

Задание для группы СТЗБ-291с

Для допуска к экзамену необходимо выполнить контрольную работу. Контрольная работа выполняется на отдельных листах белой бумаги стандартного размера формата А4 с одной стороны. Объем контрольной работы должен составлять от 10 до 20 страниц. Страницы нумеруются арабскими цифрами, номер ставится внизу страницы по центру. Первой страницей считается титульный лист.

Форма оформления титульного листа контрольной работы

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный технический университет» Кафедра «Автомобильные перевозки» Контрольная работа Вариант 5 Выполнил студент группы _____ _____ (Фамилия И.О. обучающегося) Проверил ст.преподаватель, к.э.н. Борисова А.С. Волгоград, 2018 г.
--

Основная часть контрольной работы должна состоять из ответов на вопросы по вариантам. Номер варианта контрольной работы определяется последней цифрой номера зачетной книжки студента от номера «0» до «9».

№ варианта	№ задания
0	4, 11, 21, 31, 41, 60, 70, 80,
1	5, 12, 22, 32, 42, 58, 68, 78,
2	6, 13, 23, 33, 43, 59, 69, 79,
3	7, 14, 24, 34, 44, 57, 67, 77,
4	8, 15, 25, 35, 45, 51, 61, 71,
5	9, 16, 26, 36, 46, 52, 62, 72,
6	10, 17, 27, 37, 47, 53, 63, 73,
7	1, 18, 28, 38, 48, 54, 64, 74,
8	2, 19, 29, 39, 49, 55, 65, 75,
9	3, 20, 30, 40, 50, 56, 66, 76,

Задания для контрольных работ по дисциплине «Сервисная деятельность»

1. Дать определение понятия «сервис» и «услуга».
2. Опишите виды услуг. Рынок услуг.
3. Место и роль сервисного обслуживания на современном этапе развития экономики.
4. Объясните смысл термина «жизненный цикл услуги».

5. Характеристики услуг.
6. Свойства услуги как товара.
7. Три уровня товара и место сервисной деятельности в создании «подкрепления» товару.
8. Иерархия потребностей. Роль сервиса в удовлетворении потребностей.
9. Основные подходы к осуществлению сервиса (самообслуживание, метод поточной линии и индивидуальный подход).
10. Методы определения качества услуги.
11. Индивидуальное обслуживание и самообслуживание. Отличительные черты этих видов деятельности, недостатки и преимущества.
12. Нематериальные и материальные услуги. Социальные услуги.
13. Этикет в сфере обслуживания.
14. Эстетика в сервисе.
15. Контактная зона. Особенности поведения производителей и потребителей услуг.
16. Конкуренция в сфере обслуживания.
17. Конкурентные стратегии на рынке услуг.
18. Оценка конкурентоспособности услуг.
19. Цель анализа конкурентов и значение термина «позиционирование».
20. Реклама в сфере сервиса.
21. Разработка новой услуги. Оценка конкурентоспособности.
22. Показатели качества услуги. Понятие культуры сервиса.
23. Модель качества сервиса основанная на разрыве.
24. Рассмотрение жизненного цикла услуги любого вида сервиса.
25. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности.
26. Правовая база в сфере обслуживания. Закон о защите прав потребителя.
27. Перспективы развития сервиса в России.
28. Сервис за рубежом. Мировые тенденции развития потребления услуг.
29. Назовите основные этапы, которые необходимо пройти фирме при выработке сервисной политики.
30. Контроль неудовлетворенности потребителя – это ключевой компонент конкурентной рациональности, но часто потребители не говорят о своей неудовлетворенности. Каким образом фирма может удостовериться, что потребитель не удовлетворен и, тем самым, привлечь внимание руководства к проблеме?
31. Понятие о ценности услуги. Денежная и не денежная цена услуги.
32. Внешний и внутренний имидж фирмы.
33. Разрешение конфликтов с потребителями услуг
34. Контроль качества обслуживания и производительности в сфере услуг. Возможности повышения производительности в сфере услуг.
35. Виды конкурентных стратегий.
36. Удовлетворенность персонала и потребителей услуг, взаимосвязь.
37. Новые сервисные технологии. Возможности и сети Интернет.
38. Обоснуйте процесс роста услуг в процессе развития человеческого общества (доиндустриальное, индустриальное, постиндустриальное общество).

39. Роль покупателя в оказании услуг. Как воздействует поведение клиента на качество оказания услуги?

40. Какую роль при оказании услуги могут оказать другие покупатели? Какие меры можно предпринять, чтобы гарантировать желаемые результаты, когда многие потребители присутствуют при исполнении услуги?

41. Поведение потребителя и процесс принятия решения. Внешние и внутренние влияния (возраст, культура, национальные особенности, образование, доход).

