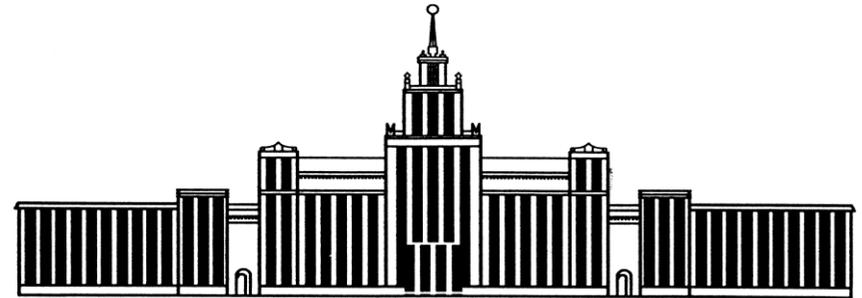

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

64.04(075.8)

Ю.А. Балдина

РЫНОК СЕРВИСНЫХ УСЛУГ

Методические указания по
самостоятельной работе студентов

Челябинск
2013

Министерство образования и науки Российской Федерации
Южно-Уральский государственный университет
Кафедра «Экономика торговли»

64.04(075.8)

Ю.А. Балдина

РЫНОК СЕРВИСНЫХ УСЛУГ

Методические указания по самостоятельной работе студентов

Под редакцией М.К.Ахтямова

Челябинск
2013

УДК 64.04(075.8)

Одобрено учебно-методической комиссией кафедры

Рецензенты:

И.Ю. Окольнишникова, Я.С. Добрынина

Балдина Ю.А.

С149 Рынок сервисных услуг: методические указания по самостоятельной работе студентов / Ю.А. Балдина; под ред. М.К. Ахтямова. - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. - 20 с.

Методические рекомендации составлены в соответствии с требованиями ФГОС 3+, раскрывают теоретико-методологические характеристики и способы организации самостоятельной работы студентов, позволяющие более эффективно работать с учебной и научной литературой, критически осмысливать прочитанный и изученный материал.

Представленные материалы могут быть использованы для подготовки специалистов и бакалавров экономистов и менеджеров.

УДК 64.04 (075.8)

Оглавление

Введение.....	5
1. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.....	6
2. Место дисциплины в структуре ОП ВО	7
3. Объём и виды учебной работы	8
4. Содержание дисциплины	8
4.1. Лекции	9
4.2. Практические занятия, семинары.....	9
4.3. Самостоятельная работа студента.....	10
5. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе.....	11
6. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.....	11
6.1. Паспорт фонда оценочных средств.....	11
6.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания.....	12
6.3. Типовые контрольные задания	14
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	15
Заключение	17
ПРИЛОЖЕНИЕ А	18

Введение

Методические указания предназначены для организации самостоятельной работы учащихся по дисциплине «Рынок сервисных услуг» для направления подготовки 43.03.01 «Сервис». Главная задача методических указаний помочь самостоятельно освоить некоторые теоретические вопросы и выполнить практические задания по дисциплине «Рынок сервисных услуг» для направления подготовки 43.03.01 «Сервис». Методические указания облегчают подготовку к выполнению самостоятельных работ, а так же обращают внимание студента на главное, существенное в изучаемой дисциплине, помогают выработать умения анализировать, связывать теорию с практикой. Методические указания содержат тематику, формы, требования по формам и методам контроля самостоятельной работы. Материал, предлагаемый методическими рекомендациями, рассмотрен и утвержден на методической комиссии в соответствии с программой по дисциплине «Рынок сервисных услуг» для направления подготовки 43.03.01 «Сервис».

Цель дисциплины: знакомство с особенностями функционирования рынка сервисных услуг, с теорией и практикой сервисной деятельности, направленной на удовлетворение разнообразных потребностей человека, а также подготовка специалистов, владеющих знаниями о сущности, способах осуществления и специфике сервисной деятельности.

