

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Первякова Светлана Валерьевна
Должность: Директор колледжа СКФУ в г. Ставрополе
Дата подписания: 19.06.2026 12:14:09
Уникальный программный ключ:
63a18c373da05c089b08fcc89c468af301900f17

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»
Колледж СКФУ в г. Ставрополе

УТВЕРЖДАЮ

и.о. директора института
перспективной инженерии,
канд. тех. наук,
доцент Порохня А.А.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по (учебной) дисциплине ОП.05 Сервисная деятельность

Специальность 08.02.14 «Эксплуатация и обслуживание многоквартирного дома»

Форма обучения очная
очная, заочная, очно-заочная

Ставрополь

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (далее - ФОС) предназначен для оценивания знаний, умений, уровня сформированности компетенций студентов, обучающихся по специальности 08.02.14 Эксплуатация и обслуживание многоквартирного дома по дисциплине ОП.05 Сервисная деятельность.

ФОС составлен на основе ФГОС и рабочей программы дисциплины.

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине предусмотрена в форме экзамена с выставлением отметки по системе «отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно».

1.2. Планируемые результаты освоения (учебной) дисциплины

ФОС позволяет оценить знания, умения, сформированность общих и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС и рабочей программой учебной дисциплины.

Планируемые результаты освоения (знания и умения) и перечень осваиваемых компетенций (общих и профессиональных) указываются в соответствии с ФГОС, ОП и рабочей программой учебной дисциплины.

умения:

- У.1 Принимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту.
- У.2 Вести прием граждан по вопросам регистрационного учета и информированию по задолженности за жилищно-коммунальные услуги.
- У.3 Оформление и ведения технической и иной документации, а также документов, свидетельствующих об исполнении требований нормативных правовых актов Российской Федерации к осуществлению деятельности, связанной с управлением многоквартирными домами
- У.4 Вести прием граждан по вопросам регистрационного учета и информированию по задолженности за жилищно-коммунальные услуги.
- У.5 Принимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту.
- У.6 Подбора и проверки материалов и инструментов в соответствии с полученным заданием на проведение земляных работ на действующих водопроводно-канализационных сетях.

знания:

- З.1 Составлять, оформлять и регистрировать документацию по управлению многоквартирными домами для структурных подразделений и организации в целом.
- З.2 Технологий сбора и нормы накопления ТКО.
- З.3 Правил технической эксплуатации систем водоснабжения и водоотведения населенных мест профессиональные компетенции:
 - ПК 1.1
 - ПК 1.2
 - ПК 1.3
 - ПК 2.5
 - ПК 3.1

1.3. Формы контроля и оценивания

Предметом оценки служат умения и знания, предусмотренные ФГОС по (учебной) дисциплине, направленные на формирование общих и профессиональных компетенций.

Таблица 1 Контроль и оценка освоения (учебной) дисциплины по темам (разделам)

Элемент учебной дисциплины	Формы контроля и оценивания			
	Текущий контроль		Промежуточная аттестация	
	Методы оценки	Проверяемые ПК, ОК	Методы оценки	Проверяемые ПК, ОК
Раздел. Технологии сервисной деятельности			<i>Экзамен</i>	<i>ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 2.5, ПК 3.1</i>
Тема 1. Сущность сервисной деятельности	Устный опрос, Практические занятия	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1		
Тема 2. Организация сервисной деятельности	Устный опрос, Практические занятия	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1		
Тема 3. Взаимодействие с потребителями	Устный опрос, Практические занятия	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1		
Тема 4. Инновации в сервисе	Устный опрос, Практические занятия	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1		

2. Оценочные средства текущего контроля успеваемости и критерии оценки

Вопросы к устному опросу:

1. Зарождение и развитие услуг в античное время.
2. Особенности сервисной деятельности в Средневековье и Новое время.
3. Развитие сервиса в эпоху индустриализации.
4. Сервис и постиндустриальное общество.
5. Развитие сервиса в досоветский период.
6. Особенности и проблемы сервиса в СССР.
7. Современные тенденции и процессы в системе сервиса
8. Различные подходы к понятию «сервис», «сервисная
9. деятельность».
10. Сервис как форма человеческой деятельности.
11. Сервисная деятельность как способ удовлетворения потребностей.
12. Потребности современного человека и возможности сервиса.
13. Антиобщественные потребности.
14. Услуги в современной экономике и их особенности как товара.
15. Покупательский риск в сфере услуг.
16. Рынок услуг и его особенности.
17. Маркетинговая среда предприятия сервиса.
18. Сегментирование рынка услуг
19. Уровень жизни основной части граждан в середине XX века.
20. Сервисная деятельность в обществе постиндустриального типа.
21. Новые услуги в XXI веке.
22. Развитие сервисной деятельности на Руси.
23. Противоречия сервисной деятельности
24. Принципы современного сервиса.
25. Задачи современного сервиса.

