

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНЖЕНЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

_____ Василенко В.Н.

« 25 » 05 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ

Сервисная деятельность

Специальность
38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Квалификация выпускника
Менеджер по продажам

1. Цели и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины «Сервисная деятельность» является подготовка выпускника к выполнению и решению профессиональных задач в **области** организации и проведения коммерческой деятельности в производственных, торговых и сервисных организациях.

Выпускник готовится к следующему виду деятельности:

организация и управление торгово-сбытовой деятельностью; организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.

Объектами профессиональной деятельности выпускников при освоении данной дисциплины являются:

- товары, производимые и/или реализуемые в производственных обслуживающих организациях.
- услуги, оказываемые сервисными организациями.
- первичные трудовые коллективы.

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины в соответствии с предусмотренными компетенциями обучающийся должен:

знать:

- принципы классификации услуг оптовой и розничной торговли и их характеристики, классификацию видов и основные формы, технологии и методы ведения процессов сервиса оптовой и розничной торговли;
- классификацию потребностей, методы определения потребностей, формирования спроса и стимулирования сбыта товаров.

уметь:

- разрабатывать технологии ведения процессов основных и дополнительных услуг оптовой и розничной торговли;
- выявлять потребности потребителей, определять типы маркетинговых исследований для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК 1.5	Готов оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли	Умения: разрабатывать технологии ведения процессов основных и дополнительных услуг оптовой и розничной торговли
		Знания: принципы классификации услуг оптовой и розничной торговли и их характеристики, классификацию видов и основные формы, технологии и методы ведения процессов сервиса оптовой и розничной торговли
ПК 2.5.	Готов выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для	Умения: выявлять потребности потребителей, определять типы маркетинговых исследований для обеспечения целей организации,

	обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	формировать спрос и стимулировать сбыт товаров .
		Знания: классификацию потребностей Методы определения потребностей, формирования спроса и стимулирования сбыта товаров

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы СПО

Дисциплина относится к общепрофессиональному циклу вариативной части и изучается в 4 семестре 2 года обучения.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет __114__ ак. ч.

Виды учебной работы	Всего академических часов	Распределение трудоемкости по семестрам, ак. ч
		4
Общая трудоемкость дисциплины	114	114
Контактная работа в т.ч. аудиторные занятия:	76	76
Лекции	38	38
<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	22	22
Практические занятия	38	38
<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	38	38
Вид промежуточной аттестации (дифференцированный зачет)	-	(дифференцированный зачет)
<i>Самостоятельная работа обучающегося:</i>	38	38
Творческий проект	10	10
Подготовка к тестам по разделам	6	6
Оформление отчетов по практическим работам	14	14
Проработка материалов по конспекту лекций (защита практических работ, тестирование)	8	8

5 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1 Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (указываются темы и дидактические единицы)	Трудоемкость раздела, ак. час	
			в традиционной форме	в форме практической подготовки
1	Сервис как система услуг	Исторические аспекты развития сервиса, виды сервисной деятельности; принципы классификации услуг, их характеристики; предоставление услуг как самостоятель-	6	12

		ного вида профессиональной деятельности.		
2	Теория организации обслуживания	Организация обслуживания потребителей. Категории предприятий, осуществляющих предоставление услуг Инфраструктура обслуживания. Учет природных и социальных факторов в структуре обслуживания человека. Категории потребителей, особенности обслуживания.	8	16
3	Место и роль общения в сервисной деятельности	Общение как фактор отношений в сервисной деятельности, понятие «контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности, уровень организации контактной зоны предприятия на основе использования материальных, технических, информационных ресурсов. Консультирование потребителей по согласованию вида, формы и объема процесса сервиса.	8	16
4	Качество сервисных услуг	Характеристики и показатели качества сервисного обслуживания. Нормативные и правовые документы в области обслуживания и предоставления услуг. Мониторинг и контроль качества процесса сервиса и обслуживания.	8	16
5	Диверсификация сервисной деятельности	Диверсификация, комбинирование, видоизменение и совершенствование сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими, религиозными и иными традициями и запросами клиентов.	4	20

5.2 Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции, ак. ч		Практические занятия, ак. ч.		СРО, ак. ч 38 час.
		в традиционной форме	в форме практической подготовки	в традиционной форме	в форме практической подготовки	
1	Сервис как система услуг	4	2		6	6
2	Теория организации обслужива-	4	4		8	8

	живания					
3	Место и роль общения в сервисной деятельности	4	4		8	8
4	Качество сервисных услуг	4	4		8	8
5	Диверсификация сервисной деятельности	-	8		8	8
	<i>Консультации текущие</i>			-		
	<i>Дифференцированный зачет</i>			-		

5.2.1 Лекции

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тематика лекционных занятий	Трудоемкость, Ак. час
1	Сервис как система услуг	Исторические аспекты развития сервиса	2
		*Виды сервисной деятельности	2
		Принципы классификации услуг, их характеристики	2
2	Теория организации обслуживания	Организация обслуживания потребителей	2
		Категории предприятий, осуществляющих предоставление услуг	2
		*Инфраструктура обслуживания.	2
		*Учет природных и социальных факторов в структуре обслуживания человека. Категории потребителей, особенности обслуживания.	2
3	Место и роль общения в сервисной деятельности	Общение как фактор отношений в сервисной деятельности. Понятие «контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности	2
		*Требования к организации контактной зоны предприятия	2
		Согласование с потребителем вида, формы и объема процесса сервиса.	2
		*Стандарты обслуживания	2
4	Качество сервисных услуг	*Качество сервисных услуг с точки зрения потребителей. Показатели качества сервисной деятельности	2
		Мониторинг и контроль качества процесса сервиса и обслуживания.	2
		*Методы оценки и контроля показателей качества сервиса	2
		Системное управление качеством обслуживания	2

