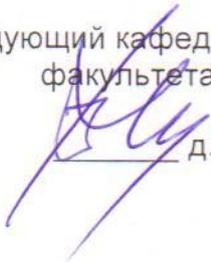


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой Рекламы и дизайна
факультета журналистики


д.ф.н., проф. В.В. Тулупов

24.05.2018г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

ОП.06 Сервисная деятель

Код и наименование дисциплины, междисциплинарного курса, практики, ГИА

42.02.01 Реклама

Код и наименование специальности

профиль подготовки - гуманитарный

Профиль подготовки (технический, естественнонаучный, социально-экономический, гуманитарный)

квалификация выпускника - специалист по рекламе

Квалификация выпускника

форма обучения - очная

Форма обучения

Учебный год: 2018/2019

Семестр(ы): 6

Рекомендована: НМС факультета журналистики

(Наименование рекомендующей структуры)

протокол от 24.05.2018 № 5

Составители ФОС: Тулупов В.В., канд.фил.наук, доцент кафедры рекламы и дизайна
факультета журналистики

2018г.

Паспорт фонда оценочных средств **ОП.06. Сервисная деятельность**

Фонд оценочных средств разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 «Реклама», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама» и в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины ОП.06 «Сервисная деятельность»

ФОС включает контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме тестов, докладов, билетов.

ФОС разработаны на основании положений:

1. П ВГУ 0.0.30 – 2015 Положение об ученом совете факультета /института/ филиала ВГУ
2. П ВГУ 2.2.04 – 2016 Положение о формировании фонда оценочных средств для аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального образования Воронежского государственного университета
3. П ВГУ 2.2.01 – 2015 Положение о порядке организации и осуществления образовательной деятельности, текущей, промежуточной и итоговой аттестации по основным профессиональным образовательным программам среднего профессионального образования в Воронежском государственном университете

1. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения:

В результате изучения ОП.06. Сервисная деятельность обучающийся должен знать:

- содержание ключевых понятий сервисной деятельности («услуга», «сервис», «клиент», «потребитель», «исполнитель», «самообслуживание», «порядок оказания услуги», «организация обслуживания», «сервисные технологии», «индивидуальные формы обслуживания»),
- основные подходы понимания и описания поведения исполнителя и потребителя в процессе сервисной деятельности;
- о теоретических и эмпирических законах удовлетворения потребностей другого человека, способах и средствах оказания услуг, о месте сервиса в жизнедеятельности человека, о способах практического применения знаний в области сервисной деятельности.

В результате изучения ОП.06. Сервисная деятельность обучающийся должен уметь:

- ориентироваться в современной научно-методической и публицистической литературе по осваиваемой специальности;
- общаться и выстраивать отношения с людьми различного возраста и социального уровня;
- применять полученные знания к объяснению процессов, происходящих в социуме;
- организовать свою учебную и научную деятельность;
- проявить коммуникативную культуру и профессиональный такт при общении с людьми и решении текущих вопросов.

Результатом освоения программы учебной дисциплины является овладение обучающимся общими (ОК) компетенциями:

Код компетенции	Содержательная часть компетенции
ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК-3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК-5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК-8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК-9	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности
ОК-10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ПК-4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей
ПК-4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт

2. Условия аттестации: аттестация проводится в форме письменного экзамена по завершению освоения учебного материала.

Время аттестации:

подготовка 20 мин. ;
 выполнение 3 часа 25 мин. ;
 оформление и сдача 15 мин. ;
 всего 4 часа 00 мин.

