

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»**

**Экономический факультет
Кафедра «Торговое дело»**

УТВЕРЖДАЮ:

Декан Экономического факультета

Е.С. Тхор

(подпись)

«21» апреля 2023 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УСЛУГ КОММЕРЧЕСКИХ
ПРЕДПРИЯТИЙ»**

По направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело
Профиль подготовки: «Коммерческая деятельность»

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Современные технологии продаж профессиональных услуг коммерческих предприятий» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело – 31 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Современные технологии продаж профессиональных услуг коммерческих предприятий» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (утверждённый приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 26.11.2020 г. № 963, зарегистрировано в Минюсте России 25.08.2020 г. № 59428).

СОСТАВИТЕЛИ:

канд. экон. наук, доцент Куделя Л.В.



Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Торговое дело» «28» марта 2023 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой

«Торговое дело» _____ д-р экон. наук, проф. Болдырев К.А.

Переутверждена: «__» _____ 2023 г., протокол № _____

Согласована (для обеспечивающей кафедры):

Переутверждена: «__» _____ 2023 г., протокол № _____

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии Экономического факультета «__» _____ 2023 г., протокол № _____.

Председатель учебно-методической

комиссии Экономического факультета _____ Шаповалова Е.Н.

© Куделя Л.В., 2023 год

© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ», 2023 год

Структура и содержание дисциплины

Цель изучения дисциплины заключается в формировании у студентов комплексного представления о системе обслуживания потребителей в коммерческих предприятиях на основе международного и отечественного опыта.

Задачами данного курса состоят в:

- 1) получении обучающимися знаний относительно сущности услуги и дать представление студентам об международной и отечественной классификации услуг, выделить место сервиса в процессе обслуживания потребителей;
- 2) изучении процесса и формы обслуживания потребителей в коммерческих предприятиях;
- 3) формировании практических навыков маркетинговых исследований рынка;
- 4) обучении студентов определять методы повышения качества обслуживания потребителей;
- 5) овладении практическими навыками относительно применения на практике эффективности внедрения новых видов и форм обслуживания на примере коммерческих предприятий.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Современные технологии продаж профессиональных услуг коммерческих предприятий» входит в вариативную часть профессионального цикла, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 дисциплин, относящихся по выбору подготовки студентов (ДВЗ), обучающихся по направлению 38.03.06 Торговое дело.

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования, в том числе: «Стратегия торгового предприятия», «Ценообразование», «Мерчандайзинг», «Этика деловых отношений» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Современные технологии продаж профессиональных услуг коммерческих предприятий», «Франчайзинг», «Коммерция услуг».

Одновременно с изучением дисциплины «Современные технологии продаж профессиональных услуг коммерческих предприятий» целесообразным представляется изучение таких дисциплин, как: «Организация, технология и проектирование коммерческих предприятий», «Управление ассортиментом в торговле», «Управление торгово-технологическими процессами на коммерческом предприятии».

Курс «Современные технологии продаж профессиональных услуг коммерческих предприятий» является необходимым для освоения универсальных и профессиональных компетенций по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», а также необходимым для самостоятельной научно-исследовательской работы обучающегося для написания магистерской диссертации.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ПК-7. Способен осуществлять разработку, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	ПК-7.2. Организация обслуживания потребителей коммерческих предприятий	знать: 1) экономические законы и теории; 2) способы управлять персоналом организации (предприятия); 3) закономерности развития ассортимента в торговле, критерии качества товаров и услуг; 4) организацию обслуживания потребителей коммерческих предприятий. уметь: 1) применять положения экономических законов и теорий на практике; проводить организационно-управленческую работу; 2) эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству; 3) осуществлять разработку, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации). владеть: 1) методами определения экономических показателей и методами организационно-управленческой работы с малыми коллективами; 2) способностью управлять ассортиментом, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объём часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Заочная форма	Очно-заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	216ч. (6 зач. ед)	192ч. (4 зач.ед.)	192 ч. (4 зач.ед.)
Обязательная контактная работа (всего), в том числе:	104	28	32
Лекции	52	14	26
Семинарские занятия	-	-	-
Практические занятия	52	14	26
Лабораторные работы	-	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчётно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	112	188	184
Форма аттестации	Зачёт в 8 семестре	Зачёт в 4 семестре	Зачёт в 8 семестре

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Организация и управление процессом обслуживания потребителей как вид услуги.

Понятие и структура производственного процесса. Специализация и кооперирование как формы организации производственного процесса. Структура процесса оказания услуги. Обслуживание как отдельный вид услуги. Организация производственного процесса и процесса оказания услуг во времени.

Тема 2. Основы организации деятельности предприятия.

Особенности организации деятельности предприятий сферы сервиса. Предприятие сферы сервиса как самостоятельный хозяйствующий субъект. Предприятие сферы сервиса как производственная система.

Тема 3. Организация деятельности предприятий сферы сервиса.

Виды предприятий сферы сервиса. Структура предприятия сферы сервиса. Порядок организации, реорганизации и ликвидации предприятия.

Тема 4. Организация сервиса основного производства на предприятии.

Типы и методы организации сервиса при выполнении производственного процесса. Основы организации сервиса труда на предприятии. Показатели оценки уровня организации основного производства.

Тема 5. Организация контроля качества обслуживания потребителей.

Понятие и показатели качества услуг обслуживания потребителей. Факторы, формирующие качество обслуживания. Задачи и формы организации контроля качества обслуживания.

Тема 6. Организация обслуживания потребителей как фактор повышения конкурентоспособности.