5	Диверсификация сервисной деятельности	*Диверсификация, комбинирование, видоизменение и совершенствование сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими, религиозными и иными традициями и запросами клиентов.	8
---	---------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

*в форме практической подготовки

5.2.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость, Ак. час
1	Сервис как система услуг	*Анализ видов сервисной деятельности, анализ классификаций услуг, их характеристики	6
2	Теория организации обслуживания	*Анализ предприятий, осуществляющих предоставление услуг	4
		*Исследование категорий потребителей и особенностей их обслуживания.	4
3	Место и роль общения в сервисной деятельности	*Организация общения в «контактной зоне» исполнителя и потребителя услуги *Требования к организации контактной зоны предприятия	4
		*Согласование с потребителем вида, формы и объема процесса сервиса.	4
4	Качество сервисных услуг	*Исследование показателей качества сервисной деятельности	4
		*Разработка мероприятий по обеспечению качества сервисной услуги	4
5	Диверсификация сервисной деятельности	*Диверсификация, комбинирование, видоизменение и совершенствование сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими, религиозными и иными традициями и запросами клиентов. Инновационные технологии в сервисе	8

*в форме практической подготовки

5.2.3 Лабораторный практикум

Не предусмотрен

5.2.4 Самостоятельная работа обучающихся (СРО)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид СРО	Трудоемкость, Ак. час
1	Сервис как система услуг	Подготовка к тестированию, к практическим занятиям.	6

2	Теория организации обслуживания	Подготовка к тестированию, к практическим занятиям Выполнение творческого проекта	8
3	Место и роль общения в сервисной деятельности	Подготовка к тестированию, к практическим занятиям Выполнение творческого проекта	8
4	Качество сервисных услуг	Подготовка к тестированию, к практическим занятиям Выполнение творческого проекта	8
5	Диверсификация сервисной деятельности	Подготовка к защите творческого проекта	8

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

1. Тимохина Т. Л. Гостиничный сервис [Текст]: учебник для СПО. - М.: Юрайт, 2017.
2. Романович, Ж.А. Сервисная деятельность : учебник – Москва : Дашков и К°, 2019.

https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=621687

3. Свириденко, Ю. П. Сервисная деятельность в обслуживании населения : учебное пособие для спо — Санкт-Петербург : Лань, 2022.

<https://reader.lanbook.com/book/195460#1>

6.2. Дополнительная литература

1. Шефер, Д. М. Сервисная деятельность : учебное пособие — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2017

<https://reader.lanbook.com/book/180302#1>

2. Левшина, О. Н. Сервисная деятельность : учебное пособие — Санкт-Петербург : СПбГУ ГА, 2017

<https://reader.lanbook.com/book/145535#1>

6.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

1. Сервисная деятельность: методические указания к выполнению самостоятельной работы для обучающихся по специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании / С. И. Крутских ; ВГУИТ, Факультет среднего профессионального образования. - Воронеж: ВГУИТ, 2016. - 26 с. - Электрон. ресурс. - <http://biblos.vsuet.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3860>.

6.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
«Российское образование» - федеральный портал	http://www.edu.ru/index.php
Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru/defaulttx.asp?
Федеральная университетская компьютерная сеть России	http://www.runnet.ru/
Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	http://www.window.edu.ru/

Электронная библиотека ВГУИТ	http://biblos.vsuet.ru/megapro/web
Сайт Министерства науки и высшего образования РФ	http://minobrnauki.gov.ru
Портал открытого on-line образования	http://npoed.ru
Информационно-коммуникационные технологии в образовании. Система федеральных образовательных порталов	http://www.ict.edu.ru/
Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «ВГУИТ»	http://education.vsuet.ru

6.5 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При изучении дисциплины используется программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы: ЭИОС университета, в том числе на базе программной платформы «Среда электронного обучения ЗКЛ», автоматизированная информационная база «Интернет-тренажеры», «Интернет-экзамен».

При освоении дисциплины используется лицензионное и открытое программное обеспечение – н-р, ОС Windows, ОС ALT Linux.

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Обеспеченность процесса обучения техническими средствами полностью соответствует требованиям ФГОС по направлению подготовки. Материально-техническая база приведена в лицензионных формах и расположена во внутренней сети по адресу <http://education.vsuet.ru>.

При чтении лекций, проведении практических занятий и контроле знаний обучающихся по дисциплине используется:

кабинет социально-экономических дисциплин (ауд. 9).	<p>Локальная сеть, коммутатор D-Link DES-1016 с выходом в интернет;</p> <p>Компьютер в сборе в составе: Intel Core i3-540/4096/500/DVD-RW/GeForce CT220 – 8 шт.;</p> <p>Принтер лазерный HP Laser jet P-2035 A4 30 стр.в мин. – 1 шт.;</p> <p>Сканер HP Scan jet- 3110-1шт.;</p> <p>Мультимедиа проектор SANVO PLC –XU 50 – 1 шт.;</p> <p>Экран переносной – 1 шт.;</p> <p>Ноутбук ASUS K 73 E I5-2410 M CPU\4096\500\DVD-RW \Intel(R) HD Graphics 3000 – 1 шт.;</p> <p>Маркерная доска;</p> <p>Информационные стенды, справочные материалы;</p> <p>Комплект учебной мебели.</p> <p>Рабочие места по количеству обучающихся;</p> <p>Рабочее место преподавателя.</p>	<p>Microsoft Windows7</p> <p>; Adobe Reader XI; Microsoft Office 2007 Standart;</p>
-----------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

