации
24. **Каким образом проявляется степень осознанности и действительности социальных норм в поведении человека?**
- а) человек знает о последствиях своих действий для других людей и признаёт свою ответственность
  - б) человек осознаёт ответственность за свои поступки
  - в) человек догадывается о последствиях своих действий
25. **Что такое потребность?**
- а) компонент внутреннего мира человека, который представляет собой состояние нужды, недостатка в чем-либо и стимулирует деятельность по восполнению этого недостатка
  - б) характеристика объектов и процессов внешнего мира, имеющих положительное значение для человека
  - в) готовность человека к определённой активности и действиям по отношению к какому-либо объекту
26. **Какие потребности не относят к числу первичных потребностей?**
- а) потребность в самосохранении
  - б) потребность в самоутверждении
  - в) биогенные потребности
27. **Кто является автором иерархической теории потребностей?**
- а) Э. Фромм
  - б) А. Маслоу
  - в) К. Маркс
28. **Как называется переход от общей цели обеспечения жизненного минимума к целям стиля и качества жизни?**
- а) интенсивность удовлетворения потребностей
  - б) уровень актуального развития личности
  - в) эволюция структуры потребностей
29. **Что относится к потребностям высшего уровня согласно теории А. Маслоу**
- а) личное достоинство
  - б) самореализация
  - в) общение
30. **Какова главная идея иерархической теории потребностей?**
- а) удовлетворение потребностей низшего порядка позволяет более высоким потребностям мотивировать поведение человека
  - б) на уровне общественной деятельности не существует прямой причинно-следственной связи между потребностью и деятельностью
  - в) человек относится к своим потребностям через отношение к другим людям

## 2 Вариант

### 1. Какова последовательность возрастания потребностей согласно теории Маслоу?

- а) функциональные потребности – потребности в безопасности – потребности в уважении – социальные потребности – потребности в самоактуализации
- б) функциональные потребности – потребности в безопасности – социальные потребности – потребности в уважении – потребности в самоактуализации

в) функциональные потребности – социальные потребности – потребности в безопасности – потребности в уважении – потребности в самоактуализации

**2. На каком уровне проявляются различия в составе, иерархии и значимости потребностей?**

а) на индивидуальном

б) на групповом

в) на социальном

**3. При каком условии уровень удовлетворения материальных потребностей считается нормой для каждой группы населения?**

а) ниже базового

б) равен базовому

в) выше базового

**4. Какие основные группы образуют социальные потребности?**

а) эгоистические и альтруистические

б) интеллектуальные и духовные

в) групповые и индивидуальные

**5. При каком условии в структуре личности человека актуализируются и начинают доминировать потребности достижения целей жизни?**

а) минимальный уровень удовлетворения потребностей существования

б) базовый уровень удовлетворения потребностей существования

в) минимальный уровень удовлетворения потребностей достижения

**6. Какие группы в наиболее общем виде представляют классификацию всех потребностей?**

а) позитивные и негативные

б) явные и латентные

в) существования и достижения целей

**7. Что подразумевает рефрактное состояние потребности по Мерею?**

а) никакой стимул не способствует пробуждению потребности

б) потребность пассивна, но может быть актуализирована

в) потребность определяет поведение человека

**8. Что образуют ценности и соответствующие им блага согласно теории Мерея?**

а) благополучие

б) комфорт

в) наслаждение

**9. Что является предметным содержанием потребности?**

а) мотив

б) интерес

в) ценностная ориентация

**10. Как называется мотивация человека, направленная на увеличение или сохранение максимально высоких способностей человека ко всем видам деятельности?**

а) мотивация достижения

б) моральная мотивация

в) социальная мотивация

**11. На каком уровне возникают социальные мотивы деятельности человека?**

а) на бессознательном

б) на уровне подсознания

в) на сознательном

**12. Что представляют собой сложные мотивы?**

а) интересы

б) стимулы

в) блага

**13. Что относится к основным характеристикам моральных мотивов?**

- а) сила и устойчивость
- б) безразличие и интенсивность
- в) значимость и социальная адекватность

