

АНПОО «Колледж международного туризма, экономики и права»

УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа

_____ Онуфриенко А.Ф.

«_____» _____ 2024 г.

**КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.02 «СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ И
ГОСТЕПРИИМСТВЕ»**

Специальность

**43.02.16 Туризм и гостеприимство
(код и наименование специальности)**

Форма обучения

Очная

Улан-Удэ

2024

1. Общие положения

Комплект контрольно-оценочных средств (КОС) предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу общепрофессионального цикла ОП.02 Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве.

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

КОС разработаны на основании положений:

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

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

- рабочей программы учебной дисциплины ОП.02 Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве.

Контрольно-оценочные средства является неотъемлемой частью рабочей программы.

Данный фонд оценочных средств включает:

а) фонд текущей аттестации:

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

б) фонд промежуточной аттестации:

- вопросы к зачету/экзамену.

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

Объектами оценивания выступают:

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

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

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

№ п / п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируем ой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Раздел 1. Теоретические основы сервисной деятельности	ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09 ПК1.1, ПК 1.2	Рефераты, практические задания, тестирование, дифференцированный зачет.
2	Раздел 2. Организация сервисной деятельности	ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09 ПК1.1, ПК 1.2	Рефераты, практические задания, тестирование, дифференцированный зачет.
3	Раздел 3. Психологическая культура сервисной деятельности	ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09 ПК1.1, ПК 1.2	Рефераты, практические задания, тестирование, дифференцированный зачет.
4	Раздел 4. Реклама в сервисной деятельности	ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09 ПК1.1, ПК 1.2	Рефераты, практические задания, тестирование, дифференцированный зачет.

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

- проводить поиск в различных поисковых системах;
- использовать различные виды учебных изданий;
- применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины;
- описывать методы мониторинга рынка услуг;
- воспроизводить правила обслуживания потребителей услуг
- соблюдать требования законов РФ в части защиты прав потребителей и продажи услуг

Производить координацию работы
сотрудников службы предприятия
туризма и гостеприимства
Использовать технику переговоров,
устного общения, включая
телефонные переговоры

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

истории и теории в сфере туризма и гостеприимства,

классификаций услуг и сервиса;

методов мониторинга рынка услуг;

правил обслуживания потребителей услуг.

- технологический цикл обслуживания гостей.

Законодательство Российской Федерации в сфере туризма и гостеприимства

Основы трудового законодательства Российской Федерации

Основы организации, планирования и контроля деятельности сотрудников

Теория межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии

Оказывать первую помощь Цены на туристские продукты и отдельные туристские и

дополнительные услуги Ассортимент и характеристики

предлагаемых туристских услуг Программное обеспечение

деятельности туристских

организаций

Этику делового общения

Основы делопроизводства

Предметом оценки являются умения и знания. Контроль и оценка осуществляются с использованием следующих форм и методов: - для текущего контроля – практические и самостоятельные работы, - для промежуточной аттестации – дифференцированный зачёт.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование личностных результатов:

ЛР6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.

ЛР7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.

ЛР9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.

ЛР12 Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.

ЛР13 Выполняющий профессиональные навыки в сфере туристской индустрии

ЛР22 Готовый к эффективной деятельности в рамках выбранной профессии, обладающий наличием трудовых навыков

ЛР23 Соблюдающий Устав и правила внутреннего распорядка, сохраняющий и преумножающий традиции и уклад колледжа, владеющий знаниями об истории колледжа, умеющий транслировать положительный опыт собственного обучения

ЛР 24 Соблюдающий этические нормы общения

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

Список вопросов к дифференцированному зачету

1. Понятие услуги. Свойства услуги
2. Типы услуг: производственные, распределительные, профессиональные, потребительские, общественные
3. Классификация услуг по принципам: вещественности или невещественности, материальные и нематериальные, стандартизированные и творческие, производственные и непроизводственные, коммерческие и некоммерческие, чистые и смешанные, идеальные и реальные, легитимные и нелегитимные, личностные и безличные, простые и сложные и т.д.
4. Рынок услуг и его особенности. Покупательский риск в сфере услуг
5. Маркетинговая среда предприятия сервис
6. Сегментирование рынка услуг
7. Сервис как деятельность. Основные задачи современного сервиса: консультирование, подготовка персонала и покупателя, передача необходимой технической документации, доставка изделия, приведение изделия в рабочее состояние, оперативная поставка запасных частей, сбор и систематизация информации, формирование постоянной клиентуры

рынка.

