Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат 02AA015500B9B277974BD4E8E7991CCA59
Владелец АНО ВО "УИФР"
Действителен с 08.04.2025 по 08.07.2026

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм
Направленности (профиль) программы: Туризм
Форма промежуточной аттестации: экзамен

Дисциплина: Сервисная деятельность

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

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Сервисная деятельность» у обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, основная образовательная программа «Туризм», оцениваются компетенции, формирующиеся в процессе освоения образовательной программы

Выпускник программы должен обладать следующими компетенциями*:

– ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности.

*Примечание: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм.

2. **Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.**

Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с основной профессиональной образовательной программой вуза. В качестве показателей рассматриваются результаты освоения дисциплины, выраженные через знания, умения и владения (таблица 1).

В таблице 2 приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования с указанием критериев их оценивания. Во втором столбце таблицы приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования в соответствии с обозначенным критерием.

Таблица 1 – Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования с точки зрения результатов освоения дисциплины.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в из-	ИДК-ОПК-3 Обеспечивает требуемое качество процессов оказания услуг в сфере туризма	Знать: теоретические основы сервисной деятельности. Уметь: систематизировать и обобщать сервисную информацию, выявлять возможности ор-

бранной сфере профессиональной деятельности		ганизовывать сервисные процессы в сфере туризма. Владеть: навыками применения методов сервисной деятельности, ее оценки в сфере туризма

Таблица 2 – Критерии и шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Критерии оценивания компетенций	**Шкала оценивания**
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине, способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что позволит ему в дальнейшем развить такие качества умственной деятельности, как глубина, гибкость, критичность, доказательность. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний теоретических основ сервисной деятельности, владеет некоторыми умениями стратегического анализа системы связей хозяйствующих субъектов, что позволит ему в дальнейшем развить практические умения в данном направлении профессиональной деятельности.	Пороговый (обязательный)
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал глубокие прочные знания и развитые практические умения и навыки, может сравнивать, оценивать и выбирать методы решения заданий, работать целенаправленно, используя связанные между собой формы представления информации. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал знание теоретических положений в области сервисной деятельности, анализа стратегий и стратегического планирования, практические умения и навыки анализа и исследований на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы.	Повышенный
Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что студент способен обобщать и оценивать информацию, полученную на основе исследования нестандартной ситуации; использовать сведения из различных источников, успешно соотнося их с предложенной ситуацией. Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что у студента сформированы системные знания в области стратегического планирования, необходимые для решения конкретных задач, связанных с сервисной дея-	Продвинутый

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
тельностью, с разработкой и осуществлением стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности; практические умения и навыки анализа и интерпретации информации, содержащейся в плановых документах и отчетности организаций различных правовых форм, публично-правовых образований, а также использования полученных сведений для планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов). Студент способен систематизировать и обобщать информацию по вопросам сервисной деятельности, обосновывать выбор метода для решения задач в области профессиональной деятельности.	

3. **Оценочные средства для проведения текущего контроля освоения дисциплины**

Примерный перечень заданий для подготовки презентаций / мультимедиа сообщений / докладов на коллоквиуме и т.п.:

1. Сервис как общественное и экономическое явление
2. Социальные предпосылки сервисной деятельности
3. Роль сервисной деятельности в социально-экономическом развитии страны
4. Структура и виды сервисной деятельности
5. Сервисная деятельность как процесс удовлетворения потребностей
6. Услуга как специфический продукт сервисной деятельности
7. Основы организации сервисной деятельности
8. Специфика оказания различных услуг в сервисной деятельности
9. Основы организации рабочих мест в индустрии моды и красоты
10. Организация обслуживания потребителей услуг
11. Способы и формы организации обслуживания оказания услуг
12. Основные правила обслуживания населения
13. Качество услуг и обслуживание
14. Культура обслуживания как базовый элемент качества обслуживания
15. Эффективность сервисной деятельности
16. Этика и психология сервисной деятельности
17. Особенности профессионального поведения в сфере сервиса
18. Этика и психология взаимоотношений в трудовом коллективе и в общении с потребителем

19. Специфика межличностного общения работников сервисных организаций и потребителей в процессе оказания услуги.

20. Основные психологические принципы взаимоотношения с клиентом.

21. Виды конфликтов и способы их разрешения

22. Особенности сервисной деятельности в отдельных отраслевых группах услуг.

23. Понятие «услуга» и ее место в сервисной деятельности.

24. Функции сферы услуг.

25. Структура сферы услуг

26. Классификации типов и видов услуг.

27. Социальные предпосылки возникновения и развития сферы сервиса.

28. Место сервиса в постиндустриальном обществе.

29. Понятие «сервисное общество».

30. Становление и развитие науки о сервисе - сервисологии.

31. Этапы развития сферы услуг в России.

32. Эволюция понятий «товар» и «услуга».

33. Определение ценности услуги.

34. Определение потребительской среды в сфере услуг.

35. Клиенты сферы услуг и их потребности.

36. Факторы, влияющие на покупательское поведение клиентов сферы услуг.

37. Контактная зона и ее характеристики.

38. Работа с жалобами потребителей услуг.

39. Принципы эффективного решения конфликтных ситуаций.

40. Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания.

41. Понятие «качество обслуживания».

42. Методы определения показателей качества оказания услуг.