**14. Что будет выступать результатом возрастания проблематичности возможности удовлетворения той или иной потребности?**

- а) увеличение ценности удовлетворения потребности
- б) уменьшение ценности удовлетворения потребности
- в) актуализация ценности удовлетворения потребности

**15. Какие схожие черты имеют ценности и потребности человека?**

- а) иерархическая структура
- б) типология благ
- в) могут быть первичными и вторичными

**16. Что понимают под терминальными ценностями?**

- а) ценности цели
- б) ценности средства
- в) социально-культурные ценности

**17. Что, по мнению А. Адлера, является ведущим идеографическим принципом, объясняющим уникальность человека, его поведения?**

- а) фиктивный финализм
- б) жизненный стиль
- в) креативное Я

**18. Какая наука занимается системным изучением человека?**

- а) антропология
- б) аксиология
- в) акмеология

**19. Что является ключевым вопросом изучения человека в философии?**

- а) сущность человека
- б) деятельность человека
- в) сознание человека

**20. Какая концепция философского изучения человека характеризует его внутренний мир, в котором предпочтение отдаётся духовным ценностям?**

- а) религиозно-идеалистическая
- б) натуралистическая
- в) экзистенциальная

**21. Какая концепция философского изучения человека рассматривает его как продукт длительной эволюции природы?**

- а) религиозно-идеалистическая
- б) натуралистическая
- в) социальная

**22. Какая концепция философского изучения человека рассматривает его как продукт общественного развития?**

- а) религиозно-идеалистическая
- б) натуралистическая
- в) социальная

**23. Какая концепция философского изучения человека рассматривает как результат собственной духовной активности?**

- а) религиозно-идеалистическая
- б) натуралистическая
- в) экзистенциальная

**24. Кто из философов внёс весомый вклад в развитие религиозно-идеалистической концепции изучения человека?**

- а) Ж. Сартр и А. Камю
- б) В. Соловьев и Н. Бердяев
- в) Л. Фейербах и З. Фрейд

**25. Кто из философов внёс весомый вклад в развитие натуралистической концепции изучения человека?**

- а) В. Соловьев и Н. Бердяев
- б) Л. Фейербах и З. Фрейд
- в) К. Маркс и Ф. Энгельс

**26. Кто из философов внёс весомый вклад в развитие социальной концепции изучения человека?**

- а) Ж. Сартр и А. Камю
- б) Л. Фейербах и З. Фрейд
- в) К. Маркс и Ф. Энгельс

**27. Кто из философов внёс весомый вклад в развитие экзистенциальной концепции изучения человека?**

- а) Ж. Сартр и А. Камю
- б) В. Соловьев и Н. Бердяев
- в) Л. Фейербах и З. Фрейд

**28. Какие потребности называют витальными?**

- а) потребности в материальных благах, необходимые для поддержания жизни
- б) религиозные потребности
- в) потребности познания

**29. Как называется система взглядов, согласно которой человек является центром существующего мира?**

- а) антропоморфизм
- б) антропоцентризм
- в) антропологизм

**30. Что означает биологический ресурс человека?**

- а) социальный потенциал, который определяет перспективу и долговечность общественного бытия человека
- б) духовный потенциал, который определяет профессиональную и общественную пригодность человека, продолжительность его активной жизни как субъекта социальной деятельности
- в) природный потенциал, который определяет перспективу и долговечность общественного бытия человека, его профессиональную и общественную пригодность, продолжительность его активной жизни как субъекта социальной деятельности

### **3 Вариант**

**1. Как называется социальная форма общественного бытия?**

- а) общественные отношения
- б) человеческая деятельность
- в) социальные потребности