Аудитория для самостоятельной работы студентов:

Компьютерный класс для	ALT Linux Образование 9 + LibreOffice; Маркерная доска;
------------------------	---------------------------------------------------------

самостоятельной работы, в т.ч. для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (ауд.19)	Информационные стенды, справочные материалы; Комплект учебной мебели.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------

Дополнительно, самостоятельная работа обучающихся, может осуществляться при использовании:

Ресурсный центр	Компьютеры со свободным доступом в сеть Интернет и Электронными библиотечными и информационно справочными системами.	Альт Образование 8.2 + LibreOffice 6.2+Maxima Лицензия № ААА.0217.00 с 21.12.2017 г. по «Бессрочно»
-----------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------

8 Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы (ОМ) для дисциплины включают в себя:

- перечень компетенций с указанием индикаторов достижения компетенций, этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и практического опыта.

ОМ представляются отдельным комплектом и **входят в состав рабочей программы дисциплины.**

Оценочные материалы формируются в соответствии с П ВГУИТ «Положение об оценочных материалах».

АННОТАЦИЯ **дисциплины ОП.10 Сервисная деятельность**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК 1.5. Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли. ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен: знать:

- теоретические основы сервисной деятельности, приемы и методы обслуживания, отвечающие этнокультурным, историческим и религиозным традициям потребителей,
- виды сервисной деятельности,
- принципы классификации услуг и их характеристики,
- теорию организации обслуживания; основные формы, технологии и методы ведения процессов сервиса;
- правила организации работы контактной зоны, показатели качества процесса сервиса и методы их исследования.

уметь:

- выявлять потребности потребителей и строить сервисную деятельность на основе выявленных предпочтений,
- владеть навыками выстраивания системы клиентурных отношений, основанной на удовлетворении запросов потребителей;
- находить и систематизировать информацию об инновационных технологических процессах сервиса, ресурсах и технических средствах;
- обеспечить оптимальную инфраструктуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов, осуществлять контроль качества параметров процесса сервиса.

Содержание разделов дисциплины:

Исторические аспекты развития сервиса, виды сервисной деятельности; принципы классификации услуг, их характеристики; предоставление услуг как самостоятельного вида профессиональной деятельности. Теория организации обслуживания потребителей. Категории предприятий, осуществляющих предоставление услуг Инфраструктура обслуживания. Учет природных и социальных факторов в структуре обслуживания человека. Категории потребителей, особенности обслуживания. Общение как фактор отношений в сервисной деятельности, понятие «контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности, уровень правила организации работы контактной зоны предприятия на основе использования материальных, технических, информационных ресурсов. Консультирование потребителей по согласованию вида, формы и объема процесса сервиса.

Характеристики и показатели качества сервисного обслуживания. Нормативные и правовые документы в области обслуживания и предоставления услуг. Мониторинг и контроль качества процесса сервиса и обслуживания. Диверсификация, комбинирование, видоизменение и совершенствование сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими, религиозными и иными традициями и запросами клиентов.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК1.5.	Готов оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли	Умения: Выявлять потребности потребителей, определять типы маркетинговых исследований для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров
		Знания: Классификацию потребностей Методы определения потребностей, формирования спроса и стимулирования
ПК 2.5.	Готов выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	Умения: Разрабатывать технологии ведения процессов основных и дополнительных услуг оптовой и розничной торговли
		Знания: Принципы классификации услуг оптовой и розничной торговли и их характеристик, Классификацию видов и основные формы, технологии и методы ведения процессов сервиса оптовой и розничной торговли

2 Паспорт оценочных материалов по дисциплине

№ п/п	Разделы дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или ее части)	Оценочные средства		Технология/процедура оценивания (способ контроля)
			наименование	№№ заданий	
1	1. Сервис как система услуг 2. Теория организации обслуживания 3. Место и роль общения в сервисной деятельности	ПК 1.5.	Банк тестовых заданий	1-27	Процентная шкала. 0-100 %; 0-59,99% - неудовлетворительно; 60-74,99% - удовлетворительно; 75- 84,99% -хорошо; 85-100% - отлично.
			Собеседование (вопросы для дифференцированного зачета)	60-73	Проверка преподавателем (уровневая шкала)
			Отчет по практическим работам	28-29	Проверка преподавателем (уровневая шкала)
			Домашнее задание (творческий проект)	92-100	Проверка преподавателем (уровневая шкала)
2	4. Качество сервисных услуг 5. Диверсификация сервисной деятельности	ПК 2.5.	Банк тестовых заданий	1-27	Процентная шкала. 0-100 %; 0-59,99% - неудовлетворительно; 60-74,99% - удовлетворительно;

				75- 84,99% -хорошо; 85-100% - отлично.
		Собеседование (вопросы для дифференци- рованного за- чета)	60-73	Проверка преподавателем (уровневая шкала)
		Отчет по прак- тическим рабо- там	28-29	Проверка преподавателем (уровневая шкала)
		Домашнее за- дание (творче- ский проект)	92-100	Проверка преподавателем (уровневая шкала)

3 Оценочные материалы для промежуточной аттестации

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

Для оценки знаний, умений, навыков студентов по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система оценки сформированности компетенций студента.

Балльно-рейтинговая система оценки осуществляется в течение всего семестра при проведении аудиторных занятий и контроля самостоятельной работы. Показателями ОМ являются: текущий опрос в виде собеседования на практических занятиях, тестовые задания, кейс- задания и курсовая работа. Оценки выставляются в соответствии с графиком контроля текущей успеваемости студентов в автоматизированную систему баз данных (АСУБД) «Рейтинг студентов».