Роль обслуживания потребителей в повышении конкурентоспособности предприятий сферы сервиса. Основы организации обслуживания потребителя. Характеристика видов услуг и форм обслуживания потребителя.

Тема 7. Этапы организации обслуживания.

Подготовительный этап обслуживания. Основной этап обслуживания. Завершающий этап обслуживания. Характеристика современных видов и форм обслуживания.

Тема 8. Место и роль общения участников сервисной деятельности.

Понятие о «контактной зоне». Сервис как форма субъект-субъектного взаимодействия. Общение как взаимовлияние. Проблема конфликтных ситуаций.

Тема 9. Категории потребителей и особенности обслуживания.

Соотношение потребностей, способностей, возможностей и средств удовлетворения потребностей человека. Жизненно-стилевые группы. Типологии потребителей.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Заочная форма	Очно-заочная форма
1	Организация и управление процессом обслуживания потребителей как вид услуги	6	2	4
2	Основы организации деятельности предприятия	6	2	2
3	Организация деятельности предприятий сферы сервиса	6	2	4
4	Организация сервиса основного производства на предприятии.	6	2	2
5	Организация контроля качества обслуживания потребителей	6	2	4
6	Организация обслуживания потребителей как фактор повышения конкурентоспособности	6		2
7	Этапы организации обслуживания	6		2
8	Место и роль общения участников сервисной деятельности	4	2	2
9	Категории потребителей и особенности обслуживания	6	2	4
Итого:		52	14	26

4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Заочная форма	Очно-заочная форма
1	Организация и управление процессом обслуживания потребителей как вид услуги	6	2	4

2	Основы организации деятельности предприятия	6	2	2
3	Организация деятельности предприятий сферы сервиса	6	2	4
4	Организация сервиса основного производства на предприятии	6	2	2
5	Организация контроля качества обслуживания потребителей	6	2	4
6	Организация обслуживания потребителей как фактор повышения конкурентоспособности	6		2
7	Этапы организации обслуживания	6		2
8	Место и роль общения участников сервисной деятельности	4	2	2
9	Категории потребителей и особенности обслуживания	6	2	4
Итого:		52	14	26

4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов		
			Очная форма	Заочная форма	Очно-заочная форма
1	Организация и управление процессом обслуживания потребителей как вид услуги	Подготовка к практи-ческим занятиям, к текущему и промежу-точному контролю знаний и умений.	10	20	18
2	Основы организации деятельности предприятия	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	10	20	18
3	Организация деятельности предприятий сферы сервиса	Подготовка к практи-ческим занятиям, к текущему и промежу-точному контролю знаний и умений	10	20	18
4	Организация сервиса основного производства на предприятии	Подготовка к практи-ческим занятиям, к текущему и промежу-точному контролю знаний и умений	10	20	18

5	Организация контроля качества обслуживания потребителей	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений	16	20	18
6	Организация обслуживания потребителей как фактор повышения конкурентоспособности	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений	10	20	16
7	Этапы организации обслуживания	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений	18	20	16
8	Место и роль общения участников сервисной деятельности	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений	18	20	16
9	Категории потребителей и особенности обслуживания	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений	10	18	16
Итого:			112	164	140

4.6. Курсовые работы / проекты по дисциплине «Современные технологии продаж профессиональных услуг коммерческих предприятий» не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведётся с применением следующих видов образовательных технологий:

– традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства обучающихся, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

– технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности и творческой самостоятельности обучающихся, предполагающие последовательную и целенаправленную постановку перед обучающимся познавательных

задач, решение которых позволяет обучающимся активно усваивать знания (используются: поисковые методы; постановка познавательных задач);

– технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности обучающихся, их реализацию и развитие;

– технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебной дисциплины за счёт объединения занятий в тематические блоки;

– технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении по индивидуальному учебному плану);

– технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей, в том числе и обучающихся с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования;

– технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности обучающегося (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.п.

Практические занятия проводятся с использованием развивающих, проблемных и информационных (использование электронных образовательных ресурсов) образовательных технологий.

Высокая эффективность педагогического процесса достигается путём конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и / или их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно- методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Барановский, В. А. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания / В.А. Барановский. – М.: Феникс, 2022. – 352 с.

2. Волк Е.Н., Сервис: организация, управление, маркетинг : учебник для бакалавров / Волк Е.Н., Зырянов А.И., Лимпинская А.А. – М. : Дашков и К, 2019. –249 с. (Серия «Учебные издания для бакалавров») - ISBN 978-5-394-03140-3 - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента» : [сайт]. – Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394031403.html>

3. Зайко, Г. М. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания / Г.М. Зайко, Т.А. Джум. - М.: Магистр, 2023. – 560 с.

4. Казакевич, Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учеб. пособие для вузов / Т. А. Казакевич. – 2-е изд., доп. – М. : Изд-во Юрайт, 2018. – 188 с.

4. Кучер, Л. С. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания / Л.С. Кучер, Л.М. Шкуратова. – М.: Деловая литература, 2023. – 544 с.

5. Радченко, Л. А. Обслуживание на предприятиях общественного питания. Учебное пособие / Л.А. Радченко. – М.: Феникс, 2022. – 384 с.

6. Келиоглу, Ю.В., Луговская, М.В. Исследование особенностей современных тенденций в развитии организационных структур управления / Ю.В. Келиоглу, М.В. Луговская // Новая наука: опыт, традиции, инновации. – 2017.– Т. 1. – № 4. – С. 108-111

б) дополнительная литература:

1. Мардас, А. Н. Теория организации: учеб. пособие для прикладного бакалавриата / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 139 с.

