

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования  
«Волгоградский государственный технический университет»

Кафедра процессы и аппараты химических и пищевых производств

**Задание и методические указания**  
**по выполнению контрольной работы**  
по дисциплине «Сервисная деятельность»  
для студентов заочной формы обучения бакалавров  
по направлению подготовки 43.01.03 «Сервис»  
«Сервис в нефтегазовых комплексах»  
(все формы обучения)

Преподаватель, к.х.н., доц. Карев В.Н.

Волгоград 2018-2019 учебный год.

## **Сервисная деятельность**

### **Общие методические указания по выполнению контрольной работы**

Контрольная работа является одним из этапов подготовки специалистов в «ВолгГТУ» при заочном обучении. При ее выполнении применяются знания, полученные в процессе изучения дисциплины «Сервисная деятельность», вырабатываются навыки проведения анализа теоретических положений и приложения их к конкретным ситуациям.

Изучение сервисной деятельности ставит следующие задачи:

- ознакомить студентов со структурой и функциями сферы услуг, закономерностями ее развития, со стратегиями создания конкурентных преимуществ сервисных организаций, новыми технологиями в сфере услуг, элементами деловой этики и этикета

- дать студентам необходимые знания специфики услуг как товара, создания ценности услуг на всех стадиях жизненного цикла на основе изучения поведения потребителей и принятия ими решения, через понимание теории организации обслуживания, важнейшими элементами которой являются система предоставления и система маркетинга услуг;

- научить студентов организации пространства контакта, процессу предоставления услуги в «контактной зоне» между потребителем и производителем услуг, наполнению ее содержанием, основным методам предоставления услуг и формам обслуживания, определению качества обслуживания, особенностям предоставления услуг, связанных со сбытом и эксплуатацией технически сложных товаров, назначением организаций и структурой служб сервиса, основным принципам разработки и создания услуг;

- подготовить научную базу для быстрой адаптации будущего специалиста к практической работе непосредственно связанной с предоставлением услуг в социально-культурной сфере или в сфере оказания технических и технологических услуг.

Написание контрольной работы является также определенным этапом подготовки студентов к специальным, соответствующим их специальности курсам, основой которых являются понятия услуга, сервис и сервисная деятельность.

Для выполнения контрольной работы студентам рекомендуется прежде всего изучить соответствующий материал по учебным пособиям, публикациям по теме работы и конспектам лекций преподавателя.

Выполненная контрольная работа должна быть сдана на проверку не позднее, чем за 10 дней до начала экзаменационной сессии. Студент без зачетной контрольной работы к экзамену не допускается.

### **Указания по выбору варианта контрольной работы**

Номер варианта контрольной работы определяется последней цифрой номера зачетной книжки студента от номера «0» до «9». Замена варианта без согласования с преподавателем не допускается. В процессе выполнения контрольной работы студент имеет возможность получать консультации преподавателя данной дисциплины.

<b>№ варианта</b>	<b>№ задания</b>
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,

### **Требования к оформлению контрольных работ**

Результаты выполненной работы должны быть изложены в письменном виде (рукописном, машинописном или компьютерным набором) и аккуратно сброшюрованы. На титульном листе контрольной работы указывается фамилия и инициалы студента, учебная группа и номер зачетной книжки.

Все страницы контрольной работы должны иметь поля шириной не менее 3 см и быть пронумерованы. После изложения ответов указывается список использованной литературы и затем ставится подпись автора и дата выполнения контрольной работы. Объем работы – 10-12 - листов ученической тетради или 8-10 формата А4.

## Задания для контрольных работ

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 (согласно Ф. Котлеру) 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 прачечных 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 прачечных 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?

Таблица 1. - Критерии и шкала оценивания по оценочному средству  
контрольная работа

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания уровня освоения компетенций
1	2
отлично	Контрольная работа выполнена на высоком уровне: верная физическая картина технологических процессов; в ходе решения допущено не более 1 вычислительной ошибки; указаны маркировки подобранного технологического оборудования.
хорошо	Контрольная работа выполнена на среднем уровне: частично верная физическая картина технологических процессов; в ходе решения допущено не более 2 вычислительных ошибок; указаны маркировки подобранного технологического оборудования.
удовлетворительно	Контрольная работа выполнена на низком уровне: неверная физическая картина технологических процессов; в ходе решения допущено не более 2 вычислительных ошибок; не указана маркировка подобранного технологического оборудования.
неудовлетворительно	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне: отсутствует физическая картина технологических процессов; полностью неверный ход решения.

Таблица 2 - Критерии и шкала оценивания по оценочному средству  
экзамен

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания уровня освоения компетенций
1	2
отлично	Экзамен сдан на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов): полное изложение программного материала; последовательные, грамотные, логически излагаемые ответы; свободное владение материалом.
хорошо	Экзамен сдан на среднем уровне (правильные ответы даны на 76-89% вопросов): правильное изложение основного материала; нарушение логической последовательности без существенных неточностей.
удовлетворительно	Экзамен сдан на низком уровне (правильные ответы даны на 60-75% вопросов): изложение основного материала с нарушением логической последовательности; ошибки в формулировках и затруднения при изложении материала.
неудовлетворительно	Экзамен сдан на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем 60% вопросов включительно).