**2. Какие потребности называют социальными?**

- а) потребности в стремлении приобрести и обогатить свою духовность
- б) потребности в средствах и условиях удовлетворения биологических, социальных и духовных потребностей
- в) потребности для других, потребности для себя, потребности вместе с другими

**3. Что называют потреблением?**

- а) упрощённое представление реальности с включением процессов выбора товара и покупки
- б) способ удовлетворения базисных человеческих потребностей посредством разового или длительного потребления- уничтожения товаров

в) процесс отражения в сознании человека действительности, в результате которого люди приобретают знания, усваивают понятия, осознают окружающий мир

**4. Что называется осознанной потребностью?**

- а) объективно необходимые условия существования человека
- б) объективно необходимые условия для сохранения и развития статусной позиции
- в) представления субъекта о том, что ему необходимо для существования и развития

**5. Как называется теория, согласно которой человек с момента своего появления находится в постоянном изменении?**

- а) эволюция человека
- б) развитие человека
- в) антропогенез

**6. Как называется процесс наиболее полного выявления и осуществления личностью своих возможностей, достижения намеченных целей в решении лично значимых проблем, позволяющий максимально полно реализовать творческий потенциал личности?**

- а) саморазвитие
- б) самоорганизация
- в) самореализация

**7. Как называется состояние, которое при наличии защиты от опасности, предполагает человеческую деятельность по выявлению, предупреждению, устранению опасностей и угроз, способных погубить индивида, социальную группу, общество, нанести недопустимый объективно и субъективно ущерб, закрыть путь для дальнейшего развития?**

- а) безопасность
- б) сохранение
- в) защита

**8. Как называется неповторимость, культурное своеобразие человека?**

- а) индивидуальность
- б) личность
- в) духовность

**9. Как называется преобразование системы человеческих потребностей?**

- а) возвышение потребностей
- б) трансформация потребностей
- в) управление потребностями

**10. В чём заключается существенный смысл закона возвышения потребностей?**

- а) развитие одних и тех же потребностей
- б) влияние материальных потребностей на духовные
- в) возникновение новых потребностей и их всестороннее гармоничное развитие

**11. Что является ценностным ядром философии потребления?**

- а) отношение людей к материальным ценностям
- б) отношение людей к духовным ценностям
- в) отношение людей к социальным ценностям

**12. Какой принцип обосновывает традиционную философию потребления?**

- а) ограничение потребностей
- б) возвышение потребностями
- в) управление потребностями

**13. Для какого исторического этапа философии потребления была актуальна идея выживания в условиях слабого развития производства и нехватки ресурсов?**

- а) традиционный этап
- б) этап неограниченного потребления
- в) этап возникновения глобальных проблем

**14. Для какого исторического этапа философии потребления была актуальна идея ограничения роста промышленного производства и загрязнения окружающей среды?**

- а) традиционный этап
- б) этап неограниченного потребления
- в) этап возникновения

**15. На каком историческом этапе философии потребления возникает общество массового потребления?**

- а) традиционный этап
- б) этап неограниченного потребления
- в) этап возникновения глобальных проблем

**16. С какого времени поведение потребителей становится объектом научного изучения?**

- а) середина XIX в.
- б) начало XX в.
- в) середина XX в.

**17. С какого времени поведение потребителей становится объектом научного изучения в России?**

- а) начало XX в.
- б) середина XX в.
- в) конец XX в.

**18. Как называется деятельность по удовлетворению потребностей посредством использования товаров или услуг?**

- а) сервис
- б) потребление
- в) производство

**19. Как называется вид потребления, в котором процесс потребления становится средством подтверждения определённого образа потребителя, его высокого социального положения?**

- а) инструментальное потребление
- б) демонстративное потребление
- в) идеалистическое потребление

**20. Как называется этап принятия потребительского решения, для которого характерно ощущение противоречия между актуальным и желаемым состоянием и которое инициирует весь процесс?**

- а) осознание потребности
- б) поиск информации
- в) обработка информации

**21. Что относится к внутренним источникам информации, которые используют потребители в процессе принятия потребительского решения?**