2. Медведева, Т. А. Основы теории управления : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. А. Медведева. – М. : Изд-во Юрайт, 2019. – 191 с.

3. Неретина Т.Г. Организация сервисной деятельности / Т.Г. Неретина – М. : ФЛИНТА, 2019. – ISBN 978-5-9765-1205-4 - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976512054.html>

4. Смагина, И. Н. Организация коммерческой деятельности в общественном питании / И.Н. Смагина, Д.А. Смагин. – М.: Эксмо, 2023. – 336 с.

5. Романович Ж.А., Сервисная деятельность / Романович Ж. А. – М. : Дашков и К, 2013. - 284 с. - ISBN 978-5-394-01274-7 - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента» : [сайт]. – Режим доступа : [https://www.studentlibrary.ru/book/ ISBN9785394012747.html](https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394012747.html) .

г) интернет-ресурсы:

1. Министерство образования и науки Российской Федерации. – Режим доступа: <http://минобрнауки.рф/>

2. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки. – Режим доступа: <http://obrnadzor.gov.ru/>

3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. – Режим доступа: <http://fgosvo.ru>

4. Федеральный портал «Российское образование». – Режим доступа: <http://www.edu.ru/>

5. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». – Режим доступа: <http://window.edu.ru/>

6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. – Режим доступа: <http://fcior.edu.ru/>

7. Справочная правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/sys/>

д) электронные библиотечные системы и ресурсы

1. Научная электронная библиотека Elibrary.ru. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

2. Электронно-библиотечная система StudMed.ru. – Режим доступа: <https://www.studmed.ru>

3. Научная библиотека им. А.Н. Коняева ЛГУ им. В. Даля. – Режим доступа: <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Организация обслуживания потребителей коммерческих предприятий» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащённое компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт

оценочных средств по учебной дисциплине

«Современные технологии продаж профессиональных услуг коммерческих предприятий»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции

Начальный	ПК-7. Способен осуществлять разработку, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	Пороговый	знать: 1) экономические законы и теории; 2) способы управлять персоналом организации (предприятия); 3) закономерности развития ассортимента в торговле, критерии качества товаров и услуг; 4) организацию обслуживания потребителей коммерческих предприятий.
Основной		Базовый	уметь: 1) применять положения экономических законов и теорий на практике; проводить организационно-управленческую работу; 2) эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству; 3) осуществлять разработку, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации).
Заключительный		Высокий	владеть: 1) методами определения экономических показателей; 2) приёмами организационно-управленческой работы с малыми коллективами; 3) способностью управлять ассортиментом, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству.

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)

1.	ПК-7	Способен осуществлять разработку, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибьюции) и сбытовой политики в организации	ПК-7.2. Управляет продажами товаров и услуг.	Тема 1. Организация и управление процессом обслуживания потребителей как вид услуги Тема 2. Основы организации деятельности предприятия. Тема 3. Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг. Тема 4. Организация сервиса основного производства на предприятии Тема 5. Организация контроля качества обслуживания потребителей Тема 6. Организация обслуживания потребителей как фактор повышения конкурентоспособности Тема 7. Этапы организации обслуживания. Тема 8. Место и роль общения участников сервисной деятельности. Тема 9. Категории потребителей и особенности обслуживания	
----	------	--	--	--	--

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ПК-7 Способен осуществлять разработку, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибьюции) и сбытовой политики в организации	ПК-7.2. Управляет продажами товаров и услуг.	знать: 1) применять положения экономических законов и теорий на практике; проводить организационно-управленческую работу; 2) эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и	Тема 1. Организация и управление процессом обслуживания потребителей как вид услуги Тема 2. Основы организации деятельности предприятия. Тема 3. Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг. Тема 4. Организация сервиса основного производства на	на обсуждении вопросы для практических занятий; контрольные вопросы;

		учет товаров по количеству и качеству; 3) осуществлять разработку, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибьюции) и сбытовой политики в организации). уметь: 1) применять положения экономических законов и теорий на практике; проводить организационно-управленческую работу; 2) эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству; 3) осуществлять разработку, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибьюции) и сбытовой политики в организации). владеть: 1) методами определения экономических показателей приёмами организационно-	предприятия Тема 5. Организация контроля качества обслуживания потребителей Тема 6. Организация обслуживания потребителей как фактор повышения конкурентоспособности Тема 7. Этапы организации обслуживания. Тема 8. Место и роль общения участников сервисной деятельности. Тема 9. Категории потребителей и особенности обслуживания	
--	--	---	--	--

			управленческой работы с малыми коллективами; 2) способностью управлять ассорти- ментом, эф- фективно осу- ществлять конт- роль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству.	
--	--	--	--	--

Примеры оценочных средств

Примеры тестовых заданий

(пороговый уровень)

1.

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:

- а) опрос, профессионализм, качество;
- б) услуга, спрос, специалист;
- в) деятельность, потребность и услуга.
- г) нет правильного ответа.

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

- а) исследовательская;
- б) потребительская (пользовательская);
- в) ценностно-ориентационная;
- г) нет правильного ответа.

3. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:

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

4. Под методом или формой обслуживания следует понимать:

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

5. Контактной зоной не является:

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

6. 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.

7. Какие элементы включает в себя сервис:

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

б) 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;

в) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

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

а) материально-преобразовательной деятельности;

б) познавательной деятельности;

в) ценностно-ориентационной деятельности.