Задачи дисциплины:

- формирование у студентов навыков познавательной деятельности в сфере исследования человеческих потребностей;
- выработка у студентов представлений о содержании сервисной деятельности в современном обществе;
- овладение спецификой деятельности фирм по оказанию сервисных услуг, направленных на удовлетворение потребностей человека;
- формирование у студентов умения сегментировать потребительский рынок сервисных услуг;
- знакомство с ролью современных инновационных технологий в исследовании и создании услуг в сфере сервисного обслуживания

1. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Настоящие методические указания содержат вопросы, работы и примеры заданий, которые позволяют студентам самостоятельно овладеть знаниями, профессиональными умениями, опытом творческой и исследовательской деятельности и направлены на формирование следующих компетенций:

В рамках компетенции ПК-8 способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями планируемыми результатами обучения (ЗУНы) будут:

Знать:

- особенности рынка сервисных услуг в различных странах;
- региональный рынок сервисных услуг, особенности современного развития;
- правила обслуживания населения;
- нормативно-законодательную базу,
- регламентирующую услуги сервиса.

Уметь:

- соблюдать в профессиональной деятельности правила обслуживания клиентов;
- определять критерии качества услуг в профессиональной деятельности;
- использовать различные средства делового общения.

Владеть:

- инструментами исследования рынка сервисных услуг и технологией сервисной деятельности.

В рамках компетенции ПК-9 способностью выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности планируемыми результатами обучения (ЗУНы) будут:

Знать:

- понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности;
- способы и формы оказания услуг;
- нормы и правила профессионального поведения и этикета;
- этику взаимоотношений в трудовом коллективе, в общении с потребите-

лями;

- критерии и составляющие качества услуг; культуру обслуживания потребителей;

- психологические особенности делового общения и его специфику в сфере обслуживания.

Уметь:

- дифференцировать различные психологические особенности в процессе выбора сервисных технологий и формы обслуживания клиентов;

- использовать разные приемы изучения потребительских запросов, обращаться с клиентами в случае их неудовольствия и жалоб;

- грамотно судить о важнейших аспектах сервисного производства, а также качества, безопасности и культуры обслуживания

Владеть:

- приемами делового этикета, культуры речи, служебных отношений в процессе взаимодействия с клиентами и сотрудниками сервисного предприятия;

- разными стратегиями (ресурсные, кадровые, технологические и др.) повышения эффективности работы сервисного предприятия.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана представлены в табл.1.

Таблица 1

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
В.1.13 Введение в направление	ДВ.1.10.02 Современные системы продаж услуг сервиса, ДВ.1.10.01 Организация электронного бизнеса в сервисе

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин (табл.2):

Требования к «входным» знаниям, умениям и навыкам студента

Дисциплина	Требования
В.1.13 Введение в направление	<p>знать: • профессиональную терминологию, основные технологии сервисной деятельности предприятий сервиса транспортных средств; - • основы информатики и информационных технологий в сфере сервиса транспортных средств.</p> <p>уметь: • использовать основные социально-культурные технологии в сервисной деятельности; • обрабатывать информацию, необходимую для анализа ресурсов, формирования и продвижения услуг предприятий сервиса;</p> <p>владеть: • навыками использования основных социально-культурных технологий в сервисной деятельности; • применять этические основы, деловой этикет и эстетические аспекты сервисной деятельности.</p>

3. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 ч и распределение по видам учебной работы представлены в табл.3.

Виды учебной работы и распределение часов

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		9
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
<i>Аудиторные занятия</i>	16	16
Лекции (Л)	6	6
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	10	10
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	128	128
Подготовка докладов, презентаций (текущий контроль)	69	69
Подготовка к экзамену (промежуточный контроль)	59	59
Вид итогового контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

4. Содержание дисциплины

Содержание дисциплины и объемы аудиторных занятий по видам представлены в табл.4.

Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Социальные предпосылки возникновения и развития рынка сервисной деятельности	4	2	2	0
2	Организация сервисной деятельности. Развитие сервиса	4	2	2	0
3	Услуга как специфический продукт	4	2	2	0
4	Новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания	4	0	4	0

4.1. Лекции

В табл.5 представлено краткое содержание лекционных занятий.

Таблица 5

Наименование или краткое содержание лекционного занятия

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Возникновение сервисной деятельности. Развитие сервиса.	2
2	2	Виды сервисной деятельности. Рынок сервисных услуг как объект исследования	2
3	2	Предприятия, оказывающие услуги населению.	2
4	3	Изучение потребностей человека как основа формирования услуги	2
5	3	Понятие контактной зоны сервисных предприятий.	2

4.2. Практические занятия, семинары

В табл.6 представлено краткое содержание практических занятий и семинаров.