- а) память и прошлый опыт потребителей
- б) средства массовой информации
- в) друзья, родственники, эксперты

**22. Как называется этап принятия потребительского решения, для которого характерно осознание потребителем удовлетворённости или неудовлетворённости от процесса потребления?**

- а) осознание потребности
- б) оценка вариантов
- в) покупка товара

**23. Как называется вид потребительского поведения, для которого характерно потребление в силу лояльности торговой марке или фирме?**

- а) привычное

б) расширенное

в) импульсивное

**24. Как называется вид потребительского поведения, для которого характерно незапланированное потребление, осуществляемое под влиянием внешних стимулов?**

а) привычное

б) расширенное

в) импульсивное

**25. Какие ценности представляют направленность на другого с точки зрения теории поведения потребителей, разработанной Хокинсом, Бестом и Кони?**

а) молодость, старость, коллективизм, индивидуализм, взрослый, ребёнок

б) консерватизм, безопасность, статусная позиция, риск

в) активность, пассивность, материальность, духовность, юмор, серьёзность

**26. Какие ценности представляют направленность на среду с точки зрения теории поведения потребителей, разработанной Хокинсом, Бестом и Кони?**

а) молодость, старость, коллективизм, индивидуализм, взрослый, ребёнок

б) консерватизм, безопасность, статусная позиция, риск

в) активность, пассивность, материальность, духовность, юмор, серьёзность

**27. Как называется уровень потребительской культуры, на котором человек потребляет материальные и духовные блага в соответствии с уровнем своих возможностей?**

а) оптимальный

б) завышенный

в) заниженный

**28. Какие ценности представляют направленность на себе с точки зрения теории поведения потребителей, разработанной Хокинсом, Бестом и Кони?**

а) молодость, старость, коллективизм, индивидуализм, взрослый, ребёнок

б) консерватизм, безопасность, статусная позиция, риск

в) активность, пассивность, материальность, духовность, юмор, серьёзность

**29. На каком уровне потребительской культуры желания и потребности значительно превышают возможности потребителя?**

а) оптимальный

б) завышенный

в) заниженный

**30. На каком уровне потребительской культуры желания и возможности значительно превышают потребности потребителя?**

а) оптимальный

б) завышенный

в) заниженный

#### **Ключи к тестовым заданиям**

| <b>ВАРИАНТ</b> | <b>ВАРИАНТ</b> | <b>ВАРИАНТ</b> |
|----------------|----------------|----------------|
| <b>1</b>       | <b>2</b>       | <b>3</b>       |
| 1. <b>в</b>    | <b>б</b>       | <b>а</b>       |
| 2. <b>в</b>    | <b>а</b>       | <b>б</b>       |
| 3. <b>б</b>    | <b>б</b>       | <b>б</b>       |
| 4. <b>в</b>    | <b>а</b>       | <b>в</b>       |
| 5. <b>а</b>    | <b>б</b>       | <b>а</b>       |
| 6. <b>в</b>    | <b>в</b>       | <b>в</b>       |
| 7. <b>б</b>    | <b>а</b>       | <b>а</b>       |
| 8. <b>а</b>    | <b>а</b>       | <b>а</b>       |
| 9. <b>в</b>    | <b>а</b>       | <b>б</b>       |
| 10. <b>б</b>   | <b>а</b>       | <b>в</b>       |