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

а) контактная зона;

б) зал ожидания;

в) комната для посетителей.

10. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

а) обслуживание на дому;

б) индивидуальное обслуживание;

в) письменное обслуживание.

11. Принцип «Организация, ориентированная на потребителя» означает:

а) что организация должна понимать и выполнять требования потребителей;

б) что организация должна выпускать современную эффективную продукцию;

в) что организация должна устанавливать тесные связи с потребителями своей продукции.

12. Принцип «Постоянное улучшение» означает, что:

а) необходимо постоянно совершенствовать средства производства предприятия;

б) необходимо постоянно улучшать сведения и знания, зафиксированные в носителях информации;

в) непрерывное улучшение является постоянной целью организации.

13. Система менеджмента качества создается для:

а) реализации политики предприятия в области качества;

б) объединение целей в области качества структурных подразделений организации;

в) реализации целей организации, обеспечивающих решение его стратегических задач в области качества;

г) нет правильного варианта.

14. Механизм управления качеством включает:

а) издержки предприятия;

б) задачи стратегического планирования;

в) реализацию продукции.

15. Политика предприятия в области качества формируется:

- а) руководством предприятия;
- б) советом директоров предприятия;
- в) нанятым квалифицированным менеджером;
- г) все выше перечисленные ответы верны.

16. Субъект управления качеством – это:

- а) поставщики;
- б) предприятия-смежники;
- в) руководство организации;

17. Добавленная ценность – это:

- а) меньший размер исходных ресурсов;
- б) разница между выручкой и затратами на изготовление и реализацию продукции;
- в) достигнутая экономия ресурсов всех видов при изготовлении и реализации продукции на рынке;
- г) все ответы верные.

18. К основным процессам, добавляющим стоимость относится:

- а) реализация продукции;
- б) менеджмент инноваций;
- в) менеджмент персонала;
- г) нет правильного ответа.

19. К какому подходу в формировании качества продукции относится принцип «Делай все правильно с самого начала»?

- а) ориентация на потребителя;
- б) ориентация на производство;
- в) ориентация на восприятие.

20. Что понимается как «функция менеджмента качества, направленная на создание уверенности, что требования к качеству будут выполнены»?

- а) обеспечение качества;
- б) управление качеством;
- в) планирование качества.

21. Какие помещения служат для приемки товаров, полуфабрикатов?

- а) организация питания;
- б) торговый зал;
- в) складское помещение;
- г) все ответы верны.

22. Кто несет ответственность за соблюдение и контроль санитарных правил?

- а) руководитель;
- б) директор;
- в) работники;
- г) налоговая.

23. Дайте определение рабочего места работника коммерческой (торговой) или сбытовой организации ?

- а) часть производственной площадки, где работник выполняет определенные операции;
- б) производственные помещения;
- в) санаторий;

г) все ответы верны.

24. Как можно классифицировать рабочие места в сфере коммерческой (торговой) ?

- а) специализированные и универсальные;
- б) модулированные;
- в) стационарные;
- г) универсальные;
- д) критические.

25. Дайте определение торгового склада:

- а) помещения для складов;
- б) помещения для людей;
- в) помещения для развлечений;
- г) помещения, где принимают и обслуживают посетителя.

26. Внутренний сервис максимально развит на следующих стадиях бизнеса:

- а) малый и средний;
- б) средний и крупный;
- в) малый и крупный;
- г) малый, средний и крупный.

27. К элементам внутреннего сервиса относятся:

- а) корпоративная культура;
- б) правила внутренней коммуникации;
- в) культура проектной работы;
- г) цели компании и стратегия;
- д) все варианты верны.

28. Дайте определение сервиса в торговой сфере:

- а) благо, которое одна сторона может предложить другой;
- б) вид деятельности, направленный на массовое удовлетворение потребностей людей;
- в) процесс деятельности отдельных предпринимателей сферы обслуживания по увеличению своей прибыли;
- г) процесс предоставления услуги, т.е. деятельность поставщика услуги, необходимая для обеспечения оказания самой услуги.

29. Сервис в сфере обращения товаров (продуктов и услуг) – это:

- а) услуги торговли, общественного питания, а также коммуникационные и транспортные услуги, услуги складского хозяйства;
- б) услуги общественного питания, а также транспортные услуги, услуги складского хозяйства;
- в) услуги торговли, а также транспортные услуги, услуги складского хозяйства;
- г) коммуникационные и транспортные услуги, а также услуги складского хозяйства.

30. Дайте определение термина «потребителя» – это:

- а) физическое лицо, либо организация, имеющие намерения приобрести либо приобретающие или использующие товары, работы услуги исключительно для личных целей, не связанных с извлечением прибыли;
- б) организация (предприятие, фирма, компания и пр.), имеющая намерение приобрести либо приобретающая или использующая товары, работы услуги исключительно для личных целей, не связанных с извлечением прибыли;
- в) физическое лицо, имеющее намерение приобрести либо приобретающий или использующий товары, работы услуги исключительно для личных целей, не связанных с

извлечением прибыли;

г) физическое лицо, имеющее намерение приобрести либо приобретающее или использующее товары, работы услуги исключительно для личных целей, связанных исключительно с извлечением прибыли.

31. Централизованная доставка товаров в розничную сеть предусматривает:

- а) доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами райпо;
- б) доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами поставщика.
- в) доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами самих розничных предприятий;
- г) доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами транспортного предприятия облпотребсоюза.