Таблица 6

Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Подготовка и обсуждение доклада на тему: «Основные этапы развития сервисной деятельности и рынка сервисных услуг»	2

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
2	2	Составление и обсуждение структурной схемы: «Отраслевая структура сферы сервиса»	2
3	3	Выполнение творческой работы в форме альбомов или презентаций по выбранной сервисной услуге	2
4	4	Подготовка и обсуждение докладов: "Новые виды услуг в различных сферах бизнеса", "Прогрессивные формы обслуживания"	2

4.3. Самостоятельная работа студента

Список литературы с указанием разделов, глав и страниц, необходимой для подготовки к выполнению самостоятельной работы студентов применительно к разным видам работ, представлен табл. 7.

Таблица 7

Выполнение самостоятельной работы студента

Выполнение СРС		
Вид работы и содержание задания	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц)	Кол-во часов
Подготовка докладов, презентаций. Примеры тем: 1. Понятие контактной зоны как места реализации сервисной деятельности; особенности организации контактной зоны на сервисных предприятиях. 2. Сервис как форма взаимодействия между субъектами. 3. Культура сервиса и ее составляющие.	1. Кулбанова В.В. Маркетинг: Сервисная деятельность. Учебное пособие - СПб - 2012 г. (глава 1, 10-46 стр.). 2. Виноградова С.А., Сорокина Н.В., Жданова Т.С., Организация и планирование деятельности предприятий сервиса, - Дашков и К. - Ай Пи Эр Медиа, 2014	69
Подготовка к экзамену	Лойко О.Т. Сервисная деятельность: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям и направлениям укрупненной группы направлений "Сфера обслуживания" / О. Т. Лойко-М. : Академия, 2010. - 304 с.	59

5. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные образовательные технологии подразумевают целенаправленное, осмысленное изменение педагогической деятельности (и управления этой деятельностью) через разработку и введение в образовательных учреждениях педагогических и управленческих новшеств: нового содержания обучения, воспитания, управления; новых способов работы, новых средств, организационных форм. В качестве инновационных форм учебных занятий по дисциплине «Рынок сервисных услуг» используются интерактивные формы обучения – командная работа (работа в малых группах) и дискуссия по актуальным вопросам, связанными особенностями сервисной деятельности (табл.8, 9), более подробно расписанные в п. 4.2

Таблица 8

Инновационные формы учебных занятий

Инновационные формы учебных занятий	Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)	Краткое описание	Кол-во ауд. часов
Командная практическая работа	Практические занятия и семинары	Составление и обсуждение структурной схемы: «Отраслевая структура сферы сервиса».	2

Таблица 9

Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

Инновационные формы обучения	Краткое описание и примеры использования в темах и разделах
Командная практическая работа	Составление и обсуждение структурной схемы: «Отраслевая структура сферы сервиса».

6. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

6.1. Паспорт фонда оценочных средств

Паспорт фонда оценочных средств составляется на основе компетенций, формируемых в процессе обучения, и состоит из всех видов контроля, включая текущий и промежуточный, с указанием типа заданий (табл.10).

Таблица 10

Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов дисциплины	Контролируемая компетенция ЗУНы	Вид контроля (включая текущий)	№№ заданий
Социальные предпосылки возникновения и развития рынка сервисной деятельности	ПК-8 способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями (ПК-8)	Опрос (текущий контроль)	вопросы к опросу
Услуга как специфический продукт	ПК-9 способностью выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности (ПК-9)	Опрос (текущий контроль)	вопросы к опросу
Все разделы	ПК-9 способностью выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности (ПК-9)	Экзамен (промежуточный контроль)	Вопросы к экзамену
Все разделы	ПК-8 способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями (ПК-8)	Экзамен (промежуточный контроль)	Вопросы к экзамену

6.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

В табл.11 представлены критерии оценивания в зависимости от вида контроля и процедуры оценивания.