Обучающийся, набравший в семестре более 60 % от максимально возможной балльно-рейтинговой оценки работы в семестре получает итоговую оценку автоматически.

Студент, набравший за текущую работу в семестре менее 60 %, т.к. не выполнил всю работу в семестре по объективным причинам (болезнь, официальное освобождение и т.п.) допускается до итоговой аттестации, однако ему дополнительно задаются вопросы на собеседовании по разделам, выносимым на собеседование.

В случае неудовлетворительной оценки по итогу написания контрольной работы студенту предоставляется право повторной сдачи в срок, установленный для ликвидации академической задолженности по итогам соответствующей сессии.

3.1 Тесты (тестовые задания и кейс-задания)

3.1.1 Шифр и наименование компетенции

ПК 1.5. Готов оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли

№ задания	Тестовое задание
	Выбрать один ответ
1.	Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней: физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности

	потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, физиологические потребности, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении
2.	Под методом или формой обслуживания следует понимать: предоставление информации клиенту определенный способ предоставления услуг заказчику оказание услуги клиенту
3.	Услуги по регистрации транспортных средств являются: частными смешанными государственными
4.	Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют: бесконтактным бесплатным формальным
5.	К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится: расчет при выезде прием и размещение бронирование номеров
6.	В чем заключается неосвязаемость услуги: услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса
7.	Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания — это: поиск понимания призыв к совести жалоба
8.	Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления: научно-исследовательские услуги жилищно-коммунальные услуги услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги
9.	Услуга обладает следующими качествами: способность к хранению и транспортировке неизменностью качества неотделимость от своего источника
10.	Франчайзинг — это: компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества 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 компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании
	Выбрать несколько ответов
11.	Производство экономических (ограниченных) благ делится на две сферы: сферу материального производства сферу услуг сферу общественного питания
12.	Структура потребности содержит два главных компонента: реалистичный

	объективный субъективный		
13.	Сфере услуг как сектору экономики присущи функции: экономические социальные культурные		
14.	К услугам, ориентированным на производство, относятся услуги по: техническому обслуживанию наладке, настройке оборудования ремонту производственного оборудования и технических систем		
15.	Услуги, ориентированные на общество, включают услуги: органов государственного управления, связанные с обороной страны, с поддержанием правопорядка обеспечением внутренней безопасности с выполнением функции по государственному регулированию экономики и социальных процессов		
16.	К услугам, ориентированным на домашнее хозяйство, относятся услуги по: поддержанию в нормальном состоянии жилья коммунальные услуги, технический сервис оборудования и инвентаря для досуговой деятельности и т. д.		
17.	По форме организации услуг их можно разделить на: территориальные государственные негосударственные		
Вопрос на сопоставление			
18.	Выберите правильное сопоставление		
1	услуги, направленные на человека	А А	реклама, связи с общественностью
2	услуги, направленные на физические объекты	Б Б	салоны красоты
3	услуги, направленные на сознание человека	В В	грузовые перевозки
4	услуги, основанные на обработке информации	Г Г	бухгалтерия
Ответ: 1-Б; 2-В; 3-А; 4-Г			
19.	Выберите правильное сопоставление		
1	неосвязаемость	А А	услуги предоставляются непосредственно заказчику
2	отсутствие владения	Б Б	услугу невозможно продемонстрировать до ее покупки
3	неотделимость от источника	В В	большая часть услуг из-за того, что они одновременно производятся и потребляются, не может быть сохранена с дальнейшего использования
4	несохраняемость или недолговечность	Г Г	для большей части услуг результат приобретения услуг подразумевает право собственности на нее
Ответ: 1-Б; 2- Г; 3-А; 4- В			

Расположение в правильном порядке	
20.	<p>Расположите в правильном порядке этапы жизненного цикла продукта/услуги</p> <p>1) Зрелость 2) Внедрение 3) Разработка продукта 4) Рост 5) Спад</p> <p>Ответ: 3, 2, 4, 1, 5</p>
Вставить пропущенное слово или число	
21.	<p>_____ - продукт труда предназначенный для обмена</p> <p>Ответ: товар</p>
22.	<p>Сфера _____ - это сфера экономики, где производятся блага, полезный эффект которых проявляется в самом процессе их создания</p> <p>Ответ: услуг</p>
23.	<p>_____ в переводе с английского включает такие определения как «служба, услуга, обслуживание, эксплуатация» и др.</p> <p>Ответ: сервис</p>
24.	<p>_____ совокупность отраслей хозяйства, продукция которых выступает в виде услуг.</p> <p>Ответ введите словосочетанием</p> <p>Ответ: Сфера обслуживания</p>
25.	<p>_____ физическое лицо, имеющий намерение приобрести либо приобретающий или использующий товары, работы услуги исключительно для личных целей, не связанных с извлечением прибыли</p> <p>Ответ: Потребитель</p>
26.	<p>_____ – постоянные покупатели или заказчики; лица, пользующиеся услугами адвоката, нотариуса и т.п.</p> <p>Ответ: Клиенты</p>

Кейс задание

27. Чем в наше время в России обусловлено преобладание удельного веса сферы услуг над удельным весом производственной сферы: ростом производства в России, ростом производительности труда, спадом производства или спадом производительности труда?