32. На какие 3 площади или зоны подразделяется торговый зал:

- а) установочную, площадь зоны расчётного узла;
- б) установочную, проходов для покупателей, рабочих мест продавцов, площадь зоны расчетного узла;
- в) проходов для покупателей, рабочих мест продавцов;
- г) проходов для покупателей, рабочих мест продавцов, площадь зоны расчетного узла.

33. Как можно классифицировать маршруты централизованной доставки:

- а) кольцевые;
- б) маятниковые;
- в) линейные.;
- г) кольцевые и линейные.

34. Считается, что наиболее приемлемые показатели коэффициентов установочной и демонстрационной площади торгового зала соответственно:

- а) 0,45 – 0,50 и 0,80 – 0,90;
- б) 0,27 – 0,3 и 0,70 – 0,75;
- в) 0,70 – 0,75 и 0,27 – 0,30;
- г) 0,50 и 0,80.

35. К методам продажи товаров относят в коммерческой деятельности предприятий считается:

- а) самообслуживание; через торговые автоматы;
- б) через прилавок обслуживания;
- в) по образцам; с открытой выкладкой;
- г) все вышеуказанные.

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«контрольный тест»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100 % вопросов теста).
Хорошо (4)	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89 % вопросов теста).
Удовлетворительно (3)	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74 % вопросов теста).
Неудовлетворительно (2)	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50 % вопросов теста).

2. Примеры типовых контрольных вопросов
(к практическим занятиям и контрольным работам)
(базовый уровень)

1. Сервисная деятельность, ее сущность и роль в рыночной экономике.
2. История развития сервисной деятельности и сферы услуг в России.
3. Классификация и характеристика потребностей в услугах и сервисном обслуживании.
4. Сегментирование рынка услуг по трем основным группам и анализ влияния различных факторов бизнес-среды.
4. Современный сервис, виды, проблемы и перспективы развития.
5. Посреднические услуги, оказываемые сервисными предприятиями различного функционального назначения и организационно-правовой формы.
6. Система управления сервисным предприятием, основные функции и задачи.
7. Организационная структура управления сервисного предприятия, ее типы и организационные подходы.
8. Основные виды сервиса обслуживания, этапы и стратегии процесса продажи.
9. Процесс обслуживания потребителей, его основные формы, методы и правила.
10. Прогрессивные формы обслуживания и методы продаж, их особенности.
11. Основные типы торговых посредников и поставщиков, участвующих в системе распределения, их услуги.
12. Правовое обеспечение сервисной деятельности, жалобы и претензии потребителей.
13. Защита прав потребителей.
14. Маркетинг взаимоотношений обслуживающего персонала и потребителей в различных типах предприятий сервиса.
15. Сервисная деятельность как составная часть культуры человеческого общества.
16. Этические нормы общения и эстетические аспекты сервисной деятельности.
17. Что включают в себя понятия «технологический процесс», «вспомогательный процесс»?
18. Перечислите принципы рациональной организации производственных процессов.
19. Опишите структуру процесса оказания услуг?
20. Что такое специализация производства?
21. Какие формы специализации используют предприятия сферы сервиса?
22. Какие формы внутрипроизводственного кооперирования используются предприятиями сферы сервиса?
23. По каким признакам можно классифицировать производственные бригады?
24. Что означает размещение производственного процесса во времени?
25. Что такое длительность производственного цикла?
26. Что такое время оказания услуг?
27. Назовите структуру длительности производственного цикла.
28. Какие факторы влияют на время оказания услуг?
29. Назовите пути сокращения длительности производственного цикла.
30. Укажите пути сокращения времени оказания услуг.
31. Что такое сервисное предприятие?
32. Какими признаками характеризуется предприятие?
33. Какие составляющие модели предприятия как открытой производственной системы?
34. Какие виды юридических лиц в соответствии с Гражданским кодексом ЛНР?
35. Какие основные особенности организации деятельности предприятий сферы сервиса?

36. Какую подготовительную работу нужно провести при организации нового предприятия?

37. Какие учредительные документы разрабатываются на предприятии?

38. Порядок разработки устава предприятия.

39. Порядок регистрации предприятия сферы сервиса.

40. По каким признакам можно классифицировать типы предприятий?

41. Дайте определение структуры предприятия.

42. Дайте определение производственно-административная структуры предприятия.

43. Дайте определение производственно-технологическая структуры предприятия.

44. Какие факторы влияют на структуру предприятия?

45. Укажите способы реорганизации предприятия.

46. В каких случаях происходит ликвидация предприятия.

47. Какой порядок ликвидации предприятия.

48. Какой порядок расчета ликвидируемого предприятия скредиторами?

49. Назовите основные типы производства.

50. Охарактеризуйте основные методы организации сервиса производства.

51. В чем преимущества и недостатки массового производства?

52. Перечислите положительные и негативные черты серийного производства?

53. В чем заключаются достоинства и недостатки единичного типа производства?

54. Какие признаки характеризуют поточный метод организации производства?

55. Дайте определение бригадно-операционный метод в сфере торговли и коммерческой деятельности предприятий?

56. В чем заключается сущность индивидуального метода организации производства?

57. Какие функции выполняет организация труда?

58. Дайте определение разделение труда и какие его формы используются?

59. В чём заключается роль организации и обслуживания рабочих мест в системе организации труда?

60. Какие виды норм и нормативов труда используются на предприятии?

61. Какие методы установления норм труда используются?

62. Какие показатели характеризуют уровень организации основного производства?

63. Дайте определение понятий «качество продукции», «качество услуги».