43. Стратегии создания конкурентных преимуществ, основанных на высоком уровне обслуживания.

44. Разработка и создание новых услуг.

45. Жизненный цикл услуги.

46. Подходы к определению содержания и восприятия деловой этики и социальной ответственности в сфере услуг.

47. Проблемы морально-этических качеств руководителя.

48. Своды и кодексы как средства позитивного регулирования предпринимательской деятельности в сфере услуг.

Примерный комплекс разноуровневых заданий (на основе практической ситуации) / практических ситуационных заданий):

Задание 1. Дать описание этико-психологического типа потребителя.

Вариант 1. «Квадрат»

Вариант 2. «Треугольник»

Вариант 3. «Круг»

Вариант 4. «Зигзаг»

Вариант 5. «Прямоугольник»

Задание 2. Выявить потребности клиентов в следующих ситуациях

Гостиница

Вам необходимо забронировать номер в гостинице для ваших друзей из Екатеринбурга. Это семья: муж, жена и двое детей (мальчики 3 и 11 лет). Приезжают на следующей неделе и будут проживать 3 дня.

Ресторан

Вы намереваетесь поужинать в ресторане вам нужен столик на двоих в зоне для некурящих. Вы вегетарианец и предпочитаете безалкогольные напитки.

Медицинская компания

Вы намереваетесь пройти диагностику состояния вашего здоровья с целью выявления проблемных зон и последующего лечения.

Туристское агентство

Вы с семьей планируете поехать на отдых на 2 недели.

Семья состоит из 4 человек: вы, супруг(а) и двое детей (девочки) в возрасте 14 лет. Вы предпочитаете пляжный отдых с элементами экскурсионной программы.

Агентство недвижимости

Вы намереваетесь приобрести 3-комнатную квартиру в центре города. Площадь предполагаемого жилья должна быть 70 - 100 кв. м. Необходимыми условиями являются наличие и детской площадки.

Задание 3.

Привести пример объекта стандартизации в области стандартизации услуг.

Привести пример объекта сертификации в сфере сертификации услуг.

Задание 4. Опишите конфликтную ситуацию на сервисном предприятии, в которой Вы или Ваши близкие принимали участие. Укажите свою роль в конфликте (потребитель или работник сервисного предприятия). В Вашем отчёте должно быть отражено:

1. Название и местонахождение сервисного предприятия, оказываемые им услуги (наименование услуги, её классификация - материальная или социально-культурная; социальная или платная). Контактная зона и её оформление на данном сервисном предприятия. Причина Вашего обращения в сервисное предприятие;

2. Повод для возникновения конфликта. Причина конфликта (невыполнение заказа в срок, некачественное исполнение услуги; поведение участников конфликта, в том числе анализ собственного поведения; участие администратора);

3. Исход конфликта («полная победа» одной из сторон, компромиссное решение, остались «на исходных позициях», была ли сделана отметка в жалобной книге сервисного предприятия, состоялось ли обращение в суд).

Назовите примерное количество людей, кроме участников семинара, которым Вы (Ваши близкие) рассказали о произошедшем конфликте и их реакцию;

4. Ваши предложения сервисному предприятию по устранению подобных конфликтных ситуаций в будущем.

Примерные вопросы для подготовки к семинарским занятиям:

1. Дайте своё определение понятия «гостеприимство».

2. Почему техники быстродействия («манипуляций», «убеждающего предложения») не оправдывают возложенных на них ожиданий и зачастую не работают?

3. Где потребитель скорее рискует столкнуться с неэтичным обращением: в сфере обслуживания или в производственной сфере? Почему?

4. Что общего и в чём различие между двумя понятиями «гостеприимство» и «этикет»?

5. Перечислите основные принципы «Золотого стандарта» гостеприимного сервиса.

6. Сформулируйте основные законы гостеприимства.

7. Приведите примеры из своего опыта (рассказов друзей, знакомых, родных), иллюстрирующие четыре типа обмена.

8. Приведите примеры из личного опыта гостеприимного и негостеприимного поведения сотрудников сервисных организаций

9. Какие социальные потребности у человека вы можете назвать?

10. Перечислите наиболее важные правила общения персонала с клиентами.

11. Каким стандартам гостеприимства должны следовать все работники гостиницы?

12.Что относят к навыкам профессионального общения?

13. В чём, по вашему мнению, состоят психологические проблемы персонала?

14. Назовите известные вам способы привлечения новых клиентов.

15. Опишите систему оценки удовлетворённости клиента.

16. Какую роль играет аудит качества обслуживания?

17. Какое значение имеет анализ качества обслуживания?1. Почему в сервисных процессах могут возникать недостатки, приводящие к недовольствам гостей?

18. Какие действия может предпринять неудовлетворённый гость?

19. Какие факторы влияют на нежелание гостей подавать жалобу?

20. Какова последовательность действий сотрудников при разрешении проблемы гостя?

21. Объясните, почему так важно работать с жалобами клиентов?

22. Дайте определение эмпатического (активного) слушания.

23. Перечислите приёмы и этапы эмпатического слушания.

24. В чём заключается суть проактивного поведения?

25. Дайте определения понятию «конфликтоген».

26. Перечислите известные вам конфликтогены.

27. Сформулируйте правила бесконфликтного общения.