Ответ: спадом производительности труда

28. Ситуация 1 Цель работы: сформировать представление о процессе принятия решения индивидуальным потребителем о покупке и основных этапах этого процесса. Мы часто совершаем разнообразные покупки. Для принятия решения о некоторых покупках нам требуется много времени, некоторые покупки совершаются достаточно быстро. Вспомните ситуацию приобретения Вами дорогостоящего и недорогого товара. Сравните свои ощущения и поведение в том и другом случае. Вопросы и задания:

1. Опишите схему ваших действий при принятии решения о покупке какого-то товара? Какие характеристики товара вы будете принимать во внимание?

2. Опишите конкретную ситуацию и схему принятия решения о покупке

ПК 2.5. Готов выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров

№ задания	Тестовое задание
	Выбрать один ответ
29.	Контактная зона — это: определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы любое место, где производится услуга место, где услуга может храниться
30.	Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности: потребительская (пользовательская) материально-преобразовательная исследовательская
31.	Качество услуг тесно переплетается: со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания со сбалансированным соотношением цены и качества продукции с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия
32.	Одно из ключевых понятий, которое используется при определении сервиса: профессионализм специалист деятельность
33.	Одно из ключевых понятий, которое используется при определении сервиса: потребность профессионализм качество
34.	Одно из ключевых понятий, которое используется при определении сервиса: качество услуга специалист
35.	Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение: престиж комфорт референтные группы
36.	Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей: индивидуальное обслуживание самообслуживание фирменное обслуживание
37.	Характеристика товаров: производство и потребление осуществляются одновременно потребитель участвует в производственном процессе передача собственности
38.	Интеллектуальные потребности — это потребности в: пище образовании самовыражении
39.	Отличительными особенностями услуг являются: неосязаемость услуг незабываемость услуг неразрывность производства и потребления услуги
40.	Форма концентрации производства, предполагающая объединение функционально и технологически разнородных предприятий, которые принадлежат к близким, род-

	ственным отраслям: горизонтальная интеграция вертикальная интеграция диверсификация			
41.	Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем: это отчужденный от производителя результат труда фактически производство совмещено с потреблением это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа			
42.				
43.	Определите, какой из видов сервиса относится к видам сервиса по удовлетворению тех или иных потребностей: послегарантийный сервис базовый сервис предпродажный сервис			
Выбрать несколько ответов				
44.	Пользователь ожидает от приобретения услуги: качества неудобства простоты в процессе потребления			
45.	Воспринимаемый риск может выступать в формах: функциональный риск психологический риск медицинский риск			
46.	В отличие от физического продукта, услуга имеет свои особенности и формы проявления: неосязаемость неотделимость непостоянство			
47.	Базовые критерии сегментации по Ф. Котлеру: демографические поведенческие социальные			
Вставить пропущенное слово				
48.	_____ - комплекс унифицированных, строго последовательных процедур и обязательных правил обслуживания, которые направлены на обеспечение установленного уровня взаимосогласованных параметров качества производимых работ и операций Ответ введите словосочетанием Ответ: стандарт обслуживания			
49.	Сервис _____ связан с подготовкой изделия к представлению потенциальному или реальному покупателю Ответ: Предпродажный			
50.	Сервис _____ охватывает принятые виды ответственности, зависящие от продукции, заключенного договора и политики конкурентов Ответ: Послепродажный			
51.	Вопрос на сопоставление			
52.	Выберите правильное сопоставление			
	1	жесткий сервис	А	включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных усл

			виях работы у данного потребителя
2	мягкий сервис	Б	включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы
3	прямой сервис	В	не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем
4	косвенный сервис	Г	обеспечение производителю максимума возможного от товара в любой ситуации
Ответ: 1-Б; 2-А; 3-Г; 4-В			
53.	Выберите правильное сопоставление		
1	Компьютерные технологии	А	направленные большей частью на получение, хранение и туаллизацию знаний, принятие интеллектуальных решений
2	Информационные технологии	Б	состоят из соответствующего оборудования и программного обеспечения и используются для передачи данных и информации
3	Телекоммуникационные технологии	В	состоят из компьютерных и телекоммуникационных технологий
4	когнитивные технологии	Г	основаны на аппаратном и программном обеспечении и необходимы для хранения и обработки данных и информации
Ответ: 1-Г; 2-В; 3-Б; 4-А			

Кейс-задания

54. Ситуация 1

Цель работы: сформировать представление об особенностях услуг и особенностях инвестирования в сервисной деятельности.

Важнейшим направлением развития сферы услуг является повышение качества обслуживания. Вместе с тем, повышение качества сервисных продуктов и развитие сервисной деятельности требуют привлечения дополнительных инвестиций, в том числе и в развитие информационных технологий.

Вопросы и задания:

1. Опишите основные направления развития информационных технологий сервисного предприятия.
2. Почему в сфере услуг не прослеживается связь между затраченными инвестициями в информационные технологии и производительностью труда?

55. Ситуация 2

Цель работы: формирование навыка создавать атмосферу доброжелательности и гостеприимства, уметь предотвращать конфликты и правильно действовать в конфликтных ситуациях.

Подача жалобы на обслуживающий сервис или реализуемые продукцию – это законное право потребителя. Пользоваться им или нет – каждый решает сам. Но подача жалобы может негативно отразиться на репутации исполнителя услуги. Вопросы и задания:

1. Какие цели преследуют потребители, подающие жалобы на плохое обслуживание?
2. Какие действия должен в этой ситуации предпринять исполнитель услуги? Как вести себя с недовольным клиентом?