64. Как соотносятся между собой «качество продукции» и «качество обслуживания»?

65. Какие показатели характеризуют качество услуги?

66. Какие факторы влияют на качество услуг по обслуживанию потребителя?

67. Какие требования предъявляются к организации контроля качества услуг по обслуживанию потребителя?

68. Какие принципы организации контроля качества услуг по обслуживанию покупателя?

69. Какие формы и методы контроля качества услуг используются на предприятиях?

70. Укажите роль и место управления качеством в системе управления предприятием?

71. Дайте определение системы управления качеством?

72. Какие показатели характеризуют социально-экономическую эффективность мероприятий по повышению качества услуг по обслуживанию покупателя?

73. Какая роль организации обслуживания потребителей в системе оказания услуги?

74. Какие факторы влияют на организацию обслуживания потребителей?

75. Какие требования, предъявляемые потребителем к услуге?

76. Какие принципы рационального размещения предприятий сферы сервиса?

77. Какими показателями можно охарактеризовать уровень организации обслуживания клиентов?

78. Как классифицируются виды выполняемых услуг?

80. Что характеризует отраслевая группа услуг?

81. Что понимается под формой обслуживания клиента?

82. Какие формы обслуживания используются на предприятиях сферы сервиса?

83. По каким признакам классифицируются формы обслуживания населения?

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
(к практическим занятиям и контрольным работам)»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Вопросы раскрыты на высоком уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 90 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
Хорошо (4)	Вопросы раскрыты на среднем уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 75 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
Удовлетворительно (3)	Вопросы раскрыты на низком уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 50 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
Неудовлетворительно (2)	Вопросы раскрыты на неудовлетворительном уровне или не представлены на момент их оценивания (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ менее чем на 50 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме, не выполнил задание и т.п.).

3. Примеры типовых аналитических и проектных практических заданий (высокий уровень)

Практические задания

Задание 1.

Опишите стандарты работы продавца по следующему плану:

1. Стандарты внешнего вида.
2. Стандарты обслуживания.
3. Процесс обслуживания клиента.
4. Стандарты оформления витрин.

Задание 2.

Решите ситуации, ответы обоснуйте:

Ситуация 1. Посетителя магазина заинтересовал товар, который выставлен в торговом зале. Но весь персонал занят своими делами и проконсультировать потенциального покупателя они не могут. Посетитель ждет. Наконец, мимо него проходит работник магазина, на покупателя не обращает никакого внимания. Но посетитель все же решается к нему обратиться с вопросом.

Посетитель:

– Извините, могу ли я узнать подробнее об этом товаре?

Варианты ответа работника магазина:

1. Я не из этого отдела. (Произносит мимоходом, не глядя на покупателя, и торопливо проходит мимо).

1. Я не даю консультаций (Возможные варианты: «Я не работаю с покупателями», «Я не продавец, а менеджер/бухгалтер/водитель» и т.п. Автору тренинга как-то пришлось услышать и такую тираду: «Вы обратились не по адресу – я главный менеджер магазина, общаться с покупателями не входит в мои обязанности». Произносилось все это назидательным тоном, с некоторой обидой в голосе, мол, как ты посмел обратиться ко мне, большому боссу, как к простому продавцу?).

1. А чего о нем узнавать? (Произносится удивленно). – На ценнике и так все написано.

2. Одну секунду, сейчас я позову нашего сотрудника, который ответит на все Ваши вопросы. (Произносит доброжелательным тоном, остановившись и глядя на покупателя. После чего уходит и через минуту возвращается вместе с продавцом из этого отдела.)

Ситуация 2. Посетитель магазина бытовой техники долгое время внимательно рассматривает кухонные комбайны, выставленные на полках. Недалеко прохаживается продавец.

1. Продавец, не выдержав, подходит к посетителю:

– Что вас интересует? (Вопрос задается с требовательными интонациями в голосе, мол, или покупай, или проваливай.) Посетитель:

– Спасибо, ничего. Я просто смотрю.

Продавец что-то невнятно бурчит себе под нос, после чего поворачивается к посетителю спиной, теряя к нему всякий интерес.

1. Продавец подходит к посетителю:

2. Добрый день. Меня зовут Сергей. Вам нужна консультация?

Посетитель:

– Спасибо, ничего не нужно. Я просто смотрю.

Продавец: Дело в том, что на полках выставлены не все модели, которые у нас имеются. Поэтому, если понадобится, спрашивайте — с удовольствием отвечу на все ваши вопросы.

Посетитель:

– Спасибо.

3. Продавец решил не подходить к посетителю, чтобы не навязывать себя. Посетитель, постояв некоторое время перед стеллажами, поворачивается и молча уходит из магазина.

Ситуация 3. Секция женской одежды. Продавец подходит к потенциальной покупательнице, выбирающей платье. Мне кажется, вам подойдет 46 размер. Покупательница:

Почти угадали. Сорок восьмой. Продавец (снимает платье с кронштейна):

Пройдите, пожалуйста, в кабину, примерьте.

Покупательница долго меряет, смотрит в зеркало. Продавец терпеливо.

Наконец не выдерживает:

Ну как? По-моему, оно вам впору. Покупатель:

Спасибо, но я раздумала брать. (Обращается к мужчине, стоящему рядом). У нас, по-моему, и денег-то нет. Жаль, а оно мне действительно впору.

Продавец презрительным взглядом окидывает покупательницу с ног до головы и отворачивается:

Продавец недовольно бурчит себе под нос что-то типа «Зачем мерить, если денег нет...»