|     |          |          |          |
|-----|----------|----------|----------|
| 11. | <b>б</b> | <b>в</b> | <b>а</b> |
| 12. | <b>в</b> | <b>а</b> | <b>б</b> |
| 13. | <b>б</b> | <b>а</b> | <b>а</b> |
| 14. | <b>а</b> | <b>а</b> | <b>в</b> |
| 15. | <b>б</b> | <b>а</b> | <b>б</b> |
| 16. | <b>а</b> | <b>а</b> | <b>в</b> |
| 17. | <b>в</b> | <b>б</b> | <b>в</b> |
| 18. | <b>а</b> | <b>а</b> | <b>б</b> |
| 19. | <b>в</b> | <b>а</b> | <b>б</b> |
| 20. | <b>в</b> | <b>а</b> | <b>а</b> |
| 21. | <b>а</b> | <b>б</b> | <b>а</b> |
| 22. | <b>в</b> | <b>в</b> | <b>б</b> |
| 23. | <b>а</b> | <b>а</b> | <b>а</b> |
| 24. | <b>а</b> | <b>б</b> | <b>в</b> |
| 25. | <b>а</b> | <b>б</b> | <b>а</b> |
| 26. | <b>б</b> | <b>в</b> | <b>б</b> |
| 27. | <b>б</b> | <b>а</b> | <b>а</b> |
| 28. | <b>в</b> | <b>а</b> | <b>в</b> |
| 29. | <b>б</b> | <b>б</b> | <b>б</b> |
| 30. | <b>а</b> | <b>в</b> | <b>в</b> |

**Критерии оценки теста:**

| Оценка уровня подготовки |                         |                              |
|--------------------------|-------------------------|------------------------------|
| Балл<br>(отметка)        | Результат               |                              |
| 5                        | Отлично                 | более 89% правильных ответов |
| 4                        | Хорошо                  | 70%-89% правильных ответов   |
| 3                        | Удовлетворительно       | 51%-69% правильных ответов   |
| 2                        | Неудовлетворительн<br>о | менее 51% правильных ответов |

**Оценочные средства для проверки остаточных знаний за предыдущий период обучения ОК01-09;ПК1.1;1.2;1.5; ПК2.1-2.5;4.1**

**Вариант1**

**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:**

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:**

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. Отличительными особенностями услуг являются:**

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:**

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.
- 4.

#### **Ключи к тестовым заданиям**

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

#### **Вариант №2**

**1. 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;

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

1. материально-преобразовательная;
2. исследовательская;
3. потребительская (пользовательская);

**3. Какие из перечисленных услуг ресторана относятся к вспомогательным?**

1. Резервирование столиков;
2. Вызов такси;
3. Кондиционирование воздуха;

**4. Реклама, экспертиза, психодиагностика, имиджмейкерские услуги, художественно-оформительские услуги – это область сервиса в:**

1. материально-преобразовательной деятельности;
2. познавательной деятельности;
3. ценностно-ориентационной деятельности;

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

1. потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, физиологические потребности, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении;
2. физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении);
3. 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:**

1. контактная зона;
2. зал ожидания;
3. комната для посетителей.

**7. В чем заключается несохраняемость услуг:**

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.

**8. Отличительными особенностями услуг являются:**

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

**9. Обслуживание это:**

1. деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги;
2. оказание услуги потребителю;
3. комплекс мер по обслуживанию населения.

**10. Сервис — это:**

1. это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг;
2. любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой;
3. предпродажное и гарантийное обслуживание.

**11. Производственные услуги – это:**

1. услуги банков, страховых компаний;
2. инжиниринг, обслуживание оборудования, лизинг;
3. пассажирский транспорт, торговля, образование.

**12. Услуги по регистрации транспортных средств являются:**

1. государственными;
2. идеальными;
3. смешанными.

**13. Контактная зона – это:**

1. любое место, где производится услуга;
2. место, где услуга может храниться;
3. определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы.

**14. Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания – это:**

1. поиск понимания;
2. призыв к совести;
3. жалоба.

**15. Социальные потребности это потребности в:**

1. в самовыражении;
2. в познании,
3. в жилье.

**16. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:**

1. обслуживание на дому;
2. индивидуальное обслуживание;
3. письменное обслуживание.

**17. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:**

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

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

**19. Франчайзинг это:**

1. компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.
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 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:**

1. с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия;
2. со сбалансированным соотношением цены и качества продукции;
3. со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания.