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

36. Нормативно-правовая база: ФЗ, Правила, система ГОСТов

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

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

30. Комплекс услуг. Дополнительные услуги

Тест 1

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:

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

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

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

3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:

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

4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:

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

5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:

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

6. В чем заключается неосвязаемость услуги:

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

7. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к

деятельности по устранению данного противоречия, это:

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

8. Отличительными особенностями услуг являются:

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

9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:

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

10. Сервисная деятельность – это:

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

11. Услуга обладает следующим качествами:

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

12. К некоммерческим услугам относят:

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

13. Целью сервисной деятельности является:

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

14. Контактной зоной не является:

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

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

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

16. Физические потребности это потребности:

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

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

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

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- а) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке. б) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.
- в) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.

19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния.

Интимное расстояние - общение близких или хорошо знакомых людей

- а) 0 – 45см;
- б) 45 – 120 см
- в) 120 – 400 см

20. Франчайзинг это:

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

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- а) социальный статус б) выгода
- в) мотив

22. Характеристика услуг:

- а) неопределенность качества б) могут накапливаться
- в) передача собственности

23. Характеристика товаров:

- а)

- неоднородность б)
- индивидуальность
- в) осязаемость

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

Основные сходства:

- а) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;
- б) соответствие техническим условиям и стандартам;
- в) требует многих ресурсов, таких как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила и энергия

Тест 2

1. Загрузка гостиницы зависит от:

- а) сезона
- б) экономической ситуации в стране
- в) политической ситуации в стране
- г) все варианты ответов

2. К предприятиям специализированного обслуживания туристов относятся:

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

3. Платные гостиничные услуги:

- а) Побудка
- б) Заказ билетов в театр
- в) Предоставление комплекта посуды в номер
- г) Услуги прачечной

4. Что НЕ входит в состав турпродукта?

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

5. Что входит в перечень первичных услуг туристского предприятия?

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

6. Какой из критериев относится к показателям качества?

- а) наличие стоянок
- б) месторасположение

- я в) перевозки
- г) наличие сертификата

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

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

8. Корпоративный тариф – это:

- а) фиксированная
- цена б) цена за
- стойкой
- в) стандартная
- цена г)
- контрактная цена

9. Гарантированное бронирование:

- а) предварительный заказ мест и номеров в гостинице
- б) подтверждение о будущем предоставлении мест в гостинице
- одновременно двум гостям на одну и ту же дату
- в) бронирование со специальным подтверждением отеля о том, что он
- гарантирует клиенту получение им заказанного номера
- г) поселение «от стойки»

10. Основные функции службы приема и размещения:

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

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

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

12. В административную службу входит:

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

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

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

погодных условий

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

а) расположения
отеля б)

«звёздности» отеля

в) квалифицированности персонала

15. Завтрак включает: кофе, чай или горячий шоколад, сахар, сливки (молоко), лимон, два вида повидла, джема или мед, выбор хлебобулочных изделий, масло. По

воскресеньям дополняется холодным яйцом – это:

а) расширенный завтрак

б) континентальный

завтрак в) английский

завтрак

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

а) apart

б)

tabled'hote

в) a la carte

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

а) русский

б)

немецкий

в) американский

18. Служба по предоставлению питания в номер:

а) Room – service

б) ресторанная служба

в) служба приема и размещения (завтрак в номер)

19. Полный пансион – это:

а) двухразовое

питание б) только

завтрак

в) трехразовое питание

20. Бесплатной услугой в гостинице является:

а) бассейн

б) бесплатных услуг

нет в) побудка

Критерии оценки тестов:

Оценка «отлично» правильных ответов - 100 - 90 процентов,
«хорошо» - 90 - 80 процентов
«удовлетворительно» - 80 - 70 процентов
неудовлетворительно» - менее 70 процентов