Продавец:

Ничего страшного, я выпишу чек, а за деньгами вы сходите. Платье вам действительно впору.

Покупатель (берет чек):

Большое спасибо.

Задание 3.

Задача на определение качества обслуживания потребителей.

Определите комплексный показатель обслуживания компании ООО «Магнит», если анкетный опрос покупателей по качеству обслуживания показал следующие результаты:

- 1) отличное обслуживание – 1700 человек,
- 2) хорошее – 1400,
- 3) удовлетворительное – 380,
- 4) неудовлетворительное – 40.

Пояснение к решению задачи.

При оценке качества обслуживания используют обобщенный показатель качества обслуживания респондентов четырех групп А, В, С, Д, основу которого составляют отзывы покупателей, а именно:

$$K_0 = \frac{X_1 + X_2 - X_3}{X_1 + X_2 + X_3 + X_4},$$

где K_0 – коэффициент качества обслуживания клиентов;

X_1 – оценка «отлично»;

X_2 – оценка «хорошо»;

Х₃ – оценка «удовлетворительно»;

Х₄ – оценка «неудовлетворительно».

При коэффициенте, равном 0,9 и выше, – качество обслуживания отличное; от 0,89 до 0,8 – хорошее; от 0,79 до 0,7 – удовлетворительное и ниже уровня 0,7 – неудовлетворительное. Проведите оценку психологии процесса обслуживания при оформлении и выдаче заказа потребителю (предприятие на выбор студента).

Задание 4.

Разработайте слайды с презентацией различного уровня инновационные технологии на предприятиях сферы сервиса и обслуживания.

Задание 5.

Оптовая компания занимается реализацией широкоформатных телевизоров. Годовой грузооборот склада составляет 12 тыс. т, при среднем сроке хранения запасов 20 дн. Компания имеет склад площадью 1 950 м², высота потолка 3 м. Товар укладывается в штабели по 20 блоков. Блок состоит из 4 европоддонов, складываемых в 2 яруса. Габаритные размеры европоддона: 2 400х1 600 мм, высота европоддона с товаром – 0,8 м. При данном виде укладки нагрузка на 1 м² площади складирования равна 0,5 т. Коэффициент полезной площади равен 0,5. Руководство компании приняло решение об увеличении объема продаж до 14 тыс. т. Сможет ли склад поддерживать увеличенный объем продаж? Определить размеры дополнительной складской площади.

Задание 6.

Проведите анализ психологии процесса обслуживания при оформлении и выдаче заказа потребителю (предприятие на выбор студента).

Разработайте «памятки» культуры общения работника коммерческого предприятия с потребителями.

Задание 7.

Разработайте «памятки» профессионального поведения работника коммерческого предприятия с потребителями.

Задание 8.

Заполните заказ на различные виды услуг.

Данный заказ должен содержать следующие реквизиты:

- 1) юридический адрес исполнителя, фамилия и инициалы заказчика, его телефон или адрес;
- 2) дата приема заказа, сроки начала и окончания исполнения заказа, сумма аванса (полная сумма), подписи принявшего и сдавшего заказ;
- 3) вид услуги (работы), полное наименование материалов (вещи) исполнителя и потребителя, их стоимость и количество, необходимое для оказания услуги (выполнения работы), заводской номер сдаваемого в ремонт изделия;
- 4) другие реквизиты.

Заказы могут оформляться также путем выдачи жетона, талона, кассового чека и т.п.

Проблемные вопросы для обсуждения в группе

1. Дайте производственный процесс.
2. Укажите структуру производственного процесса.
3. Что включают в себя понятия «технологический процесс», «вспомогательный процесс»?
4. Перечислите принципы рациональной организации производственных процессов.
5. Опишите структуру процесса оказания услуг.
6. Дайте определение термина «специализация производства».
7. Какие формы специализации используют предприятия сферы сервиса?
8. Какие формы внутрипроизводственного кооперирования используются предприятиями сферы сервиса?
9. По каким признакам можно классифицировать производственные бригады?
10. Что означает размещение производственного процесса во времени?
11. Дайте определение длительности производственного цикла.
12. Дайте определения времени оказания услуг.
13. Укажите структуру длительности производственного цикла.
14. Какие факторы влияют на время оказания услуг?
15. Укажите пути сокращения длительности производственного цикла.
16. Назовите пути сокращения времени оказания услуг.
17. Дайте определение торговое предприятие.
18. Какими признаками характеризуется торговое предприятие?
19. Какие составляющие модели предприятия как открытой производственной системы?
20. Какие Вам известные виды юридических лиц в соответствии с Гражданским кодексом ЛНР?
21. Какие основные особенности организации деятельности предприятий сферы сервиса?
22. Какую подготовительную работу нужно провести при организации нового предприятия?
23. Какие учредительные документы разрабатываются на предприятии?
24. Порядок разработки устава предприятия. Порядок регистрации предприятия сферы сервиса.
25. По каким признакам можно классифицировать типы предприятий?
26. Дайте определение организационной структуры предприятия.
27. Дайте определение производственно-административной структуры предприятия.
28. Дайте определение производственно-технологической структуры предприятия.
29. Какие факторы влияют на структуру предприятия?
30. Назовите способы реорганизации предприятия.
31. В каких случаях происходит ликвидация предприятия?
32. Какой порядок ликвидации предприятия?
33. Какой порядок расчета ликвидируемого предприятия с кредиторами?
34. Укажите основные типы производства.
35. Охарактеризуйте основные методы организации сервиса производства.
36. В чем преимущества и недостатки массового производства?
37. Перечислите положительные и негативные черты серийного

производства.