**21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:**

1. референтные группы;
2. комфорт;
3. престиж.

**22. Характеристика услуг:**

1. деятельность, процесс;
2. производство, хранение и распределение отделено от потребления;
3. получает только один покупатель единожды.

**23. Характеристика товаров:**

1. потребитель участвует в производственном процессе;
2. производство и потребление осуществляются одновременно;
3. передача собственности.

**24. Виды сервиса по содержанию работ. Мягкий 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: сходство и различия. Основные различия:**

1. разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;
2. соответствие техническим условиям и стандартам;
3. продукт человеческой деятельности.

**Ключи к тестовым заданиям**

**Вариант №2:**

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

**Вариант №3**

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

1. бытовые услуги;
2. услуги грузового и пассажирского транспорта, связи;
3. управленческие услуги;

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

1. исследовательская;
2. потребительская (пользовательская);
3. коммуникативная (общение).

**3. Что такое трансфер?**

1. Покупка и доставка билетов;
2. Встреча и проводы;

3. Экскурсионные услуги.

**4. Выделите два главных уровня сервиса в познавательной деятельности:**

1. эмпирический и теоретический;
2. оценочный и информационный;
3. аналитический и экспертный.

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

1. потребность в уважении, физиологические потребности, потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо);
2. потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности.
3. 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:**

1. индустрия сферы услуг;
2. инфраструктура сферы услуг;
3. индустрия сервиса.

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

1. это отчужденный от производителя результат труда;
2. это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа;
3. фактически производство совмещено с потреблением.

**8. Отличительными особенностями услуг являются:**

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

**9. Сфера обслуживания населения – это:**

- a) совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению;
- b) деятельность предприятий и организаций, направления на удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристских и экскурсионных услугах;
- c) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.

**10. Услуга – это:**

1. любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо;
2. осязаемые действия, направленные на товар или человека;
3. 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:**

1. телевидение, радио, образование;
2. услуги, связанные с досугом;
3. услуги, связанные с транспортом.

**12. К легитимным услугам относят:**

1. нелегальные услуги;
2. услуги, имеющие криминальный оттенок;
3. услуги, одобряемые государством и обществом.

**13. Контактной зоной может считаться:**

1. стойка администратора в гостинице;
2. цех по ремонту оборудования;

3. строительная площадка.

**14. Период времени, в течение которого потребитель взаимодействует с исполнителем услуги это:**

1. нормативное время;
2. время обслуживания;
3. ресурсное время.

**15. Одной из существенных отличий услуги от товара является:**

1. различие мест хранения;
2. более высокая стоимость;
3. совмещение производства и потребления.

**16. Интеллектуальные потребности это потребности в:**

1. образовании;
2. в самовыражении;
3. в пище.

**17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:**

1. самообслуживание;
2. фирменное обслуживание;
3. индивидуальное обслуживание.

**18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:**

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

**19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния.**

**Социальная дистанция - формальные встречи в общественных местах..**

1. 120 – 400см;
2. 45 – 120 см;
3. 400 - 750см.

**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 продает торговую марку другой компании.
3. 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:**

1. социальный статус;
2. культура;
3. престиж

**22. Характеристика услуг:**

1. потребитель участвует в производственном процессе;
2. производство, хранение и распределение отделено от потребления;
3. передача собственности.

**23. Характеристика товаров:**

1. потребитель участвует в производственном процессе;
2. индивидуальность;
3. передача собственности.

**24. Виды сервиса по содержанию работ. Косвенный 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: сходство и различия. Основные различия:**

1. разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;
2. соответствие техническим условиям и стандартам;
3. продукт человеческой деятельности.