## ПРОГРАММА ЭКЗАМЕНА ПО ДИСЦИПЛИНЕ «СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

1. Основное содержание понятия «сфера услуг».
2. Определите роль сферы услуг в общественном разделении труда.
3. Поясните идеи Д. Белла о формировании постиндустриального общества. Роль сферы услуг в экономике стран.
4. Три уровня товара (согласно Ф. Котлеру) и место сервисной деятельности в создании «подкрепления» 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. SERVUCTION модель. Поясните понятия «видимый офис» («фронт-офис») и «невидимый офис» («бэк-офис» или «технологическое ядро»).
13. SERVUCTION модель. Организация, планировка и дизайн «невидимого офиса».
14. SERVUCTION модель. Организация, планировка и дизайн «видимого офиса».
15. Типы сервисных систем. Характеристика организации взаимодействия с потребителем.
16. Формы обслуживания потребителей. Приведите примеры форм обслуживания в торговле и бытовом обслуживании.
17. Сущность иерархии потребностей по А. Маслоу.
18. В чем заключается «стратегическая сервисная концепция»? Перечислите ее элементы.
19. В чем выражаются стратегии лидерства по издержкам и дифференциации для организаций сферы услуг?
20. В чем заключается специфика барьеров вхождения организаций сферы услуг в отрасль?
21. Содержание модели поведения потребителей в зависимости от принадлежности к роду, от образа жизни.
22. Процесс принятия решения о покупке.



23. Специфические аспекты покупки услуг потребителями.
24. Понятие о ценности услуги. Денежная и не денежная цена услуги.
25. Понятие о ценности услуги. Воспринимаемое качество. Внутренние присущие признаки. Внешние признаки.
26. В чем заключаются основные сложности определения качества услуг?
27. Концепция воспринятого или объективного качества лежит в основе определения качества услуг? Анализ подходов к понятиям "качество" услуг и "удовлетворенность".
28. Концепция воспринятого качества К. Гронруза.
29. Перечислите детерминанты (критерии) качества услуг.
30. Сущность и основное содержание пятиступенчатой модели качества обслуживания. Объясните причины возникновения разрывов в модели.
31. Уровни качества обслуживания. Стандартизация и сертификация услуг в управлении качеством услуг.
32. Гарантия – защита покупателя, продавца и способ конкурентной дифференциации.
33. Укажите причины создания системы гарантий.
34. Содержание работы с жалобами потребителей.
35. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности. Нормативные документы по обслуживанию населения.
36. Принципы разрешения конфликтных ситуаций.
37. Понятие о конкурентных преимуществах. Конкурентная окружающая среда.
38. Сущность стратегии лидерства по издержкам для организаций сферы услуг.
39. Сущность стратегии дифференциации.
40. Сущность стратегии специализации (концентрация на сегменте).
41. Основные положения стандарта обслуживания.
42. Жизненный цикл материального изделия и жизненный цикл сервисных услуг: сходства и различия.
43. Значение сервисного обслуживания современных товаров.
44. Основные задачи системы сервиса.
45. Виды сервиса по времени его выполнения: предпродажный сервис, послепродажное обслуживание.
46. Виды сервиса по содержанию работ (жесткий, мягкий, прямой, косвенный).
47. Дайте определение понятия «контактная зона». Приведите примеры контактных зон различных сервисных предприятий.
48. Основные составляющие феномена общения.

49. Роль пространства контакта для завоевания доверия потребителей.
50. Процесс контакта между клиентом и исполнителем. Содержание контакта.
51. Информационные технологии в сфере услуг. Причины, по которым фирмы предоставляющие услуги инвестируют в новые технологии.
52. Категории новой продукции.
53. Факторы, являющиеся причиной создания новых услуг.
54. Разработка новых товаров и услуг: сходства и отличия.
55. Инструменты для разработки качества услуг. Комплексное проектирование, надежное проектирование, бенчмаркинг.
56. Основные принципы проектирования услуг.
57. Процесс разработки услуг. Этапы - направление и разработка.
58. Процесс разработки услуг. Этапы - испытание и освоение рынка.
59. Внешний и внутренний имидж фирмы.
60. Основные принципы деловой этики.

## **Список рекомендуемой литературы по дисциплине «Сервисная деятельность»**

- 1 **Аванесова, Г.А.** Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент [Текст]: Учебное пособие для студентов вузов. / Г.А. Аванесова. М.: Аспект Пресс, 2005. – 318с.
- 2 Сервисная деятельность [Текст]: Учебное пособие / **С.Н. Коробкова, В.И. Кравченка, С.В. Орлов, И.П. Павлова.** Под общ. ред. В.К. Романович. - СПб.: Питер, 2005. - 156с.
- 3 Сервисная деятельность [Текст]: конспект лекций / **В.Н. Карев, Г.Н. Карева, А.Г. Елин** ; под ред. к.п.н. Фокиной О.А.; Волгоградский филиал ФГУВПО «РГУТиС». – Волгоград, 2008. – 301 с. (есть в библиотеке)
- 4 **Карев, В.Н., Фокина, О.А.,** Сервисология: учебное пособие / В.Н. Карев, О.А. Фокина, – Волгоград: ИУНЛ ВолгГТУ, 2016. –136 с.
5. Сервисология: метод. указ./сост.: С. А. Пахомова; Волгоград. гос. техн. ун-т. – Волгоград: ИУНД ВолГТУ, 2015. – 21 с.