Таблица 11

Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
Опрос (текущий контроль)	Студент должен иметь представление: <ul style="list-style-type: none"> • об особенностях деятельности предприятий сервиса; знать: классификацию предприятий, осуществляющих сервисную деятельность; понятие-услуга, ее характеристики; структуру сервисных предприятий 	Отлично: Теоретическое содержание курса освоено полностью, компетенции сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены Хорошо: Теоретическое содержание курса освоено полностью, компетенции сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями выполнения учебных заданий

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
		<p>Удовлетворительно: Теоретическое содержание курса освоено частично, компетенции сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, в них имеются ошибки</p> <p>Неудовлетворительно: Теоретическое содержание курса не освоено, компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения заданий либо не выполнены, либо содержат грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не привела к какому-либо повышению качества</p>
Тест (текущий контроль)	По итогам выполнения домашних заданий проводится тестирование.	<p>Процедура проведения тестирования предполагает одновременное нахождение в аудитории группы студентов (но не более 30 человек). Каждому студенту выдается бланк заданий, включающий себя перечень вопросов и вариантов ответов. Для корректности проведения процедуры оценивания задания составляются минимум в 2-х вариантах. Общее количество вариантов тестовых заданий не ограничено. Тест считается успешной пройденным, если студент ответил на 65% вопросов.</p> <p>Зачтено: правильные ответы на 65% и более вопросов теста</p> <p>Не зачтено: правильные ответы на менее 65% вопросов теста</p>
экзамен (промежуточный контроль)	Итоговой процедурой оценивания пройденного материала является экзамен. Процедура проведения экзамена предполагает одновременное нахождение в аудитории группы студентов (но не более 30 человек).	<p>Отлично: полные, исчерпывающие, аргументированные ответы на все основные и дополнительные вопросы</p> <p>Хорошо: полные, аргументированные ответы на все основные и дополнительные вопросы при незначительных упущениях и неточностях</p>

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
	Каждому студенту выдается билет, включающий в себя два вопроса. Студентам дается время (45 минут) на составление плана ответа, далее в устной форме индивидуально каждый студент отвечает преподавателю на основные (обозначенные в билете) и дополнительные вопросы.	Удовлетворительно: неполные или слабо аргументированные ответы, характеризующие общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов, понятийного аппарата. Неудовлетворительно: наличие принципиальных ошибок в выполнении заданий, учащемуся, не способному к их исправлению без дополнительного обучения по дисциплине, не способному продолжать обучение и в дальнейшем приступить к профессиональной деятельности без дополнительных компетенций по данной дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания

В табл.12 представлены типовые контрольные задание в соответствии с видом контроля.

Таблица 12

Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
Опрос (текущий контроль)	1. Услуги в современной экономике и их особенности как товара. 2. Классификация услуг. 3. Покупательский риск в сфере услуг. 4. Рынок услуг и его особенности. Маркетинговая среда предприятия сервиса
Тест (текущий контроль)	Тестовые задания представлены в Приложении А
Экзамен (промежуточный контроль)	1. Социальные предпосылки возникновения и развития рынка сервисной деятельности 2. Организация сервисной деятельности. Развитие сервиса

Вид контроля	Типовые контрольные задания
	3. Услуга как специфический продукт 4. Новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания 5. Предприятия, оказывающие услуги населению. 6. Изучение потребностей человека как основа формирования услуги 7. Понятие контактной зоны сервисных предприятий. 8. Особенности функционирования рынка сервисных услуг 9. Культура сервиса и ее составляющие 10. Сервис как форма взаимодействия между субъектами 11. Особенности рынка сервисных услуг в различных странах 12. Региональный рынок сервисных услуг, особенности современного развития 13. Правила обслуживания населения 14. Нормативно-законодательная база, регламентирующая услуги сервиса. 15. Критерии качества услуг 16. Понятие средств делового общения 17. Инструменты исследования рынка сервисных услуг и технология сервисной деятельности

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Системы, технологии и организация услуг в автомобильном сервисе Текст учебник для вузов по специальности "Сервис трансп. и технол. машин и оборудования (автомобил. трансп.) и др. А. Н. Ременцов и др.; под ред. А. Н. Ременцова, Ю. Н. Фролова. - 2-е изд., стер. - М.: Академия, 2014. - 477, [1] с. ил.

2. Барлоу, Д. Сервис, ориентированный на бренд : Новое конкурентное преимущество Текст Д. Барлоу, П. Стюарт ; пер. с англ. Г. Сахацкого. - М.: Олимп-Бизнес, 2007. - 271 с.

б) дополнительная литература:

1. Мошкина, Л. Д. Маркетинг услуг Текст учеб. пособие Л. Д. Мошкина ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2012. - 101, [1] с. электрон. версия

2. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг Текст учеб. пособие для вузов по направлению 080111 "Маркетинг услуг" Т. А. Тультаев. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 206, [1] с. ил.