**Вариант №3:**

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

**Критерии оценки теста:**

| Оценка уровня подготовки |                         |                              |
|--------------------------|-------------------------|------------------------------|
| Балл<br>(отметка)        | Результат               |                              |
| 5                        | Отлично                 | более 89% правильных ответов |
| 4                        | Хорошо                  | 70%-89% правильных ответов   |
| 3                        | Удовлетворительно       | 51%-69% правильных ответов   |
| 2                        | Неудовлетворительн<br>о | менее 51% правильных ответов |

**3.2 Комплект заданий для самостоятельной работы.**

### 3.2.1 Темы самостоятельной работы студентов

| № п/п | Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения  | Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения | Осваиваемые компетенции                     | Объем в часах |
|-------|---|---|---|---------------|
| 1     | 2   | 3   | 4   | 5             |
| 1.    | <b>Раздел 1. ВВЕДЕНИЕ В ПРЕДМЕТ. ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ ЧЕЛОВЕКА И ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ</b><br>Тема 1 Сервисология как наука о человеке, его потребностях и поведении потребителей | Написание доклада<br>Написание реферата                                   | ОК01-09;<br>ПК1.1;1.2;1.5;<br>ПК2.1-2.5;4.1 | 7             |
| 2.    | Тема 2. Проблемы сущности человека  | Написание доклада<br>Написание реферата                                   | ОК01-09;<br>ПК1.1;1.2;1.5;<br>ПК2.1-2.5;4.1 | 8             |
| 3.    | Тема 3 Психология потребностей  | Написание доклада<br>Написание реферата                                   | ОК01-09;<br>ПК1.1;1.2;1.5;<br>ПК2.1-2.5;4.1 | 6             |
| 4.    | <b>Раздел 2. СЕРВИС КАК СФЕРА УСЛУГ</b><br>Тема1 Особенности функционирования сферы услуг   | Составление конспекта<br>Написание доклада<br>Написание реферата          | ОК01-09;<br>ПК1.1;1.2;1.5;<br>ПК2.1-2.5;4.1 | 23            |
|       | <b>Всего</b>  |   |   | <b>44</b>     |

### 3.3 Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации

1. Сущность мотива. Мотив как потребность, как цель, как побуждение, как намерение.
2. Мотив как устойчивые свойства (личностные диспозиции).
3. Мотив как состояние.
4. Понимание термина мотивация. Мотивационный процесс.
5. Мотивация, обусловленная потребностями личности.
6. Формы организации мотивационного процесса.
7. Индивидуальные особенности мотивации.
8. Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере.
9. Методика «Ценностные ориентации» М. Рокича.
10. Методика «Диагностика мотивационной структуры личности».
11. Особенности клиентурного общения. Типы клиентов.
12. Экспресс диагностика клиента. Невербальные средства диагностики.
13. Психология манипулирования. 14. Знаки внимания как атрибут сервиса
15. Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере (О.Ф. Потемкиной, М. Роки-ча.
16. Методика диагностике мотивационной структуры личности (В.Э. Мильман), локуса контроля (Дж. Роттер), особенностей личности в общении (Т. Лири).

