

Приложение А

(обязательно к рабочей программе дисциплины)

Министерство науки и высшего образования РФ
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Технология продаж в социально-культурном сервисе»

Уровень образования

Бакалавриат

(бакалавриат/магистратура/специалитет)

Направление подготовки бакалавриата

43.03.01 Сервис

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Профиль направления подготовки

Социокультурный сервис

(наименование)

Разработчик  **Девришбеков Н.Р., к.истор.н, профессор**
_____ **(ФИО уч. степень, уч. звание)**
подпись

Фонд оценочных средств обсужден на заседании кафедры психологии и социально-культурного сервиса от 12.09.2019 года, протокол № 1.

Зав. кафедрой  **Сулаева Ж.А, д.филол.н., доцент**
_____ **(ФИО уч. степень, уч. звание)**
подпись

г. Махачкала 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)
 - 2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП
 - 2.1.2. Этапы формирования компетенций
 - 2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования
 - 2.2.2. Описание шкал оценивания
3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП
 - 3.1. Задания и вопросы для входного контроля
 - 3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций
 - 3.3. Задания для промежуточной аттестации (зачета и (или) экзамена)
 - 3.4. Вопросы для проверки остаточных знаний

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств (ФОС) является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины «Технология продаж в социально-культурном сервисе» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся (в т.ч. по самостоятельной работе студентов, далее – СРС), освоивших программу данной дисциплины.

Целью фонда оценочных средств является установление соответствия уровня подготовки обучающихся требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 Сервис.

Рабочей программой дисциплины «Технология продаж в социально-культурном сервисе» предусмотрено формирование следующей компетенции: ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовать продажу и продвижение сервисных продуктов

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

2.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

Таблица 1

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Критерии оценивания	Наименование контролируемых разделов и тем
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовать продажу и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.2.Знает и умеет использовать новые методы продаж услуг, в том числе онлайн	Знать: - теоретические и правовые основы технологии продаж социокультурных услуг; - механизм и технологии продаж социокультурных услуг.	Темы: Тема 1. Сущность продаж и современный рынок Тема 2. Этапы процесса продаж. Подготовительный этап продажи Тема 3. Установление контакта продавца с

		<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аргументировать приобретение социокультурных услуг; - увеличивать количество продаж социокультурных услуг. - анализировать и развивать каналы продаж социокультурных услуг. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выработки конструктивного отношения к возражениям, жалобам, недовольству клиентов и отработать алгоритм их преодоления; - навыками профессиональной аргументации при обсуждении вопросов, касающихся предоставления социокультурных услуг. - навыками развития коммуникативных способностей и построения долгосрочного сотрудничества. 	<p>покупателем</p> <p>Тема 4. Типы покупателей индивидуальный подход к клиенту</p> <p>Тема 5. Работа с претензиями клиентов и решение конфликтных ситуаций</p> <p>Тема 6. Презентация товара</p> <p>Тема 7. Преодоление возражений клиента</p> <p>Тема 8. Переговоры о цене</p>
--	--	---	---

2.1.2. Этапы формирования компетенций

Сформированность компетенции по дисциплине «Технология продаж в социально-культурном сервисе» определяется на следующих этапах:

1. Этап текущих аттестаций (Для проведения текущих аттестаций могут быть использованы оценочные средства, указанные в разделе 2)
2. Этап промежуточных аттестаций (Для проведения промежуточной аттестации могут быть использованы другие оценочные средства)

Таблица 2

Код и наименование компетенции		Этапы формирования компетенции				Этап промежуточной аттестации
		Этап текущих аттестаций в семестре				
Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции		1-5 недели	6-10 недели	11-15 недели	1-17 недели	18-20 недели
		ОПК-4 Способ осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов		Текущая аттестация №1	Текущая аттестация №2	Текущая аттестация №3
Контрольная работа №1	Контрольная работа №2			Контрольная работа №3	Рефераты	Вопросы для проведения зачёта
ОПК-4.2.Знает и умеет использовать основные методы продаж услуг, в том числе онлайн						

СРС – самостоятельная работа студентов;

КР – курсовая работа;

КП – курсовой проект.

2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования

Результатом освоения дисциплины «Технология продаж в социально-культурном сервисе» является установление одного из уровней сформированности компетенций: высокий, повышенный, базовый, низкий.

Таблица 3

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные/ профессиональные компетенции
<p>Высокий (оценка «отлично», «зачтено»)</p>	<p>Сформированы четкие системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные и верные. Даны развернутые ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции</p>	<p>Обучающимся усвоена взаимосвязь основных понятий дисциплины, в том числе для решения профессиональных задач. Ответы на вопросы оценочных средств самостоятельны, исчерпывающие, содержание вопроса/задания оценочного средства раскрыто полно, профессионально, грамотно. Даны ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции</p>
<p>Повышенный (оценка «хорошо», «зачтено»)</p>	<p>Знания и представления по дисциплине сформированы на повышенном уровне. В ответах на вопросы/задания оценочных средств изложено понимание вопроса, дано достаточно подробное описание ответа, при-</p>	<p>Сформированы в целом системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные, грамотные. Продемонстрирован повышенный уровень владе-</p>