Критерии оценки тестового задания

Балл (интервал баллов)	Критерии освоения компетенций
5	Обучающийся ответил правильно на 85-100% вопросов

4	Обучающийся ответил правильно на 75- 84,99% вопросов
3	Обучающийся ответил правильно на 60-74,99% вопросов
2	Обучающийся ответил правильно менее чем на 0-59,99% вопросов

3.2 Собеседование (вопросы для дифференцированного зачета)

3.2.1 Вопросы для дифференцированного зачета

ПК 1.5. Готов оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли

Номер вопроса	Текст вопроса
56.	Предмет, сущностный характер сервисной деятельности и ее место в структуре общественной практики.
57.	Исторические этапы развития услуг и сервисной деятельности.
58.	Услуги и сервисная деятельность в обществе современного типа.
59.	Развитие услуг и сервисной деятельности в российском обществе.
60.	Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.
61.	Предприятие сферы услуг.
62.	Современное состояние и тенденции развития торговли.
63.	Требования к работнику сервиса.
64.	Характеристика услуг, основные свойства.
65.	Классификация услуг.
66.	Психологические компоненты работника контактной зоны.
67.	Сервисная деятельность как составная часть экономики.
68.	Сервисная деятельность как способ удовлетворения общественных потребностей.
69.	Зависимость сервисной деятельности от географических и демографических факторов.
70.	Сервисная деятельность в структуре хозяйственных отношений.

ПК 2.5. Готов выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров

Номер вопроса	Текст вопроса
71.	Сервисная деятельность в структуре социальных отношений. Сервисная деятельность как часть культуры.
72.	Процесс обслуживания посетителей. Методы и формы обслуживания.
73.	Теория организации обслуживания. Нормативные документы по обслуживанию населения.
74.	Понятие и характеристика «контактной зоны». Взаимоотношения специалиста по сервису и гостя.
75.	Виды сервисной деятельности. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности.
76.	Этическая культура сервиса. Культура общения работника сервиса с гостями.
77.	Этическая культура сервиса. Этикет работника «контактной зоны».
78.	Организационно-техническая культура сервиса. Совершенствование процесса оказания услуг.
79.	Психологическая культура сервиса. Психология процесса обслуживания.
80.	Проблемы качества и безопасности услуг в практике современного сервиса.
81.	Развитие российского предпринимательства в сфере сервиса.

82.	Государственно-правовое регулирование сервисной деятельности и выполнение государством сервисных функций.
83.	Новые виды и направления сферы услуг в российском обществе.
84.	Оценка качества обслуживания с точки зрения потребителей.
85.	Базовое, требуемое и «желаемое» качество обслуживания.
86.	Факторы влияющие на увеличение объема рыночного сектора услуг

Критерии и шкалы оценки собеседования:

Отлично - обучающийся обладает системным взглядом на изучаемый объект

Хорошо - обучающийся обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект

Удовлетворительно - обучающийся обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект

Неудовлетворительно - обучающийся обладает частичными и разрозненными знаниями, только некоторые из которых может связывать между собой

3.3 Задания для практических работ

3.3.1 Тематика практических работ

ПК 1.5. Готов оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли

№ задания	Тематика практических занятий
87.	Анализ видов сервисной деятельности, анализ классификаций услуг, их характеристики
88.	Анализ предприятий, осуществляющих предоставление услуг
89.	Исследование категорий потребителей и особенностей их обслуживания.
90.	Организация общения в «контактной зоне» исполнителя и потребителя услуги. Требования к организации контактной зоны предприятия
91.	Согласование с потребителем вида, формы и объема процесса сервиса.

ПК 2.5. Готов выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров

№ задания	Тематика практических занятий
92.	Диверсификация, комбинирование, видоизменение и совершенствование сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими, религиозными и иными традициями и запросами клиентов.
93.	Инновационные технологии в сервисе

Критерии оценки практических заданий:

Оценка «5» (отлично) выставляется за работу, выполненную полностью, без ошибок;

Оценка «4» (хорошо) выставляется за работу, выполненную полностью, но если в ней имеется не более двух негрубых ошибок и одного недочета или не более трех-четырёх недочетов;

Оценка «3» (удовлетворительно) выставляется за работу, в которой правильно выполнено не менее 1/2 всего объема;

Оценка «2» (плохо) выставляется за работу, в которой правильно выполнено менее 1/2 всего объема или материал изложен бессистемно.

3.3.2 Теоретические вопросы для домашней работы (творческий проект):

ПК 1.5. Готов оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли

№ задания	Темы творческого проекта
94.	Организация деятельности гостиничного комплекса.
95.	Организация деятельности туристского агентства.
96.	Организация деятельности ночного клуба.
97.	Организация деятельности детского развивающего центра.
98.	Организация деятельности детского развлекательного центра.
99.	Организация деятельности дачного отеля.
100.	Организация деятельности компьютерного клуба

ПК 2.5. Готов выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров

101.	Организация деятельности Велнесс-центра.
102.	Организация сервисной деятельности фитнес-студии.
103.	Организация сервисной деятельности санаторно-оздоровительного комплекса
104.	Организация сервисной деятельности рыболовно-охотничьего клуба.
105.	Организация сервисной деятельности спортивно-оздоровительного центра.
106.	Организация сервисной деятельности круизного лайнера.
107.	Организация сервисной деятельности услуг индустрии красоты в гостиничном комплексе.
108.	Организация сервисной деятельности SPA-салона.
109.	Организация сервисной деятельности фитнес-студии.
110.	Организация сервисной деятельности студии визажа.
111.	Организация сервисной деятельности косметического центра.
112.	Организация сервисной деятельности курортного отеля.
113.	Организация сервисной деятельности центра моды и стиля.