### Вопросы для подготовки к дифференцированному зачету

1. Определения понятия «потребность»
2. Взаимосвязь понятия «потребность», «нужда», «желание», «прихоть»
3. Понятие и система ценностей
4. Что такое мотивы, мотивация, интерес, мировоззрение
5. Основные функции потребностей
6. Экономический подход к определению понятия «потребности человека»
7. Психологический подход к определению понятия «потребности человека»
8. Философский подход к определению понятия «потребности человека»
9. Взаимосвязь потребностей и деятельности
10. Духовная, практическая, интеллектуальная, организационная и другие виды деятельности человека
11. Интересы, убеждения, влечение и их роль в формировании мотивов деятельности
12. Материальные, Социальные, Духовные, Нравственные (моральные), Религиозные, Эстетические, Личные (индивидуальные) ценности.
13. Мотивация индивидуального потребления (значимость для жизни, социальная адекватность, место в иерархии, источник побуждения, отношение к сознанию, мотив достижения, мотив моральный, мотив социальный)
14. Основные виды человеческих потребностей (потребности в безопасности и здоровье, в финансовых ресурсах и стабильности, в любви и дружбе, отдавать и обладать, в информации и в разнообразии, в смысле жизни и самоактуализации, в уважении)
15. Рутинные и творческие потребности
16. Индивидуальные и общественные потребности
17. Материальные и духовные потребности
18. Биологические и социальные потребности
19. Сущность трех потребностей, мотивирующие человека
20. Соотношение понятий «потребность», «мотив», «мотивация».
21. Иерархия потребностей А. Маслоу.
22. Классификация услуг и сервисной деятельности
23. Тип потребления доиндустриального общества
24. Тип потребления индустриального общества
25. Тип потребления постиндустриального общества
26. Понятие логистики сервисного отклика
27. Понятие сервисной деятельности
28. Сервисная деятельность как способ удовлетворения общественных потребностей
29. Взгляд на потребности человека с точки зрения экономики
30. Демографические процессы и сервисная деятельность
31. Влияние на развитие сервисной деятельности географического фактора и типы территориального расселения людей
32. Связь художественного творчества и сервисной деятельности
33. Сущность и структуру социально-культурного сервиса.
34. Какие общественные и индивидуальные потребности реализуются посредством сервисной деятельности?
35. Укажите отличия труда в сфере сервиса от труда в промышленном производстве
36. Важнейшие признаки сервисной деятельности как хозяйственно-экономического явления и как производства сервисных продуктов
37. Типы классификации услуг и сервисной деятельности
38. Сервисной деятельности в «потребительском обществе» и в постиндустриальном обществе
39. Классификация методов оказания услуг
40. Структура сервисной деятельности и удовлетворение потребностей

41. Услуга как полезное действие и её социальная роль
42. Сфера услуг и особенности ее функционирования
43. Индивидуальное обслуживание как сфера профессиональной деятельности
44. Методы селекции обслуживаемой продукции

1

### Вопросы к экзамену

- 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
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 сервиса.
19. Основные принципы развития сферы услуг.
20. Этапы обслуживания потребителя.
21. Особенности формирования рыночного и нерыночного секторов сферы услуг.
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 их 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 гостеприимства.
45. Современные тенденции развития гостиничных услуг.
46. Потребительское воспитание . Потребительский экстремизм.
47. Специфика услуг и обслуживания в общественном питании.
48. Тенденции развития услуг общественного питания в России и за рубежом.
49. Специфика услуг и обслуживания в индустрии досуга и развлечений
50. Пространство контакта. Содержание контакта.
51. Понятие «контактная зона». Разновидности контактной зоны.
52. Управление сервисным предприятием: цели, задачи, функции руководства.
53. Типы организационных структур сервисного предприятия.
54. Типы потребителей по социальному происхождению, статусу, доходам, возрасту.
55. Типы потребителей и взаимодействие с ними.
56. Личность потребителя сервисных услуг. Типы потребителей по привычкам, запросам, желаниям.
57. Культура общения работников с клиентами.
58. Воздействие культуры на поведение потребителя.
59. Стратегические решения по комплексу маркетинга на предприятиях сферы сервиса.
60. Организационная культура предприятия.
61. Типология конфликтов. Конфликт в сервисной деятельности.
62. Эстетика внешнего оформления, интерьера предприятия сервиса и рабочих мест персонала.
63. Способы выхода из конфликтов в сервисной деятельности.
64. Зависимость сервисной деятельности от географических, поселенческих, демографических факторов.

**Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.**

**4.1 Критерии оценки знаний студентов на экзамене (дифференцированном зачете)**

Оценки "отлично" заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка "отлично" выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

Оценки "хорошо" заслуживает студент, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка "хорошо" выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Оценки "удовлетворительно" заслуживает студент, обнаруживший знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка "удовлетворительно" выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка "неудовлетворительно" выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.