3. Программа оценивания контролируемой компетенции:

Текущая аттестация	Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины и их наименование*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства**

1	Раздел 1. Теоретические и методологические основы сервисной деятельности	ОК-1, ОК-4, ПК-4.1, ПК-4.3	Реферат
2	Раздел 2. Организация сервисной деятельности	ОК-2, ОК-3, ОК-9	Тест 1
3	Раздел 3. Качество услуг	ОК-5, ОК-8, ОК-10,	Тест 2
Итоговая аттестация – дифференцированный зачет			Комплект КИМ

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра рекламы и дизайна
(наименование кафедры)

Вопросы к тесту 1

по дисциплине Сервисная деятельность
(наименование дисциплины)

1. Какая функция присуща сфере услуг?
 - когнитивная
 - экономическая
 - перцептивная
2. Какую концепцию развития человеческого общества предлагал К. Маркс:
 - цивилизационную
 - постиндустриальную
 - формационно-стадиальную
3. Какая характеристика не входит в определение услуги:
 - неологичность
 - неосвязаемость
 - непостоянство качества
 - недолговечность
 - неотделимость от источника
4. Какие явления не входят в категорию «внешних влияний»?
 - культура
 - референтные группы
 - эмоции
 - статистические характеристики
5. Согласно базовой модели организации сферы услуг, в видимую часть организации не входят:
 - технологическое ядро
 - обслуживающий персонал
 - физическое окружение
 - потребители
6. В практической психологии социальная дистанция включает расстояние от клиента в:
 - 0 — 45 см
 - 45 — 120 см
 - 120 — 400 см
 - 400 — 750 см
7. Системная матрица сервиса не содержит:

- защищенное ядро
- полный контакт
- ограниченный контакт
- удаленную поддержку

8. Производство в «Обобщенной модели производственного процесса» включает в себя:

- материалы
- оборудование
- продукцию
- комплектующие изделия

9. По мысли К. Гронруза техническое качество определяется:

- тем, как потребитель получает услуги при взаимодействии с сервисной фирмой
- тем, что потребители получают при взаимодействии с сервисной фирмой
- тем, где потребители получают услугу при взаимодействии с сервисной фирмой

10. Объектами стандартизации являются:

- нормы, правила и требования
- продукция
- услуги

Критерии оценки:

оценка **«отлично»** выставляется студенту, если он правильно ответил на 90% и более вопросов;

оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если он правильно ответил на 70-89% вопросов;

оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если он правильно ответил на 50-69% вопросов;

оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если он правильно ответил менее, чем на 50%.

Вопросы к тесту 2

по дисциплине Сервисная деятельность
(наименование дисциплины)

1. Жизненный цикл продукта/услуги состоит из
 - разработки продукта
 - роста
 - вырождения
 - спада

2. В базовые критерии сегментации по Ф. Котлеру не входят:
 - психографические
 - когнитивные
 - демографические

3. В основные задачи системы сервиса не входит:
 - консультирование клиентов
 - подготовка персонала
 - предпродажная подготовка
 - бесплатное постгарантийное обслуживание

4. Деятельность любой организации по производству товаров и услуг строится по определенной системе не должна содержать:
 - административную подсистему
 - функциональную подсистему
 - производственную подсистему
 - подсистему обеспечения работы подсистем

5. Верно ли, что главной задачей фэсилити-менеджмента экономия средств при эксплуатации объектов инфраструктуры:
 - да
 - нет

6. Эргономика не состоит из:
 - макроэргономики
 - наноэргономики
 - микроэргономики
 - мидиэргономики

7. Информационные технологии в сфере услуг включают:
 - технологии системы распознавания образов
 - технологии корпоративной работы

- технологии базы данных систем управления
- технологии индивидуальной работы

8: Процесс разработки услуги согласно модели Шуинга-Джонсона содержит следующие стадии:

- направление
- разработку
- испытание
- модификацию
- освоение рынка

9. Верно ли утверждение, что фундамент корпоративного миджа организации включает корпоративную философию, истори-легенду, адресную направленность?