28. Перечислите возможные стратегии поведения в конфликте, их достоинства и недостатки.

29. Какие преимущества дает стратегия «сотрудничества»?

30. Перечислите методы разрешения конфликтов, используемые в гостеприимстве.

31. Дайте определение понятия «этическая защита».

32. Перечислите функции этической защиты.

33. Перечислите основные методы этической защиты

Примерный перечень заданий для поиска, анализа и систематизации информации:

Задание 1. Дать определение услуги, материальной услуги (привести три примера, отличающиеся от приведённых в ГОСТ Р 50646-94), социально-культурной услуги (привести три примера, отличающиеся от приведённых в ГОСТ Р 50646-94). Чем отличается время обслуживания от времени исполнения услуги?

Задание 2. Опишите существующие технические документы на услуги.

Задание 3. Для выбранной Вами социально-культурной услуги приведите показатели её качества и возможные методы определения качества услуги.

Примерный перечень заданий для подготовки к деловым / сюжетно-ролевым / имитационным играм:

Задание 1. Ситуации для деловой игры «Агрессивный клиент»

Ситуация 1.

Вы – клиент компании, занимающейся продажей автомобилей. Вчера вы забрали с диагностики и ремонта свой автомобиль «LEXUS RX 350». Причина, по которой вы обратились в компанию, заключалась в том, что на панели загорался чек «двигатель». Два дня автомобиль был на диагностике и вчера его вернули в исправном состоянии. В подробности вы не вдавались, но менеджер объяснил, что причина неисправности была в датчике. Вы заплатили 3 500 рублей в кассу и поехали домой в г. Соликамск. Подъезжая к г. Березники, вы заметили, что чек «двигатель» снова загорелся. Сегодня утром вы завели автомобиль, а на панели снова светится символическое изображение двигателя. Вы позвонили в компанию, где накануне забрали автомобиль, но безрезультатно (либо «занято», либо «не отвечает»). Отменив две важные встречи, вы направились в Пермь!!!

Ситуация 2.

Вы – клиент компании, осуществляющей продажу и обслуживание автомобилей. Вчера вы забрали с ТО свой автомобиль «_____». Сегодня утром, отъезжая со стоянки, вы обнаружили маслянистое пятно под автомобилем.

На работе вы уже ни о чём не могли думать, кроме как о поломке и во время обеденного перерыва вы заглянули под автомобиль. Каково же было ваше негодование, когда вы обнаружили вместо пятна лужу масла. Вы пытались дозвониться в компанию, но безрезультатно. Номер все время был занят. Поэтому вы отпросились с работы после обеда и приехали в компанию на такси (поскольку опасаетесь ехать на неисправном автомобиле) выяснить, в чём де-

ло?!

Задание 2. Ситуации для ролевых игр «Разрешение проблем гостя»

Ситуация 1

Сотрудник

Вы – администратор гостиницы 4*. В гостинице очень высокая загрузка в связи с массовыми мероприятиями, проходящими в городе. Горничные не успевают убирать номера.

Сейчас 11:45, вы за стойкой администратора и к вам подходит гость с подтверждением о бронировании номера в гостинице. Сегодня в 11:30 выехали 60 человек. Номера еще не убраны, а все остальные заняты.

Ваша задача: разрешить ситуацию таким образом, чтобы гость остался доволен, и не пострадала репутация гостиницы.

Гость

Вы забронировали номер в гостинице 4* две недели назад. Сейчас 12:00, вы подходите к стойке администратора этой гостиницы с подтверждением о брони.

Ситуация 2

Сотрудник

Вы – новый сотрудник ресторана 5*. Вы работаете в должности официанта всего лишь неделю. К вам приходит постоянный клиент, но вы его ещё никогда не видели. Он вам говорит: «Всё как обычно».

Ваша задача: разрешить ситуацию таким образом, чтобы гость остался доволен, и не пострадала репутация ресторана.

Гость

Вы – постоянный клиент ресторана 5*. Вы приходите в ресторан после неудачной деловой встречи. Вас всё раздражает, вы не хотите общаться и пришли в этот ресторан пообедать только потому, что здесь уже знают все ваши привычки, и никому ничего объяснять не нужно. Поэтому, когда официант подошел к вам с меню, то вы сказали ему: «Мне всё как обычно».

Ситуация 3

Сотрудник

Кинотеатр «М», вы проверяете билеты на входе в зал, но случайно вы оторвали билет не на этот сеанс, клиенты сами перепутали билеты. Они обнаружили проблему, когда стали искать свои места в зрительном зале и поняли,

что билеты на другой фильм. Ваша задача: разрешить ситуацию таким образом, чтобы гость остался доволен, и не пострадала репутация кинотеатра.

Гость

Вы пришли в кинотеатр со своей подругой. Вы редко ходите в кино в силу своей большой загруженности на работе.

Кроме того, ваш начальник отпустил Вас на 30 минут раньше с работы при условии, что вы выкупите билеты на завтрашний сеанс для его семьи. Вы выполнили поручение и с чистой совестью направились вместе с подругой в зрительный зал. По дороге вы бурно обсуждали проблемы личной жизни и, подойдя к контролёру на входе, случайно отдали билеты начальника. Контролёр оторвала контроль и пожелала приятного просмотра.

