

**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

РАССМОТРЕНО на заседании
методического объединения
укрупненных групп специальностей
43.00.00 «Сервис и туризм»
Протокол № 5 от 25.05.2022 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор СМК
_____ Н.В. Кандаурова
« ____ » _____ 2022 г.

РЕКОМЕНДОВАНО
Методическим советом СМК
Протокол № 6 от 27.05.2022 г.

**КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ К
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ – ЗАЧЕТ

Дисциплина: Сервисная деятельность

Специальности: 43.02.12 Технология эстетических услуг

Курс: 4 курс

Разработчики:

Преподаватель
Абидова С.А.

Ставрополь, 2022

1. Общие положения

Контрольно-измерительные материалы предназначены для контроля и оценки образовательных и профессиональных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Сервисная деятельность».

КИМ включают контрольные материалы для проведения промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета.

2. Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке

ОК, ПК, ЛР	Освоенные умения	Усвоенные знания
ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ОК 10. ОК 11. ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.4. ПК 3.4. ЛР 4 ЛР 11 ЛР 13 ЛР 15 ЛР 28	- понятие и содержание сервисных технологий - понятие, значение и способы контроля качества услуг и обслуживания - критерии качества работы и способы мотивации работников сервисных организаций - показатели качества услуг, качества и уровня обслуживания - правила и нормы сервисного обслуживания.	- классифицировать потребности в услугах и сервисном обслуживании - применять методы обслуживания клиентов, обеспечивающих имидж ПИК, повышающих комфортность обслуживания клиентов - работать в «Контактной зоне» - организовывать собственное дело - работать с косметическими средствами

3. Измерительные материалы для оценивания результатов освоения учебной дисциплины

3.1. Задания для проведения зачета

Форма зачета – устная по вопросам

Условия выполнения задания

1. Место (время) выполнения задания: аудитория 219 Кабинет географии туризма, турагентской и туроператорской деятельности; информационно-экскурсионной деятельности. Учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг (турфирма). Учебно-тренинговый офис. Лаборатория коммуникативных тренингов.

2. Максимальное время выполнения задания: 20 мин

3. Источники информации, разрешенные к использованию на зачете, оборудование: канцелярские принадлежности (ручка, карандаши).

Перечень теоретических вопросов

1. Предмет, цели и задачи дисциплины. Структура дисциплины.
2. Ключевые понятия сервисной деятельности.
3. Современное понятие сферы сервиса.
4. Основные законодательные и нормативные акты в области регулирования отношений между исполнителями и потребителями. Закон РФ «О защите прав потребителей».
5. Правила бытового обслуживания населения.
6. Основные подходы к осуществлению сервиса. Принципы сервиса.
7. Отраслевая структура сервисной деятельности.
8. Специфические особенности индустрии красоты
9. Особенности организации деятельности предприятий сферы сервиса.
10. Виды предприятий сферы сервиса.
11. Структура предприятий индустрии красоты (ПИК), направления её совершенствования.
12. Роль обслуживания потребителей в повышении конкурентоспособности предприятия сферы сервиса.
13. Основы организации обслуживания потребителя в салоне-парикмахерской.
14. Формы обслуживания населения.
15. Методы обслуживания клиентов, обеспечивающих имидж ПИК, повышающих комфортность обслуживания клиентов
16. «Контактная зона» как место реализации сервисной деятельности.
17. Особенности организации «контактной зоны» в ПИК.
18. Оснащение рабочих мест работников «контактной зоны»
19. Культура сервиса и её составляющие.
20. Правовое регулирование отношений в сервисной деятельности.
21. Права и обязанности участников сервисной деятельности.
22. Конфликтные ситуации между исполнителями и потребителями и их урегулирование.
23. Понимание клиентов и их потребностей. Факторы, влияющие на формирование услуги.
24. Классификация потребностей в услугах и сервисном обслуживании.
25. Основные различия товара и услуги.
26. Комплекс маркетинга в сфере сервиса и особенности его реализации.
27. Стратегия и тактика маркетинга сервисного предприятия.
28. Жизненный цикл услуги и его основные этапы.
29. Формирование цены на услугу.
30. Конкуренция на рынке услуг парикмахерских, её роль.

31. Источники рыночной информации. Принципы работы с клиентом.
32. Критерии выбора сегмента парикмахерских услуг.
33. Принципы сегментирования рынка услуг парикмахерских.
34. Качество и уровень сервиса: понятия качества и уровня обслуживания, качества услуги.
35. Составляющие качества услуг и обслуживания.
36. Показатели качества услуг, качества и уровня обслуживания .
37. Контроль регламента и качества процесса сервиса в индустрии красоты
38. Понятие, значение и способы контроля качества услуг и обслуживания.
39. Стандарты парикмахерских услуг как форма контроля в салонах-парикмахерских.
40. Критерии качества работы и способы мотивации работников сервисных организаций.
41. Контроль удовлетворённости потребителей услуг
42. Понятие и содержание сервисных технологий.
43. Понятие новых видов услуг для рынка и для данного региона; необходимость продвижения на рынок новых видов услуг.
44. Прогрессивные формы в индустрии красоты
45. Разработка и продвижение на рынок новых видов услуг и форм обслуживания, влияние их на себестоимость, цену, удовлетворённость потребителей ассортиментом и качеством услуг, уровнем и качеством обслуживания.
46. Оценка эффективности внедрения новых видов услуг и форм обслуживания.

Критерии оценивания заданий

«Зачтено» за полностью, правильно выполненное задание.

«Не зачтено» задание не выполнено, или при выполнении допущены грубые ошибки.