- да
- нет

10. Этап прямого государственного регулирования этических воззрений в истории России XX века проходил:

- до 1917 года
- в 1920-е годы
- в 1930-80е годы
- в 1990-е годы
- в 2000-е годы

Критерии оценки:

оценка **«отлично»** выставляется студенту, если он правильно ответил на 90% и более вопросов;

оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если он правильно ответил на 70-89% вопросов;

оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если он правильно ответил на 50-69% вопросов;

оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если он правильно ответил менее, чем на 50%.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра рекламы и дизайна
(наименование кафедры)

Темы рефератов

по дисциплине Сервисная деятельность
(наименование дисциплины)

1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека
2. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.
3. Специфика услуги как товара.
4. Ценность услуги.
5. Особенности поведения потребителей и процесса принятия ими решений.
6. Система маркетинга услуг
7. Процесс контакта между клиентом и исполнителем.
8. Основные методы предоставления услуги.
9. Управления этапами жизненного цикла сопутствующих услуг.
10. Принципы гарантийного обслуживания.
11. Внутреннее обслуживание организации. Фэсилити-мэнеджмент..

Критерии оценки:

- оценка **«отлично»** выставляется студенту, если он продемонстрировал владение терминологическим аппаратом, отличное знание литературных источников, умение обобщать и систематизировать теоретический материал, грамотно цитирует источники, аргументировано излагает свою точку зрения по проблеме;

- оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если он продемонстрировал владение терминологическим аппаратом, знание основных литературных источников, умение обобщать теоретический материал, цитировать источники, однако испытывает некоторые затруднения при аргументированном изложении своей точки зрения по проблеме;

- оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если он слабо владеет терминологическим аппаратом, использовал ограниченное количество литературных источников, плохо обобщает теоретический материал, цитирование источников сводит к пересказу опубликованного, не приводит свою точку зрения по проблеме;

- оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если содержание реферата не соответствует теме.

Фонд оценочных средств к итоговой аттестации

Вопросы

1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека
2. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.
3. Специфика услуги как товара.
4. Ценность услуги.
5. Особенности поведения потребителей и процесса принятия ими решений.
6. Теория организации обслуживания.
7. Контактная зона.
8. Основные методы предоставления услуги и формы обслуживания.
9. Качество обслуживания и производительность.
10. Общероссийские стандарты качества.
11. Жизненный цикл услуги.
12. Стратегические направления и конкурентоспособность.
13. Сервис как компонент продажи товаров.
14. Техническое обслуживание и ремонт. Эволюция организаций технических услуг.
15. Внутреннее обслуживание организации. Фэсилити-менеджмент.
16. Новые технологии в сфере услуг.
17. Разработка и создание новых услуг.
18. Имидж фирмы.
19. Деловая этика.
20. Своды и кодексы как средства позитивного регулирования предпринимательской деятельности

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту за исчерпывающий ответ на все вопросы. При отличном ответе студент должен: обнаружить глубокое знание предмета; уверенно владеть материалом; продемонстрировать интерес к предмету, проявляющийся в сообщении на экзамене информации, выходящей за пределы лекций и учебника.

- оценка «хорошо» выставляется студенту за ответ, обнаруживающий хорошее знание материала. При ответе в освещении теоретических вопросов могут содержаться отдельные неточности; студент недостаточно уверенно владеет материалом; студент ответил не на все дополнительные вопросы; знание предмета ограничено материалами лекций и учебника.

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту за ответ, обнаруживающий слабое владение материалом. При таком ответе студент демонстрирует неточное и неполное изложение экзаменационного билета, но понимает суть излагаемого; не отвечает на дополнительные вопросы; слабо владеет материалом даже в рамках лекций и учебника.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту за ответ, обнаруживающий полное незнание материала; непонимание задаваемых вопросов.

Форма контрольно-измерительного материала

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой Рекламы и дизайна
факультета журналистики

_____ д.ф.н., проф. В.В. Тулупов

24.05.2018г.

Направление подготовки / специальность 42.02.01 Реклама
шифр, наименование

Дисциплина **ОП. 06 Сервисная деятельность**

Форма обучения очное

очное, очно-заочное, заочное

Вид контроля дифференцированный зачет

экзамен, зачет;

Вид аттестации промежуточная

текущая, промежуточная

Контрольно-измерительный материал № 1

1. Стратегии создания конкурентных преимуществ.
2. Определение ценности услуги.

Преподаватель _____ В. В. Тулупов
подпись расшифровка подписи