Проблему вы обнаружили только в зрительном зале, когда искали свои места. Вы возмущены ошибкой контролёра и подходите к нему для решения проблемы!

Ситуация 4

Сотрудник

Вы работаете администратором в гостинице 4*. Гость, который живёт в вашей гостинице, пытается провести своего друга к себе в номер с ночёвкой. Правилами гостиницы это не запрещено, однако у друга нет паспорта при себе (другого удостоверения личности тоже нет), и вы не имеете права пропустить его. Ваша задача: разрешить ситуацию таким образом, чтобы гость остался доволен, и не пострадала репутация гостиницы.

Гость

Вы – постоянный клиент гостиницы 4* и в очередной раз остановились в ней. Сегодня днём вы встретили своего старого приятеля на конференции, которая проходила в помещении Пермской ярмарки. Вы с приятелем давно не виделись и решили пригласить его к себе в номер гостиницы, чтобы побольше пообщаться (возможно, и с ночёвкой). Однако возле стойки администратора выяснилось, что у приятеля нет при себе документа, удостоверяющего его личность, а без этого администратор не имеет права пропустить вашего гостя. Ваша задача – уговорить.

Ситуация 5

Сотрудник

Вы работаете администратором в гостинице. На текущий момент в гостинице нет ни одного свободного номера. Сейчас ваша смена и вы на рабочем месте за стойкой администратора. К вам подходит гость и предъявляет письмо с

подтверждением о бронировании. Оказывается, он забронировал номер в гостинице еще месяц назад. Он требует заселить его. Это недоразумение произошло по вине одного из сотрудников гостиницы. Ваша задача: разрешить ситуацию таким образом, чтобы гость остался доволен, и не пострадала репутация гостиницы.

Гость

Вы забронировали в гостинице номер месяц назад. Гостиница отправила вам подтверждение о том, что номер забронирован. Однако у стойки выясняется, что по каким-то причинам свободных номеров в гостинице нет. Вы возмущены, и настаиваете на разрешении проблемы.

Ситуация 6

Сотрудник

Вы работаете администратором в гостинице 4*. Гость вечером попросил вас сдать его брюки в прачечную, но так получилось, что именно в этот вечер не было сотрудника прачечной, и вы решили постирать брюки гостя самостоятельно в стиральной машине. После того как брюки высохли, они стали как минимум на 3 размера меньше (ткань дала усадку). Гость требует вас вернуть ему брюки в том виде, в котором он их отдавал вам. Ваша задача: разрешить ситуацию таким образом, чтобы гость остался доволен, и не пострадала репутация гостиницы.

Гость

Вы остановились в гостинице 4*. У вас сегодня важная встреча, к которой вы готовились несколько месяцев. Вы продумали всё до мелочей, в том числе и костюм. Прибыв в гостиницу, вы обнаружили, что в чемодане во время перелета сломался тюбик с кремом для обуви, и краска попала на брюки от костюма. Вы в надежде на помощь обратились к администратору гостиницы, и он(а) вас уверил(а), что к утру всё будет в порядке. За три часа до встречи администратор приносит вам брюки в номер и приносит извинения за случившееся. Выясняется, что брюки были постираны в стиральной машине, после чего ткань дала усадку, и надеть их теперь не представляется возможным.

Ситуация 7

Сотрудник

Вы – сотрудник аэропорта «Большое Савино». Сегодня к вам обратилось несколько пассажиров, прибывших рейсом из Киева. Все жалобы были по поводу багажа: оторванные ручки сумок, вскрытые замки, повреждена обивка чемоданов, и т. д.

Сейчас к вам подходит очередной пассажир с видимыми признаками вскрытого чемодана и недовольным выражением лица.

Ваша задача: разрешить ситуацию таким образом, чтобы гость остался доволен, и не пострадала репутация аэропорта.

Гость

Вы прилетели в Пермь в аэропорт «Большое Савино» рейсом из Киева. Когда вы получили свой багаж, то пришли в ужас! Упаковка была нарушена и из чемодана торчали вещи. С намерением выяснить, в чём дело, вы направляетесь к представителю аэропорта.

Ситуация 8

Сотрудник

Вы работаете в ресторане 5* официантом. Гостю не понравилось блюдо, он зовёт вас и начинает высказывать своё недовольство громко на весь зал. Ваша задача: разрешить ситуацию таким образом, чтобы гость остался доволен, и не пострадала репутация ресторана.

Гость

Вы пришли в ресторан 5* со своей подругой и заказали самые дорогие блюда из меню. Когда вам принесли запечённое мясо, то вы не смогли разрезать его ножом. Вы возмущены такой наглостью и зовёте официанта.

Ситуация 9

Сотрудник

Вы – менеджер туристской фирмы. К вам в офис пришел турист, который только что вернулся из поездки в Турцию. Он недоволен качеством питания в отеле и тем, что гостиничный номер, в котором он жил, был не с видом на море, как вы ему обещали.

Гость

Вы купили путевку в Турцию в туристской фирме «М».

Менеджер показал вам фотографии нескольких отелей, и вы выбрали один из них с условием, что номер будет с видом на море.

Когда вы прибыли на место отдыха, то вас поселили в номере с видом на парковую зону. Кроме того, питание в ресторане отеля было отвратительным на ваш вкус.