Критерии оценки домашнего задания (творческого проекта)

Параметр (Баллы)

Студент правильно сформулировал цели и задачи творческого проекта, проанализировал современное состояние и перспективы развития выбранной сферы услуг, предложил оптимальный набор основных и дополнительных услуг для организации сервисной деятельности рассматриваемой организации, представил материально-техническое, технологическое и организационное обеспечение процесса предоставления услуг, выделил необходимость выполнения показателей качества сервисной деятельности, предложил маркетинговую политику предприятия по привлечению и формированию постоянного клиента - 5 баллов.

Студент правильно сформулировал цели и задачи творческого проекта, проанализировал современное состояние и перспективы развития выбранной сферы услуг, предложил набор основных и дополнительных услуг для организации сервисной деятельности рассматриваемой организации, представил материально-техническое, технологическое и организационное обеспечение процесса предоставления услуг, выделил необходимость выполнения отдельных показателей качества сервисной деятельности, предложил мар-

кетинговую политику предприятия по привлечению и формированию постоянного клиента - 4 балла.

Студент правильно сформулировал цели и задачи творческого проекта, проанализировал современное состояние и перспективы развития выбранной сферы услуг, обосновал оптимальный набор основных и дополнительных услуг для организации сервисной деятельности рассматриваемой организации, представил не достаточное материально-техническое, технологическое и организационное обеспечение процесса предоставления услуг, выделил необходимость выполнения не всех показателей качества сервисной деятельности, предложил маркетинговую политику предприятия по привлечению и формированию постоянного клиента - 3 балла.

Студент не правильно сформулировал цели и задачи творческого проекта, проанализировал современное состояние и перспективы развития выбранной сферы услуг, не предложил оптимальный набор основных и дополнительных услуг для организации сервисной деятельности рассматриваемой организации, представил материально-техническое, технологическое и организационное обеспечение процесса предоставления услуг, не выделил необходимость выполнения показателей качества сервисной деятельности, предложил не достаточно мероприятий маркетинговой политики предприятия по привлечению и формированию постоянного клиента - 2 балла.

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

Процедуры оценивания в ходе изучения дисциплины знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, регламентируются положениями:

- П ВГУИТ 2.4.03 Положение о курсовых экзаменах и зачетах;
- П ВГУИТ 4.1.02 Положение о рейтинговой оценке текущей успеваемости.

Для оценки знаний, умений, навыков обучающихся по дисциплине применяется рейтинговая система. Итоговая оценка по дисциплине определяется на основании определения среднеарифметического значения баллов по каждому заданию и с учетом написания контрольной работы.

Оценка по дисциплине выставляется в зачетную ведомость по результатам работы в семестре после выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных рабочей программой дисциплины (с отметкой «отлично», «хорошо» или «удовлетворительно») и получении по результатам тестирования по всем разделам дисциплины не менее 60 %.

4.1. Уровни освоения компетенций

Оценки «отлично» и «хорошо» соответствуют повышенному уровню сформированности компетенций, оценка «удовлетворительно» соответствует «базовому» уровню сформированности компетенций, оценка «неудовлетворительно» - свидетельствует о том, что компетенция не освоена.

5. Матрица соответствия результатов обучения, показателей, критерием и шкал оценки

Результаты обучения (на основе обобщенных компетенций)	Предмет оценки (продукт или процесс)	Показатель оценки	Критерии оценивания сформированности компетенций	Шкала оценивания	
				Академическая оценка	Уровень освоения компетенции
ПК 1.5. Готов оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли					
Знать: Принципы классификации услуг оптовой и розничной торговли и их характеристик, Классификацию видов и основные формы, технологии и методы ведения процессов сервиса оптовой и розничной торговли	Результаты тестирования	Эффективность поиска необходимой информации по предложенным вопросам перспектив развития современного общества	Обучающийся ответил правильно на 85-100% вопросов	5	Освоена на повышенном уровне
			Обучающийся ответил правильно на 75- 84,99% вопросов	4	Освоена на повышенном уровне
			Обучающийся ответил правильно на 60-74,99% вопросов	3	Освоена на базовом уровне
			Обучающийся ответил правильно менее чем на 0-59,99% вопросов	2	Не освоена
	Собеседование (дифференцированный зачет)	Правильность, лаконичность и полнота ответов на поставленные вопросы	Обучающийся обладает частичными и разрозненными знаниями, только некоторые из которых может связывать между собой	2	Не освоена / недостаточный
			Обучающийся обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	3	Освоена / базовый
			Обучающийся обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	4	Освоена / повышенный
Уметь: Разрабатывать технологии ведения процессов основных и дополнительных услуг оптовой и розничной торговли	Отчет по практическим работам	Знание современного состояния и перспектив развития современного общества	Обучающийся правильно, лаконично и полностью определил набор необходимых показателей, сделал необходимые выводы	5	Освоена на повышенном уровне
			Обучающийся правильно определил необходимые показатели, сделал необходимые выводы	4	Освоена на повышенном уровне

			Обучающийся правильно определил некоторые из необходимых показателей, сделал принципиальные выводы	3	Освоена на базовом уровне
			Обучающийся не умеет определять экономические показатели	2	Не освоена
	Домашнее задание (творческий проект)	Правильность, лаконичность и полнота ответов на поставленные вопросы	Студент правильно сформулировал цели и задачи творческого проекта, проанализировал современное состояние и перспективы развития выбранной сферы услуг, предложил оптимальный набор основных и дополнительных услуг для организации сервисной деятельности рассматриваемой организации, представил материально-техническое, технологическое и организационное обеспечение процесса предоставления услуг, выделил необходимость выполнения показателей качества сервисной деятельности, предложил маркетинговую политику предприятия по привлечению и формированию постоянного клиента,	5	Освоена на повышенном уровне
			Студент правильно сформулировал цели и задачи творческого проекта, проанализировал современное состояние и перспективы развития выбранной сферы услуг, предложил набор основных и дополнительных услуг для организации сервисной деятельности рассматриваемой организации, представил материально-техническое, технологическое и организационное обеспечение процесса предоставления услуг, выделил необходимость выполнения отдель-	4	Освоена на повышенном уровне