26. Усиление роли сервиса в современной экономике.
27. Воздействие факторов роста сферы услуг. Эволюция понятия товар.
28. Виды сервиса по времени его осуществления.
29. Принципы гарантийного обслуживания. Функции гарантии.
30. Виды сервиса по содержанию работ.
31. Фирменный сервис и его преимущества.
32. Основные подходы к осуществлению сервиса.
33. Качество сервисных услуг и его показатели
34. Формы коммуникации в сервисе.
35. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации
36. сервисной деятельности.
37. Сервис как форма объект - субъектного
38. взаимодействия.
39. Общение как взаимовлияние отношений в сервисной деятельности.
40. Проблема конфликтных ситуаций.
41. Речевое воздействие
42. Структура строительного комплекса Российской Федерации.
43. Предприятия сервиса в области строительства.
44. Строительные компании.
45. Агентства недвижимости.
46. Риэлторские компании.
47. Управление жилищным фондом.
48. Управляющие компании
49. Ремонтно-строительное управление.
50. Компании по установке окон и дверей.
51. Ремонтные бригады
52. Поведение потребителя в процессе принятия им решения
53. Понятия: «качество услуги», «качество обслуживания».
54. Четыре типа качества.
55. Критерии и показатели качества.
56. Безопасность как показатель качества услуги.
57. Культура обслуживания как показатель качества
58. Формы государственной поддержки коммунальной и социальной сферы в РФ
59. Инновационные технологии в сервисе

Критерии оценки

Оценка «отлично» выставляется студенту за глубокое и полное овладение содержанием учебного материала, в котором студент легко ориентируется, владение понятийным аппаратом, за умение применять теоретические знания при решении практических задач. Отличная отметка предполагает грамотное, логичное изложение устного ответа.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент полно освоил учебный материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, грамотно излагает устный ответ, но содержание и форма ответа имеют некоторые неточности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает при ответе грубые ошибки, за полное незнание и непонимание учебного материала.

3. Оценочные средства для промежуточной аттестации и критерии оценки

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Зарождение и развитие услуг в античное время.
2. Особенности сервисной деятельности в Средневековье и Новое время.
3. Развитие сервиса в эпоху индустриализации.
4. Сервис и постиндустриальное общество.
5. Развитие сервиса в досоветский период.
6. Особенности и проблемы сервиса в СССР.
7. Современные тенденции и процессы в системе сервиса
8. Различные подходы к понятию «сервис», «сервисная
9. деятельность».
10. Сервис как форма человеческой деятельности.
11. Сервисная деятельность как способ удовлетворения потребностей.
12. Потребности современного человека и возможности сервиса.
13. Антиобщественные потребности.
14. Услуги в современной экономике и их особенности как товара.
15. Покупательский риск в сфере услуг.
16. Рынок услуг и его особенности.
17. Маркетинговая среда предприятия сервиса.
18. Сегментирование рынка услуг
19. Уровень жизни основной части граждан в середине XX века.
20. Сервисная деятельность в обществе постиндустриального типа.
21. Новые услуги в XXI веке.
22. Развитие сервисной деятельности на Руси.
23. Противоречия сервисной деятельности
24. Принципы современного сервиса.
25. Задачи современного сервиса.
26. Усиление роли сервиса в современной экономике.
27. Воздействие факторов роста сферы услуг. Эволюция понятия товар.
28. Виды сервиса по времени его осуществления.
29. Принципы гарантийного обслуживания. Функции гарантии.
30. Виды сервиса по содержанию работ.
31. Фирменный сервис и его преимущества.
32. Основные подходы к осуществлению сервиса.
33. Качество сервисных услуг и его показатели
34. Формы коммуникации в сервисе.
35. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации
36. сервисной деятельности.
37. Сервис как форма объект - субъектного
38. взаимодействия.
39. Общение как взаимовлияние отношений в сервисной деятельности.
40. Проблема конфликтных ситуаций.
41. Речевое воздействие
42. Структура строительного комплекса Российской Федерации.
43. Предприятия сервиса в области строительства.
44. Строительные компании.
45. Агентства недвижимости.
46. Риэлторские компании.
47. Управление жилищным фондом.
48. Управляющие компании
49. Ремонтно-строительное управление.
50. Компании по установке окон и дверей.
51. Ремонтные бригады

52. Поведение потребителя в процессе принятия им решения
53. Понятия: «качество услуги», «качество обслуживания».
54. Четыре типа качества.
55. Критерии и показатели качества.
56. Безопасность как показатель качества услуги.
57. Культура обслуживания как показатель качества
58. Формы государственной поддержки коммунальной и социальной сферы в РФ
59. Инновационные технологии в сервисе

Критерии оценки

Оценка «отлично» выставляется студенту за глубокое и полное овладение содержанием учебного материала, в котором студент легко ориентируется, владение понятийным аппаратом, за умение применять теоретические знания при решении практических задач. Отличная отметка предполагает грамотное, логичное изложение устного ответа.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент полно освоил учебный материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, грамотно излагает устный ответ, но содержание и форма ответа имеют некоторые неточности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает при ответе грубые ошибки, за полное незнание и непонимание учебного материала.