42. Какие типы услуг помогут потребителю удовлетворить каждый уровень потребностей (физиологические, социальные, потребности в защищенности, в уважении, в самоутверждении)?

43. Опишите потенциальных клиентов автосервиса с учетом возраста, дохода, социального статуса, ценностей, референтных групп?

44. Объясните различие между ценностью потребления и ценностью обмена?

45. Какую роль играет время в создании ценности услуги?

46. Объясните, что значит стратегия для сервисной организации.

47. Что входит в понятие «конкурентная среда» для сервисной организации?

48. Объясните не денежную цену услуг. Как она будет влиять на принятие решения клиентом о покупке?

49. Объясните стратегию лидерства за счет экономии на издержках.

50. Объясните конкурентную стратегию, основанную на дифференциации.

51. Объясните конкурентную стратегию, основанную на специализации.

52. Объясните различие между стратегиями специализации и лидерства за счет экономии на издержках.

53. Допустим, что многие услуги имеют большой резерв текущих и потенциальных потребителей, важно ли для сервисной фирмы иметь постоянных покупателей? Обоснуйте ответ.

54. Каковы некоторые причины ухода потребителей услуг к конкурентам?

55. Какова зависимость между приверженностью и удовлетворенностью потребителей?

56. Чего обычно ожидают потребители от обслуживающего их сотрудника? Почему работа в сфере услуг особенно стрессовая?

57. Считаете ли вы, что усилия по увеличению производительности труда в сфере услуг бесполезны?

58. Жалоба как дополнительная возможность повышения качества сервисного бизнеса.

59. Индивидуальное обслуживание. Этичность сбора данных о потребителях.

60. Роль фирменной одежды в создании имиджа предприятия.

61. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей.

62. Развитие бытовых услуг в России.

63. Категории потребителей и особенности их обслуживания.

64. Качество услуги - оценка потребителем.

65. Возможные пути контроля удовлетворенности потребителя.

66. Гарантия – защита продавца и способ конкурентной дифференциации.

67. Проблема конфликтных ситуаций в сервисной деятельности.

68. Культура общения работников сферы услуг и внутренняя культура.

69. Опишите ситуацию, в которой Вы стали «потерянным потребителем». Почему Вы перестали потреблять услугу: из-за низкого качества; из-за низкой культуры обслуживания? Что бы Вы посоветовали сделать фирме, чтобы вернуть Вас как потребителя?

70. Может ли сервисная компания пользоваться методом «поточной линии» или «самообслуживания» и при этом концентрироваться на качестве обслуживания клиента?

71. Назовите примеры операций, характеризующимся тесным или незначительным контактом с клиентом, в следующих организациях: стоматологическая клиника, авиалиния, бухгалтерия, автосервис.

72. Почему сфера услуг и сфера производства неразрывно связаны?

73. Опишите потенциальных клиентов автосервиса с учетом возраста, дохода, социального статуса, ценностей.

74. Почему сегментирование важно для сферы услуг?

75. Области применения новых технологий в сфере услуг.

76. Рассмотрите характеристики услуг на примере «образовательных услуг».

77. Факторы, которые могут явиться причинами разработки новых услуг.

78. Что означает понятие «новая услуга»? Приведите примеры услуг для каждой категории новизны.

79. Выберите услугу, с которой Вы хорошо знакомы, кратко опишите главный процесс при оказании этой услуги. Определите несколько важных для потребителей показателей качества работы этого процесса.

80. Принцип «Узнайте своего потребителя» стоит в начале списка принципов разработки услуги. Объясните, что означает этот принцип для сервисных фирм?

Итоговая форма оценки знаний – экзамен. Задания на экзамене сформированы в билеты. На подготовку к ответу студенту отводится 60 минут. За это время студент дает письменные ответы на вопросы, во время устного ответа этими записями можно пользоваться.

Программа экзамена по дисциплине «Сервисная деятельность»

1. Основное содержание понятия «сфера услуг».
2. Роль сферы услуг в общественном разделении труда.
3. Идеи Д. Белла о формировании постиндустриального общества. Роль сферы услуг в экономике стран.
4. Три уровня товара и место сервисной деятельности в создании «подкрепления» к товару.
5. Основные функции сферы услуг.
6. Каковы особенности развития сферы услуг в России?
7. Поясните понятия «обслуживание» и «услуга».
8. Перечислите характеристики услуг.
9. Классификации типов и видов услуг.
10. Общероссийские классификаторы услуг населению. Отраслевая классификация услуг.
11. Модели предоставления услуг - модель Д. Рамтела и SERVUCTION модель.
12. Типы сервисных систем. Характеристика организации взаимодействия с потребителем.