			ных показателей качества сервисной деятельности, предложил маркетинговую политику предприятия по привлечению и формированию постоянного клиента,		
			Студент правильно сформулировал цели и задачи творческого проекта, проанализировал современное состояние и перспективы развития выбранной сферы услуг, не обосновал оптимальный набор основных и дополнительных услуг для организации сервисной деятельности рассматриваемой организации, представил не достаточное материально-техническое, технологическое и организационное обеспечение процесса предоставления услуг, выделил необходимость выполнения не всех показателей качества сервисной деятельности, предложил маркетинговую политику предприятия по привлечению и формированию постоянного клиента,	3	Освоена на базовом уровне
			Студент не правильно сформулировал цели и задачи творческого проекта, проанализировал современное состояние и перспективы развития выбранной сферы услуг, не предложил оптимальный набор основных и дополнительных услуг для организации сервисной деятельности рассматриваемой организации, представил материально-техническое, технологическое и организационное обеспечение процесса предоставления услуг, не выделил необходимость выполнения показателей каче-	2	Не освоена

			ства сервисной деятельности, предложил не достаточно мероприятий маркетинговой политики предприятия по привлечению и формированию постоянного клиента,		
ПК 2.5. Готов выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров					
Знать: Классификацию потребностей Методы определения потребностей, формирования спроса и стимулирования сбыта товаров.	Результаты тестирования	Эффективность поиска необходимой информации по предложенным вопросам перспектив развития современного общества	Обучающийся ответил правильно на 85-100% вопросов	5	Освоена на повышенном уровне
			Обучающийся ответил правильно на 75- 84,99% вопросов	4	Освоена на повышенном уровне
			Обучающийся ответил правильно на 60-74,99% вопросов	3	Освоена на базовом уровне
			Обучающийся ответил правильно менее чем на 0-59,99% вопросов	2	Не освоена
	Собеседование (дифференцированный зачет)	Правильность, лаконичность и полнота ответов на поставленные вопросы	Обучающийся обладает частичными и разрозненными знаниями, только некоторые из которых может связывать между собой	2	Не освоена / недостаточный
			Обучающийся обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	3	Освоена / базовый
			Обучающийся обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	4	Освоена / повышенный
			Обучающийся обладает системным взглядом на изучаемый объект	5	Освоена / повышенный
Уметь: Выявлять потребности потребителей, определять типы маркетинговых исследований для обеспечения целей	Отчет по практическим работам	Знание современного состояния и перспектив развития современного общества	Обучающийся правильно, лаконично и полностью определил набор необходимых показателей, сделал необходимые выводы	5	Освоена на повышенном уровне
			Обучающийся правильно определил необходимые показатели, сделал необходимые выводы	4	Освоена на повышенном уровне

организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров			Обучающийся правильно определил некоторые из необходимых показателей, сделал принципиальные выводы	3	Освоена на базовом уровне
			Обучающийся не умеет определять экономические показатели	2	Не освоена
	Домашнее задание (творческий проект)	Правильность, лаконичность и полнота ответов на поставленные вопросы	Студент правильно сформулировал цели и задачи творческого проекта, проанализировал современное состояние и перспективы развития выбранной сферы услуг, предложил оптимальный набор основных и дополнительных услуг для организации сервисной деятельности рассматриваемой организации, представил материально-техническое, технологическое и организационное обеспечение процесса предоставления услуг, выделил необходимость выполнения показателей качества сервисной деятельности, предложил маркетинговую политику предприятия по привлечению и формированию постоянного клиента,	5	Освоена на повышенном уровне
			Студент правильно сформулировал цели и задачи творческого проекта, проанализировал современное состояние и перспективы развития выбранной сферы услуг, предложил набор основных и дополнительных услуг для организации сервисной деятельности рассматриваемой организации, представил материально-техническое, технологическое и организационное обеспечение процесса предоставления услуг, выделил необходимость выполнения отдель-	4	Освоена на повышенном уровне

			ных показателей качества сервисной деятельности, предложил маркетинговую политику предприятия по привлечению и формированию постоянного клиента,		
			Студент правильно сформулировал цели и задачи творческого проекта, проанализировал современное состояние и перспективы развития выбранной сферы услуг, не обосновал оптимальный набор основных и дополнительных услуг для организации сервисной деятельности рассматриваемой организации, представил не достаточное материально-техническое, технологическое и организационное обеспечение процесса предоставления услуг, выделил необходимость выполнения не всех показателей качества сервисной деятельности, предложил маркетинговую политику предприятия по привлечению и формированию постоянного клиента,	3	Освоена на базовом уровне
			Студент не правильно сформулировал цели и задачи творческого проекта, проанализировал современное состояние и перспективы развития выбранной сферы услуг, не предложил оптимальный набор основных и дополнительных услуг для организации сервисной деятельности рассматриваемой организации, представил материально-техническое, технологическое и организационное обеспечение процесса предоставления услуг, не выделил необходимость выполнения показателей каче-	2	Не освоена

			ства сервисной деятельности, предложил не достаточно мероприятий маркетинговой политики предприятия по привлечению и формированию постоянного клиента,		
--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