Список вопросов к экзамену

1. Понятие «услуга». Основные и дополнительные услуги в гостинице. Порядок их предоставления.
2. Правила предоставления сопутствующих услуг в гостинице
3. Организация экскурсионного обслуживания в гостинице
4. Классификация экскурсий
5. Представление услуг сервис-бюро
6. Телекоммуникационные услуги в гостинице
7. Организация транспортных услуг в отеле. Трансфер
8. Фитнес- и СПА-индустрия
9. Гостиничная анимация. Основные понятия. Сущность и назначение гостиничной анимации
10. Типы и виды анимационных программ в сервисе и туризме
11. Особенности работы с туристами разных категорий
12. Понятие и сущность маркетинговых исследований
13. Методика и этапы проведения маркетинговых исследований в гостинице
14. Методы продвижения дополнительных гостиничных услуг
15. Понятие и управление качеством гостиничных услуг
16. Технология работы с постоянными гостями гостиницы
17. SWOT-анализ
18. Функции и структура индустрии развлечений
19. Сегментация досуга и развлечений
20. Организация самостоятельного поиска источников информации по проекту сервисного обслуживания
21. Определение современных тенденций и инновации в области сервиса
22. Организационно-правовые формы в сервисе
23. Принципы качества клиентского сервиса
24. Сервисная деятельность как форма удовлетворения человеческих потребностей
25. Прогрессивные формы обслуживания в сфере туризма
26. Специальные формы обслуживания в сфере туризма
27. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности
28. Основные направления внедрения инновационных технологий в сферу услуг на современном этапе
29. Обслуживание групп клиентов. Корпоративное обслуживание. Работа с VIP клиентами.

Фирменное обслуживание.

30. Мотивация профессиональной деятельности в сервисе

Ответ студента на оценивается одной из следующих оценок: «зачтено» и «незачтено», которые выставляются по следующим критериям.

Оценки «зачтено» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеющий свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой.

Также оценка «зачтено» выставляется студентам, обнаружившим полное знание учебного материала, успешно выполняющим предусмотренные в программе задания, усвоившим основную литературу, демонстрирующие систематический характер знаний по дисциплине и способные к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Наконец, оценкой «зачтено» оцениваются ответы студентов, показавших знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляющихся с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим погрешности в ответе и при выполнении контрольных заданий, не носящие принципиального характера, когда установлено, что студент обладает необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей под руководством преподавателя.

Оценка «незачтено» выставляется студентам, обнаружившим пробелы в знаниях основного учебного материала, допускающим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Такой оценки заслуживают ответы студентов, носящие несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда студент не понимает существа излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что студент не может дальше продолжать обучение или приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

Экзаменационные билеты

Экзаменационный билет № 1

1. Понятие «услуга». Основные и дополнительные услуги в гостинице. Порядок их предоставления
2. Технология работы с постоянными гостями гостиницы Преподаватель:_____

Экзаменационный билет № 2

1. Правила предоставления сопутствующих услуг в Гостинице
2. SWOT-анализ

Преподаватель: _____

Экзаменационный билет № 3

1. Организация экскурсионного обслуживания в гостинице
2. Функции и структура индустрии развлечений Преподаватель: _____

Экзаменационный билет № 4

1. Классификация экскурсий
2. Сегментация досуга и развлечений Преподаватель: _____

Экзаменационный билет № 5

1. Представление услуг сервис-бюро
2. Организация самостоятельного поиска источников информации по проекту сервисного обслуживания

Преподаватель: _____

Экзаменационный билет № 6

1. Телекоммуникационные услуги в гостинице
2. Определение современных тенденций и инновации в области сервиса Преподаватель: _____

Экзаменационный билет № 7

1. . Организация транспортных услуг в отеле. Трансфер
2. Мотивация профессиональной деятельности в сервисе Преподаватель: _____

Экзаменационный билет № 8

1. Фитнес- и СПА-индустрия
2. Организационно-правовые формы в сервисе Преподаватель: _____

Экзаменационный билет № 9

1. Гостиничная анимация. Основные понятия. Сущность и назначение гостиничной анимации
2. Принципы качества клиентского сервиса Преподаватель: _____

Экзаменационный билет № 10

1. Типы и виды анимационных программ в сервисе и туризме
2. Сервисная деятельность как форма удовлетворения человеческих потребностей Преподаватель: _____

Экзаменационный билет № 11

1. Особенности работы с туристами разных категорий
2. Прогрессивные формы обслуживания в сфере туризма Преподаватель: _____

Экзаменационный билет № 12

1. Понятие и сущность маркетинговых исследований
2. Специальные формы обслуживания в сфере туризма Преподаватель: _____

Экзаменационный билет № 13

1 Методика и этапы проведения маркетинговых исследований в гостинице

2 Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности

Преподаватель: _____

Экзаменационный билет № 14

1. Методы продвижения дополнительных гостиничных услуг

2. Основные направления внедрения инновационных технологий в сферу услуг на современном этапе

Преподаватель: _____

Экзаменационный билет № 15

1. Понятие и управление качеством гостиничных услуг

2. Обслуживание групп клиентов. Корпоративное обслуживание. Работа с VIP клиентами. Фирменное обслуживание.