38. В чем заключаются достоинства и недостатки единичного типа производства?

39. Какие признаки характеризуют поточный метод организации производства?

40. Дайте определение бригадно-операционного метода в торговом деле.

41. В чем заключается сущность индивидуального метода организации производства?

42. Какие функции выполняет организация труда?

43. Что такое разделение труда и какие его формы используются?

44. В чём заключается роль организации и обслуживания рабочих мест в системе организации труда?

45. Какие виды норм и нормативов труда используются на предприятии?

46. Какие методы установления норм труда используются?

47. Какие показатели характеризуют уровень организации основного производства?

48. Дайте определение понятий «качество продукции», «качество услуги».

49. Как соотносятся между собой «качество продукции» и «качество обслуживания»?

50. Какие показатели характеризуют качество данной услуги?

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «аналитические и проектные практические задания»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Задание представлено на высоком уровне (обучающийся в полном объёме (не менее 90 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). Задание оформлено в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
Хорошо (4)	Задание представлено на среднем уровне (обучающийся в целом (не менее 75 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). В оформлении задания допущены некоторые неточности относительно требований, предъявляемых к данному виду работ.
Удовлетворительно (3)	Задание представлено на низком уровне (обучающийся выполнил не менее половины поставленных задач или допустил существенные неточности в изложении материала, или изложил материал с существенными ошибками и т.п.). В оформлении допущены ошибки относительно требований, предъявляемых к данному виду работ.
Неудовлетворительно (2)	Задание представлено на неудовлетворительном уровне или не представлено (обучающийся не готов, не выполнил задание и т.п.).

4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачёт)
(высокий уровень)

Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ

**по дисциплине «Современные технологии продаж профессиональных услуг
коммерческих предприятий»**

1. Понятие и структура производственного процесса.
2. Специализация и кооперирование как формы организации производственного процесса.
3. Структура процесса оказания услуги.
4. Обслуживание как отдельный вид услуги.
5. Современные технологии продаж профессиональных услуг коммерческих предприятий.
6. Организация производственного процесса и процесса оказания услуг во времени.
7. Особенности организации деятельности предприятий сферы сервиса.
8. Предприятие сферы сервиса как самостоятельный хозяйствующий субъект.
9. Предприятие сферы сервиса как производственная система.
10. Виды предприятий сферы сервиса.
11. Организационная структура и структура управления коммерческих предприятий.
12. Порядок организации, реорганизации и ликвидации предприятия.
13. Типы и методы организации сервиса при выполнении производственного процесса.
14. Основы организации сервиса труда на предприятии.
15. Показатели оценки уровня организации основного производства.
16. Понятие и показатели качества услуг обслуживания потребителей.
17. Факторы, формирующие качество обслуживания.
18. Задачи и формы организации контроля качества обслуживания.
19. Роль обслуживания потребителей в повышении конкурентоспособности предприятий сферы сервиса.
20. Основы организации обслуживания потребителей коммерческих предприятий.
21. Характеристика видов услуг и форм обслуживания потребителя.
22. Подготовительный этап обслуживания потребителей коммерческих предприятий.
23. Основной этап обслуживания потребителей коммерческих предприятий.
24. Завершающий этап обслуживания потребителей коммерческих предприятий.
25. Факторы, влияющие на качество услуг по обслуживанию потребителя.
26. Требования, предъявляемые к организации контроля качества услуг по обслуживанию потребителя.
27. Принципы организации контроля качества услуг по обслуживанию покупателя.
28. Формы и методы контроля качества услуг используются на предприятиях?

29. Роль и место управления качеством в системе управления предприятием.
30. Дайте определение системы управления качеством.
31. Показатели, которые характеризуют социально-экономическую эффективность мероприятий по повышению качества услуг по обслуживанию покупателя.
32. Роль организации обслуживания потребителей в системе оказания услуги.
33. Факторы, которые влияют на организацию обслуживания потребителей.
34. Требования, предъявляемые потребителем к услуге.
35. Принципы рационального размещения предприятий сферы сервиса.
36. Показатели, которыми можно охарактеризовать уровень организации обслуживания клиентов.
37. Классификация, выполняемых услуг на коммерческом предприятии.
38. Дайте характеристику отраслевой группы услуг.
39. Типы потребителей по привычкам, запросам, желаниям.
40. Типы потребителей по социальному происхождению, статусу, доходам, возрасту.
41. Типы потребителей по духовным ценностям, открытости и динамичности, верности к традициям и поколениям.
42. Дайте определение формы обслуживания клиента.
43. Формы обслуживания используются на предприятиях сферы сервиса.
44. Признаки классификации формы обслуживания населения.
45. Характеристика современных видов и форм обслуживания.
46. Понятие о «контактной зоне».
47. Сервис как форма субъект-субъектного взаимодействия. Общение как взаимовлияние.
48. Проблема конфликтных ситуаций на коммерческом предприятии.
49. Речевое воздействие. Общение как отношение.
50. Проблема нормативного общения в сервисной деятельности.
51. Культура общения и внутренняя культура человека.
52. Соотношение потребностей, способностей, возможностей и средств удовлетворения потребностей человека.
53. Жизненно-стилевые группы потребителей сферы обслуживания и коммерческих предприятий.

Критерии и шкала оценивания к промежуточной аттестации «Зачет»

Характеристика знания предмета и ответов	Шкала оценивания
Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено
Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	
Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.	не зачтено

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобренны изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)