Оценочные средства для проверки уровня сформированности компетенций

Номер задания	Содержание вопроса	Правильный ответ	Компетенции
1.	Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления: 1. жилищно-коммунальные услуги; 2. научно-исследовательские услуги; 3. услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги	2	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
2.	Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности: 1. материально-преобразовательная; 2. исследовательская; 3. потребительская (пользовательская)	1	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
3.	Какие из перечисленных услуг ресторана относятся к вспомогательным? 1. Резервирование столиков; 2. Вызов такси; 3. Кондиционирование воздуха	2	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
4.	Реклама, экспертиза, психодиагностика, имиджмейкерские услуги, художественно-оформительские услуги – это область сервиса в: 1. материально-преобразовательной деятельности; 2. познавательной деятельности;	3	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1

	3. ценностно-ориентационной деятельности;		
5.	Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней: 1. потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, физиологические потребности, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении; 2. физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении); 3. потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности.	2	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
6.	Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это: 1. контактная зона; 2. зал ожидания; 3. комната для посетителей.	1	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
7.	В чем заключается несохраняемость услуг: 1. процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса; 2. услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит; 3. они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.	3	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
8.	Отличительными особенностями услуг являются: 1. неосвязаемость услуг; 2. неразрывность производства и потребления услуги; 3. незабываемость услуг.	1	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
9.	Обслуживание это: 1. деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги; 2. оказание услуги потребителю; 3. комплекс мер по обслуживанию населения.	1	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
10.	Сервис — это: 1. это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг; 2. любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой; 3. предпродажное и гарантийное обслуживание.	1	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
11.	Производственные услуги – это: 1. услуги банков, страховых компаний; 2. инжиниринг, обслуживание оборудования, лизинг; 3. пассажирский транспорт, торговля, образование.	2	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1

12.	Услуги по регистрации транспортных средств являются: 1. государственными; 2. идеальными; 3. смешанными.	1	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
13.	Контактная зона – это: 1. любое место, где производится услуга; 2. место, где услуга может храниться; 3. определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы.	3	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
14.	Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания – это: 1. поиск понимания; 2. призыв к совести; 3. жалоба.	3	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
15.	Социальные потребности — это потребности в: 1. в самовыражении; 2. в познании, 3. в жилье.	1	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
16.	Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей: 1. обслуживание на дому; 2. индивидуальное обслуживание; 3. письменное обслуживание.	1	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
17.	Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий: 1. поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке. 2. реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку. 3. осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.	3	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
18.	В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Персональная дистанция - нормальное расстояние для общения знакомых людей: 1. 0 – 45см; 2. 45 – 120 см; 3. 120 – 400 см.	2	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
19.	Франчайзинг это: 1. компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании. 2. компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества	3	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1

	3. 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;		
20.	Качество услуг тесно переплетается: 1. с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия; 2. со сбалансированным соотношением цены и качества продукции; 3. со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания.	3	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
21.	Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение: 1. референтные группы; 2. комфорт; 3. престиж.	1	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
22.	Характеристика услуг: 1. деятельность, процесс; 2. производство, хранение и распределение отделено от потребления; 3. получает только один покупатель единожды.	1	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
23.	Характеристика товаров: 1. потребитель участвует в производственном процессе; 2. производство и потребление осуществляются одновременно; 3. передача собственности.	3	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
24.	Виды сервиса по содержанию работ. Мягкий сервис это: 1. включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги); 2. 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; 3. сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.	2	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1
25.	Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия. Основные различия: 1. разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду; 2. соответствие техническим условиям и стандартам; 3. продукт человеческой деятельности.	2	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 2.5 ПК 3.1

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он правильно ответил на 90-100% от общего числа вопросов тестовых заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он правильно ответил на 70-89% от общего числа вопросов тестовых заданий.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он правильно ответил на 50-69% от общего числа вопросов тестовых заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он правильно ответил менее чем на 50% от общего числа вопросов тестовых заданий.