Ситуация 10

Сотрудник

Вы – администратор в крупном торговом центре. К вам за стойку пришел очень любопытный покупатель, который задаёт очень много вопросов. Вам совершенно некогда отвечать на его вопросы, которые не касаются вашей работы. Ваша задача: разрешить ситуацию таким образом, чтобы гость остался доволен, и не пострадала репутация торгового центра.

Гость

Вы впервые в крупном торговом центре. Вам здесь всё интересно и всё удивляет. У вас очень много вопросов к администратору центра, и вы подходите к стойке, чтобы получить ответы на них.

Ситуация 11

Сотрудник

Вы работаете бортпроводником на воздушном судне.

Сегодня ваш экипаж выполняет рейс по маршруту Пермь – Сочи. Ваш самолет в воздухе уже 1,5 часа. Только что командир корабля сообщил, что впереди гроза и самолёт может попасть в зону турбулентности. Очень нервный пассажир начинает паниковать и кричать. Ваша задача: разрешить ситуацию таким образом, чтобы гость остался доволен, и не пострадала репутация авиакомпании.

Гость

Вы ужасно боитесь авиаперелётов, но вынуждены постоянно летать по служебной необходимости. Сегодня уже третий перелёт за эту неделю, и вы ужасно напряжены. Только что командир корабля предупредил о том, что впереди гроза и самолёт может попасть в зону турбулентности. Ваши нервы на пределе.

Ситуация 12

Сотрудник

Вы – инструктор группы туристов, которые совершают пеший тур по Вишерскому заповеднику. Один из ваших туристов уже несколько раз чуть не сорвал график движения по маршруту. В первый день его невозможно было разбудить утром, и в этой связи группа вышла на маршрут с опозданием на 1,5 часа. Во второй раз он не соглашался нести снаряжение группы, из-за этого все задержались на 30 минут. А сейчас он отказывается идти после привала, ссылаясь на усталость. Ваша задача: разрешить ситуацию таким образом, чтобы гость остался доволен, и не пострадала репутация вашей фирмы.

Гость

Вы впервые отправились в пеший тур со своими друзьями, которые и уговорили вас. Оказалось, что на маршруте всё не так весело и заманчиво, как

описывали ваши друзья. Оказалось, что такой отдых сопряжён с ежеминутной физической нагрузкой. Вы не предполагали, что утренний подъём будет так рано (в 5:30), что нужно нести тяжёлое снаряжение и отдых на привалах будет столь непродолжительным. И вот, сейчас, когда вы еще не успели дожевать обед, инструктор сообщает, что пора выходить, ваши силы и нервы на исходе!

Примерный перечень заданий для проектирования и моделирования различных компонентов профессиональной деятельности:

Задание 1. Описать действия сотрудника сервисной организации в различных конфликтных ситуациях.

Ситуация 1. Потребитель звонит в офис по телефону с претензиями по поводу совершенной им туристической поездки.

Ситуация 2. Потребитель пришел с жалобой после предварительного звонка. После правильно проведенного телефонного разговора он готов к тому, что ему в любом случае постараются помочь, что его неприятности не безразличны для фирмы.

Ситуация 3. В офис неожиданно ворвался разгневанный потребитель.

Ситуация 4. Имеющий претензию потребитель приглашен в офис для переговоров.

Задание 2. Гостеприимный подход в разрешении конфликтных ситуаций.

Ситуация: недовольные гости (клиенты гостиниц) обращаются к генеральному директору сети отелей с жалобой на действия сотрудников.

Задание: примите решение, как если бы вы были генеральным директором этой сети.

Пример 1.

Группа туристов заехала в один из болгарских отелей уровня «четыре звезды». В процессе регистрации выясняется, что проводится смена канализационной системы на одном из этажей отеля. В итоге гостям предложено размещение в трёхместных номерах, вместо двухместных, которые были обещаны турфирмой по договору с гостиницей.

Пример 2.

В одном из отелей Антальи руководитель гостиницы выселяет за несколько дней до окончания отдыха группу туристов из России, аргументируя это тем, что русские туристы непотребно себя вели в течение прошедших дней отдыха. Буквально на следующий день в номерах, которые занимали туристы из России, расселяется группа немецких туристов.

Пример 3.

В одном из номеров отеля Афин повесили новую автоматическую сушилку для рук. Турист из Франции в многочисленных попытках разобраться с принципом работы новой техники в итоге сломал аппарат. Вызвав представителя инженерно-технической службы, турист и дежурный по этажу выясняют, что аппарат ремонту не подлежит. Администрация отеля требует от туриста возмещения ущерба в размере $1200.

Пример 4.

Пожилая туристка из Канады заказала завтрак к себе в номер.

Официант через пять минут принёс в номер полноценный и горячий завтрак. Женщина заплатила чаевые официанту и приготовилась к завтраку. Однако официант потребовал от гостьи оплаты завтрака наличными. У гостьи не оказалось наличных денег, и она предложила официанту оплату с помощью пластиковой карты. Официант в течение 10 минут пытался решить возникшую проблему. В итоге выяснилось, что возможна оплата по безналичному расчету. Вроде бы проблема решена. Но женщина казалась расстроенной, а предоставленный ей завтрак уже остыл.

Пример 5.