3. Песоцкая, Е. В. Маркетинг услуг Учеб. пособие Е. В. Песоцкая. - СПб.: Питер, 2000. - 155, [2] с. ил.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в

библиотеке:

1. Маркетинг в России и за рубежом 16+ ЗАО "Финпресс" журнал
- 2) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Введение в специальность. История сервиса: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по сервисным специальностям / Д. А. Аманжолова [и др.] - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2009. - 384 с.

2. Волгин, В. В. Автодилер. Маркетинг техники: Рынок техники. Создание дилерского центра. Реализация техники. Управление предприятием. Развитие деятельности. Практическое пособие В. В. Волгин. - М.: Дашков и К, 2005. - 871 с.

В табл.13 представлена электронная учебно-методическая документация, а также наименование ресурса в электронной форме и возможности доступа.

Таблица 13

Электронная учебно-методическая документация

Наименование разработки	Наименование ресурса в электронной форме	Доступность
Основная литература		
Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2009. — 152 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/918 — Загл. с экрана.	Электронно-библиотечная система Издательства Лань	Интернет / Авторизованный
Дополнительная литература		
Шиловский, В.Н. Маркетинг и менеджмент технического сервиса машин и оборудования. [Электронный ресурс] / В.Н. Шиловский, А.В. Питухин, В.М. Костюкевич. — Электрон. дан. — СПб. : Лань, 2015. — 272 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/56614 — Загл. с экрана.	Электронно-библиотечная система Издательства Лань	Интернет / Авторизованный

Заключение

В методических указаниях по самостоятельной работы студентов представлены объемы и виды учебной работы, формируемые в процессе изучения дисциплины «Рынок сервисных услуг» компетенции обучающегося, определено место дисциплины в структуре ОП ВО, представлены планы практических и лекционных занятий, примеры вопросов, инновационные образовательные технологии, используемые в процессе обучения. Существенное внимание уделено учебно-методическому и информационному обеспечению дисциплины.

Методические указания по самостоятельной работы студентов по дисциплине «Рынок сервисных услуг» составлены в соответствии с требованиями образовательного стандарта.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:

- a) опрос, профессионализм, качество;
- b) услуга, спрос, специалист;
- c) деятельность, потребность и услуга.

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

- a) исследовательская;
- b) потребительская (пользовательская);
- c) ценностно-ориентационная.

3. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести: а) рекламные услуги;

- b) организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
- c) психодиагностику.

4. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:

- a) уровень развития экономики и хозяйственная система;
- b) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;
- c) общественные структуры: политические партии.

5. В чем заключается неосвязаемость услуги:

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

7. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это:

- a) спрос;
- b) потребность;
- c) мотивация.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

- a) неразрывность производства и потребления услуги;
- b) несохраняемость услуг;
- c) незабываемость услуг.

9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:

- a) определенный способ предоставления услуг заказчику;
- b) предоставление информации клиенту;
- c) оказание услуги клиенту.

10. Сервисная деятельность – это:

- a) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
- b) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);

с) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

11. Услуга обладает следующими качествами:

- а) способность к хранению и транспортировке;
- б) неотделимость от своего источника;
- с) неизменностью качества.

12. К некоммерческим услугам относят:

- а) услуги предприятий туризма и отдыха;
- б) услуги организаций общественного питания;
- с) услуги благотворительных фондов.

13. Целью сервисной деятельности является:

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

14. Контактной зоной не является:

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

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

- а) бесконтактным;
- б) формальным;
- с) бесплатным.

16. Физические потребности это потребности в:

- а) в общественной деятельности,
- б) во сне;
- с) в творческой деятельности.

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- а) бесконтактное обслуживание;
- б) фирменное обслуживание;
- с) неформальное обслуживание.

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

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

19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния.

Интимное расстояние - общение близких или хорошо знакомых людей.

- а) 0 – 45см;
- б) 45 – 120 см;
- с) 120 – 400 см.

20. Франчайзинг это:

- а) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании

ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;

б) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества;

с) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

а) социальный статус;

б) выгода;

с) мотив.

22. Характеристика услуг:

а) неопределенность качества;

б) могут накапливаться;

с) передача собственности.

23. Характеристика товаров:

а) неоднородность;

б) индивидуальность;

с) осязаемость.

24. Виды сервиса по содержанию работ. Жесткий сервис это:

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;

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