13. Формы обслуживания потребителей. Приведите примеры форм обслуживания в торговле и бытовом обслуживании.
14. Сущность иерархии потребностей по А. Маслоу.
15. В чем заключается «стратегическая сервисная концепция»? Перечислите ее элементы.
16. В чем выражаются стратегии лидерства по издержкам и дифференциации для организаций сферы услуг?
17. В чем заключается специфика барьеров вхождения организаций сферы услуг в отрасль?
18. Содержание модели поведения потребителей в зависимости от принадлежности к роду, от образа жизни.
19. Процесс принятия решения о покупке.
20. Специфические аспекты покупки услуг потребителями.
21. Понятие о ценности услуги. Денежная и не денежная цена услуги.
22. Понятие о ценности услуги. Воспринимаемое качество. Внутренние присущие признаки. Внешние признаки.
23. В чем заключаются основные сложности определения качества услуг?
24. Концепция воспринятого качества К. Гронруза.
25. Перечислите детерминанты (критерии) качества услуг.
26. Сущность и основное содержание пятиступенчатой модели качества обслуживания.
27. Уровни качества обслуживания. Стандартизация и сертификация услуг в управлении качеством услуг.
28. Показатели эффективности деятельности сервисной организации
29. Гарантия – защита покупателя, продавца и способ конкурентной дифференциации.
30. Содержание работы с жалобами потребителей.
31. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности. Нормативные документы по обслуживанию населения.
32. Принципы разрешения конфликтных ситуаций.
33. Понятие о конкурентных преимуществах. Конкурентная окружающая среда.
34. Сущность стратегии лидерства по издержкам для организаций сферы услуг.
35. Сущность стратегии дифференциации.
36. Сущность стратегии специализации (концентрация на сегменте).
37. Основные положения стандарта обслуживания.
38. Жизненный цикл материального изделия и жизненный цикл сервисных услуг: сходства и различия.
39. Значение сервисного обслуживания современных товаров.
40. Основные задачи системы сервиса.
41. Виды сервиса по времени его выполнения: предпродажный сервис, послепродажное обслуживание.
42. Виды сервиса по содержанию работ (жесткий, мягкий, прямой, косвенный).
43. Дайте определение понятия «контактная зона». Приведите примеры контактных зон различных сервисных предприятий.
44. Процесс контакта между клиентом и исполнителем.
45. Факторы внешнего и внутреннего влияния на потребителей

46. Информационные технологии в сфере услуг. Причины, по которым фирмы предоставляющие услуги инвестируют в новые технологии.
47. Категории новой продукции.
48. Факторы, являющиеся причиной создания новых услуг.
49. Разработка новых товаров и услуг: сходства и отличия.
50. Инструменты для разработки качества услуг. Комплексное проектирование, надежное проектирование, бенчмаркинг.
51. Основные принципы проектирования услуг.
52. Процесс разработки услуг. Этапы - направление и разработка.
53. Процесс разработки услуг. Этапы - испытание и освоение рынка.
54. Внешний и внутренний имидж фирмы.
55. Основные принципы деловой этики.

Перечень основной и дополнительной литературы по дисциплине

№ п/п	Наименование издания
Основная литература	
1	Карев, В.Н., Фокина, О.А., Сервисология: учебное пособие / В.Н. Карев, О.А. Фокина, – Волгоград: ИУНЛ ВолгГТУ, 2016. –136 с.
	Сервисная деятельность: учебник / В.Г. Велединский. – 2-е изд. Стер. – М. : КНОРУС, 2013. – 176 с.
2	Сервисная деятельность: учебное пособие / В.К. Карнаухова, Т.А. Краковская; под общ. Ред. Ю.М. Краковского. – Изд.3-е. испр. И доп. - Ростовн/Д : Издательский центр «МарТ» ; Феникс, 2010. – 254 с.
4	Карев, В.Н., Карева, Г.Н., Елин А.Г., Сервисная деятельность: конспект лекций / В.Н. Карев, Г.Н. Карева, А.Г. Елин – ВФ «РГУТИС», - Волгоград, 2008. –320 с.
Дополнительная литература	
1	Волгин В.В. Автосервис: структура и персонал: практическое пособие. – 3-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2006. – 712 с.
2	Павленко, В.В. Защита прав потребителей в сфере торговли и услуг : практическое пособие / В.В. Павленко. – М. : КНОРУС, 2014. – 160 с.
3	Маркетинг услуг: учебное пособие / Н.Н. Муравьева. – Ростов н/Д : Феникс, 2009. – 251 с. – (Высшее образование).
4	Романович Ж.А., Калачев С.Л. Сервисная деятельность: учебник / под общ. ред. проф. Ж.А. Романовича. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2006. – 284 с.
5	Сервис на транспорте: учеб. пособие / под ред. В. М. Николашина. - 2-е изд., испр. - М.: Академия, 2006. – 270 с.