Семейная пара с ребенком приобрела путевку в Турцию с размещением в отеле «пять звёзд». При размещении сотрудник службы приёма отеля сказал туристам, что их придётся разместить в аналогичном номере, расположенном в другом крыле отеля. Забронированный супругами номер оказался занят другой семьёй. Супруги, не подозревая подвоха, соглашаются на предложенный вариант. Однако в итоге выясняется, что вместо номера с видом на море, супруги получают номер с выходом во двор, где активно ведется строительство нового корпуса отеля.

Супруги в течение 10 дней отдыха наслаждались не видом на море, а видом строительных лесов, грохотом строительной техники и запахом строительной пыли.

Примерный перечень заданий для терминологического диктанта:

… - совокупность потребительских характеристик услуги, придающих ей способность удовлетворить конкретную потребность.

… - относительная мера качества услуги, определяемая сравнением ее потребительских характеристик с потребительскими характеристиками лучшей продукции конкурентов.

… - система эталонных трудовых норм, высоких духовных ценностей и этики поведения, принципы которой согласуются как с национальными и религиозными традициями страны, так и с современными требованиями мировых

стандартов обслуживания и отражают качественное обслуживание потребителей.

… - прямой договор с зарубежной фирмой – производителем на выполнение определенного спектра услуг по гарантийному техническому обслуживанию бытовой технике данного типа (модели).

… - сотрудники компании, результативность деятельности которых напрямую связана с эффективным общением с клиентами и партнерами.

… - деятельность исполнителя услуги, проходящая при непосредственном контакте с потребителем.

… - совокупность требований и норм нравственности по отношению к работникам сервисных фирм, которые в обязательном порядке должны быть реализованы в процессе выполнения ими своих служебных обязанностей.

… - временные выезды (путешествия) граждан из мест постоянного проживания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.

… - гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 ч до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки.

… - временные выезды граждан из мест постоянного проживания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период менее 24 ч и без ночевки в посещаемой стране (месте) временного пребывания.

… - путешествия с использованием активных способов передвижением, организуемые туристами самостоятельно.

… - организация или индивидуальный предприниматель, осуществляющие на основании лицензии деятельность по формированию, продвижению и реализации тура.

… - организация или индивидуальный предприниматель, осуществляющие на основании лицензии деятельность по продвижению и реализации тура.

… - о освоенная и используемая в лечебно-профилактических целях особо охраняемая природная территория, располагающая природными лечебными ресурсами и необходимыми для их эксплуатации зданиями, и сооружениями, включая объекты инфраструктуры.

… - совокупность операций и процессов по предоставлению услуг размещения посетителям и система рациональных приемов использования зданий, сооружений, оборудования гостиниц.

4.3 Задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, практического опыта, характеризующих формирование компетенций в процессе освоения образовательной программы и дисциплины, в ходе промежуточной аттестации

Задание по уровню освоения компетенции «Знать»

1. Культура сервисной деятельности
2. Принципы современного сервиса
3. Виды и разновидности услуг и сервисной деятельности
4. Алгоритм возникновения новой услуги
5. Классификация предприятий сервиса
6. Сущностные особенности сервисных организаций
7. Репутация и имидж сервисного предприятия, организации
8. Персонал сервисной организации
9. Основные направления работы с персоналом сферы сервиса
10. Личностный потенциал сотрудника сервисной организации
11. Требования к персоналу сферы сервиса
12. Культура деятельности персонала сферы сервиса
13. Типологии потребителей услуг
14. Социально- культурные характеристики потребителей, их влияние на сервисное поведение
15. Социально-демографические характеристики потребителей
16. Социально-психологические характеристики и поведение потребителей
17. Контактная зона сервисного предприятия
18. Процесс личной продажи: особенности сервисной коммуникации. Стадии личной продажи услуги
19. Прием потребителя и установление отношений как первая стадия личной продажи
20. Выявление проблем и возможность снять озабоченность потребителя конкретной услугой на второй стадии личной продажи
21. Третья стадия личной продажи – презентация услуги
22. Преодоление возможных возражений потребителя
23. Осуществление продажи и последующий контакт с потребителем
24. Отличительные признаки и структура сервисного взаимодействия потребителя и исполнителя услуги в процессе предоставления услуги
25. Степень вовлеченности как характеристика сервисного взаимодействия

26. Факторы удовлетворенности предоставлением услуги

27. Факторы неудовлетворенности потребителя как результат разрывов в политике сервисной организации

28. Взаимодействие с потребителем после завершения предоставления услуги

29. Конфликты в сфере сервиса и их разрешение

30. Порядок образования сервисной организации

31. Внедрение инноваций и новых видов услуг

32. Использование информационных технологий для совершенствования сферы сервиса

Задания по уровню освоения компетенции «Уметь»

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:
опрос, профессионализм, качество;
услуга, спрос, специалист;
деятельность, потребность и услуга.

2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
исследовательская;
потребительская (пользовательская);
ценностно-ориентационная.

3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:
бронирование номеров;
прием и размещение;
расчет при выезде.

4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:
рекламные услуги;
организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
психодиагностику.

5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:
уровень развития экономики и хозяйственная система;
мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;
общественные структуры: политические партии.

6. В чем заключается неосязаемость услуги:

процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;

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.

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:

спрос;

потребность;

мотивация.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

неразрывность производства и потребления услуги;

несохраняемость услуг;

незабываемость услуг.

9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:

определенный способ предоставления услуг заказчику;

предоставление информации клиенту;

оказание услуги клиенту.

10. Сервисная деятельность – это:

активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;

управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);

продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

11. Услуга обладает следующими качествами:

способность к хранению и транспортировке;

неотделимость от своего источника;

неизменностью качества.

12. К некоммерческим услугам относят:
услуги предприятий туризма и отдыха;
услуги организаций общественного питания;
услуги благотворительных фондов.

13. Целью сервисной деятельности является:
удовлетворение человеческих потребностей;
исследование рынка услуг;
производство услуг.

14. Контактной зоной не является:
зона ремонта бытовой техники;
рабочее место парикмахера;
рабочее место стоматолога.

15. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:
бесконтактным;
формальным;
бесплатным.

16. Физические потребности - это потребности в:
в общественной деятельности,
во сне;
в творческой деятельности.

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:
бесконтактное обслуживание;
фирменное обслуживание;
неформальное обслуживание.

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:
поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.

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.

0 – 45см;

45 – 120 см;

120 – 400 см.

20. Франчайзинг - это:

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 разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества;

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

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

социальный статус;

выгода;

мотив.

22. Характеристика услуг:

неопределенность качества;

могут накапливаться;

передача собственности.

23. Характеристика товаров:

неоднородность;

индивидуальность;

осязаемость.

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

включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);

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;

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:

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

соответствие техническим условиям и стандартам:

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

Задания по уровню освоения компетенции «Владеть навыками»

Вариант 1.

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

жилищно-коммунальные услуги;

научно-исследовательские услуги;

услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги;

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

материально-преобразовательная;

исследовательская;

потребительская (пользовательская);

3. Какие из перечисленных услуг ресторана относятся к вспомогательным?

Резервирование столиков;

Вызов такси;

Кондиционирование воздуха;

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

материально-преобразовательной деятельности;

познавательной деятельности;

ценностно-ориентационной деятельности;

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

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

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.

6. Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это:

контактная зона;

зал ожидания;

комната для посетителей.

7. В чем заключается несохраняемость услуг:

процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;

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.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

неосязаемость услуг;

неразрывность производства и потребления услуги;

незабываемость услуг.

9. Обслуживание это:

деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги;

оказание услуги потребителю;

комплекс мер по обслуживанию населения.

10. Сервис — это:

это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг;

любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой;

предпродажное и гарантийное обслуживание.

11. Производственные услуги – это:

услуги банков, страховых компаний;

инжиниринг, обслуживание оборудования, лизинг;

пассажирский транспорт, торговля, образование.

12. Услуги по регистрации транспортных средств являются:

государственными;

идеальными;

смешанными.

13. Контактная зона – это:

любое место, где производиться услуга;

место, где услуга может храниться;

определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы.

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

поиск понимания;

призыв к совести;

жалоба.

15. Социальные потребности - это потребности в:

в самовыражении;

в познании,

в жилье.

16. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

обслуживание на дому;

индивидуальное обслуживание;

письменное обслуживание.

17. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.

реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке,

реакция на покупку.

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.

0 – 45см;

45 – 120 см;

120 – 400 см.

19. Франчайзинг - это:

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

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.;

20. Качество услуг тесно переплетается:

с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия;

со сбалансированным соотношением цены и качества продукции;

со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания.

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:
референтные группы;
комфорт;
престиж.

22. Характеристика услуг:
деятельность, процесс;
производство, хранение и распределение отделено от потребления;
получает только один покупатель единожды.

23. Характеристика товаров:
потребитель участвует в производственном процессе;
производство и потребление осуществляются одновременно;
передача собственности.

24. Виды сервиса по содержанию работ. Мягкий сервис - это:
включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
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;
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:
разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;
соответствие техническим условиям и стандартам;
продукт человеческой деятельности.

Вариант 2

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

бытовые услуги;
услуги грузового и пассажирского транспорта, связи;
управленческие услуги;

2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
исследовательская;
потребительская (пользовательская);
коммуникативная (общение).

3. Что такое трансфер?
Покупка и доставка билетов;
Встреча и проводы;
Экскурсионные услуги.

4.Выделите два главных уровня сервиса в познавательной деятельности:
эмпирический и теоретический;
оценочный и информационный;
аналитический и экспертный.

5. Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:
потребность в уважении, физиологические потребности, потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо);
потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности.
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:
индустрия сферы услуг;
инфраструктура сферы услуг;
индустрия сервиса.

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

это отчужденный от производителя результат труда;

это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа;

фактически производство совмещено с потреблением.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

неразрывность производства и потребления услуги;

несохраняемость услуг;

незабываемость услуг.

9. Сфера обслуживания населения – это:

совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению;

деятельность предприятий и организаций, направленная на удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристских и экскурсионных услугах;

деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.

10. Услуга – это:

любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо;

осязаемые действия, направленные на товар или человека;

это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группа или организациями.

11. Общественными услугами являются:

телевидение, радио, образование;

услуги, связанные с досугом;

услуги, связанные с транспортом.

12. К легитимным услугам относят:

нелегальные услуги;

услуги, имеющие криминальный оттенок;

услуги, одобряемые государством и обществом.

13. Контактной зоной может считаться:
стойка администратора в гостинице;
цех по ремонту оборудования;
строительная площадка.

14. Период времени, в течение которого потребитель взаимодействует с исполнителем услуги это:
нормативное время;
время обслуживания;
ресурсное время.

15. Одной из сущностных отличий услуги от товара является:
различие мест хранения;
более высокая стоимость;
совмещение производства и потребления.

16. Интеллектуальные потребности - это потребности в:
образовании;
в самовыражении;
в пище.

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:
самообслуживание;
фирменное обслуживание;
индивидуальное обслуживание.

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:
осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку;
реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку;
поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.

19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Социальная дистанция - формальные встречи в общественных местах...

120 – 400см;

45 – 120 см;

400 - 750см.

20. Франчайзинг - это:

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.

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:

социальный статус;

культура;

престиж

22. Характеристика услуг:

потребитель участвует в производственном процессе;

производство, хранение и распределение отделено от потребления;

передача собственности.

23. Характеристика товаров:

потребитель участвует в производственном процессе;

индивидуальность;

передача собственности.

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

включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);

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;

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:

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

соответствие техническим условиям и стандартам;

продукт человеческой деятельности.

Ключ для проверки правильности выполнения тестовых заданий. Уметь

№ вопроса	***1***	***2***	***3***	***4***	***5***	***6***	***7***	***8***	***9***	***10***
Ответ	C	C	A	B	C	C	C	B	A	A

№ вопроса	***11***	***12***	***13***	***14***	***15***	***16***	***17***	***18***	***19***	***20***
Ответ	B	C	A	A	A	B	A	B	A	A

№ вопроса	***21***	***22***	***23***	***24***	***25***
Ответ	A	A	C	A	A

Ключ для проверки правильности выполнения тестовых заданий. Владеть навыками. Вариант 1

№ вопроса	***1***	***2***	***3***	***4***	***5***	***6***	***7***	***8***	***9***	***10***
Ответ	B	A	B	C	B	A	C	A	A	A

№ вопроса	***11***	***12***	***13***	***14***	***15***	***16***	***17***	***18***	***19***	***20***
Ответ	B	A	C	C	A	A	C	B	C	C

№ вопроса	***21***	***22***	***23***	***24***	***25***
Ответ	A	A	C	B	B

Ключ для проверки правильности выполнения тестовых заданий. Владеть навыками. Вариант №2

№ вопроса	***1***	***2***	***3***	***4***	***5***	***6***	***7***	***8***	***9***	***10***
Ответ	C	C	B	B	C	C	C	B	A	C

№ вопроса	*11*	*12*	*13*	*14*	*15*	*16*	*17*	*18*	*19*	*20*
Ответ	A	C	A	B	C	A	A	A	A	A

№ вопроса	*21*	*22*	*23*	*24*	*25*
Ответ	C	A	C	C	B

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины, в ходе промежуточной аттестации

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны на основе подхода В.П. Беспалько. Задания фонда оценочных средств представлены в трех взаимосвязанных блоках.

Первый блок – задания на уровне «знать», в которых очевиден способ решения, усвоенный студентом при изучении дисциплины. Задания этого блока выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно».

Второй блок – задания на уровне «знать» и «уметь», в которых нет явного указания на способ выполнения, и студент для их решения самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач. Результаты выполнения этого блока оцениваются с учетом частично правильно выполненных заданий.

Третий блок – задания на уровне «знать», «уметь», «владеть». Он представлен кейс-заданиями, содержание которых предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы студент мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая знания из разных дисциплин. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее, как правило, из описания реальной практической ситуации или ситуации, приближенной к практике. Выполнение студентом кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления умения анализировать конкретную информацию, прослеживать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения. В отличие от первых двух блоков задания третьего блока носят интегральный (summative) характер и позволяют формировать нетрадиционный способ мышления, характерный и необходимый для современного человека. Решение студентами подобного рода нестандартных практико-ориентированных заданий свидетельствует о степени влияния процесса изучения дисциплины на формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС.

Оценивание знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, осуществляется с помощью следующей модели оценки вы-

полнения типовых заданий и практико-ориентированных задач, которая позволяет установить соответствие между результатом выполнения заданий ФОС обучающимся (студентом) и уровнем обученности по шкале оценивания (таблица 3).

Таблица 3 – Модель оценки выполнения заданий ФОС

Цифровое выражение	Словесное выражение	Описание
5	Отлично (зачтено)	всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, усвоивший основную литературу и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой
4	Хорошо (зачтено)	полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности
3	Удовлетворительно (зачтено)	знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, выполняет практические задания, предусмотренные программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, но допускает погрешности в ответе и при выполнении заданий, обладая при этом необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
2	Неудовлетворительно (не зачтено)	пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допущение студентом принципиальных ошибок 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.

Данная модель, являясь студентоцентрированной, позволяет сфокусировать внимание на результатах каждого отдельного студента. Предложенные показатели оценки результатов обучения позволяют сделать выводы об уровне обученности каждого отдельного студента и дать ему рекомендации для дальнейшего успешного продвижения в обучении.

Предложенный фонд оценочных средств может быть использован для оценки результатов обучения отдельного студента, а также для выборки студентов направления подготовки.