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные/ профессиональные компетенции
	<p>ведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия.</p> <p>Ответ отражает полное знание материала, а также наличие, с незначительными пробелами, умений и навыков по изучаемой дисциплине. Допустимы единичные негрубые ошибки.</p> <p>Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень освоения компетенции</p>	<p>ния практическими умениями и навыками.</p> <p>Допустимы единичные негрубые ошибки по ходу ответа, в применении умений и навыков</p>
<p>Базовый (оценка «удовлетворительно», «зачтено»)</p>	<p>Ответ отражает теоретические знания основного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП.</p> <p>Обучающийся допускает неточности в ответе, но обладает необходимыми знаниями для их устранения.</p> <p>Обучающимся продемонстрирован базовый уровень освоения компетенции</p>	<p>Обучающийся владеет знаниями основного материала на базовом уровне.</p> <p>Ответы на вопросы оценочных средств неполные, допущены существенные ошибки. Продемонстрирован базовый уровень владения практическими умениями и навыками, соответствующий минимально необходимому уровню для решения профессиональных задач</p>
<p>Низкий (оценка «неудовлетворительно», «не зачтено»)</p>	<p>Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний дисциплины, отсутствие практических умений и навыков</p>	

Показатели уровня сформированности компетенций могут быть изменены, дополнены и адаптированы к конкретной рабочей программе дисциплины.

2.2.2. Описание шкал оценивания

В ФГБОУ ВО «ДГТУ» внедрена модульно-рейтинговая система оценки учебной деятельности студентов. В соответствии с этой системой применяются пятибалльная, двадцатибалльная и стобальная шкалы знаний, умений, навыков.

Шкалы оценивания			Критерии оценивания
пятибалльная	двадцатибалльная	стобальная	
«Отлично» - 5 баллов	«Отлично» - 18-20 баллов	«Отлично» - 85 – 100 баллов	<p>Показывает высокий уровень сформированности компетенций, т.е.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрирует глубокое и прочное усвоение материала; - исчерпывающе, четко, последовательно, грамотно и логически стройно излагает теоретический материал; - правильно формирует определения; - демонстрирует умения самостоятельной работы с нормативно-правовой литературой; - умеет делать выводы по излагаемому материалу.
«Хорошо» - 4 баллов	«Хорошо» - 15 - 17 баллов	«Хорошо» - 70 - 84 баллов	<p>Показывает достаточный уровень сформированности компетенций, т.е.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует достаточно полное знание материала, основных теоретических положений; - достаточно последовательно, грамотно логически стройно излагает материал; - демонстрирует умения ориентироваться в нормативной литературе; - умеет делать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
«Удовлетворительно» - 3 баллов	«Удовлетворительно» - 12 - 14 баллов	«Удовлетворительно» - 56 – 69 баллов	<p>Показывает пороговый уровень сформированности компетенций, т.е.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует общее знание изучаемого материала; - испытывает серьезные затруднения при ответах на дополнительные вопросы; - знает основную рекомендуемую литературу; - умеет строить ответ в соответствии со структурой излагаемого материала.

«Неудовлетворительно» - 2 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-11 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-55 баллов	<p>Ставится в случае:</p> <ul style="list-style-type: none"> - незнания значительной части программного материала; - не владения понятийным аппаратом дисциплины; - допущения существенных ошибок при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.
-------------------------------------	--	--	--

3 Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения дисциплины «Технология продаж в социально-культурном сервисе»

3.1. Задания и вопросы для входного контроля

(указываются примеры типовых заданий и вопросы с указанием цели, решаемых задач, методические рекомендации, критерии оценивания)

1. Роль денег в процессе формирования и удовлетворения потребностей
2. Формирование ценности товаров и услуг в процессе продажи
3. Продажа как процесс коммуникации
4. Конфликты в процессе продажи
5. Стереотипы, связанные с образом продавца,
6. Обыденные представления о торговле

3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций

Критерии оценки уровня сформированности компетенций приводятся для каждого из используемых оценочных средств, указанных в разделе 2 фонда оценочных средств.

Контрольная работа № 1 по теме лекций №№ 1,2,3

Комплект заданий для контрольной работы

- Время выполнения 90 мин.
- Количество вариантов контрольной работы - 2.
- Количество заданий в каждом варианте контрольной работы –3.
- Форма работы – самостоятельная, индивидуальная.

Вариант №1

1. Моделирование конфликта и поиск решения типичных конфликтных ситуаций.
2. Коллективное обсуждение имиджевых решений для продавцов услуг СКСиТ на основе личного опыта учащихся, материалов СМИ и др. источников.
3. Выявление актуальных проблем в продажах.

Вариант 2

1. Базовые характеристики процесса купли-продажи как вида человеческой деятельности.
2. Продавец и покупатель как субъекты торговой деятельности.
3. Операциональная, предметная, коммуникативная компоненты продажи.

Контрольная работа № 2 по теме лекций №№4,5 Комплект заданий для контрольной работы

- Время выполнения 90 мин.
- Количество вариантов контрольной работы - 2.
- Количество заданий в каждом варианте контрольной работы - 3.
- Форма работы – самостоятельная, индивидуальная.

Вариант № 1

1. Роль денег в процессе формирования и удовлетворения потребностей
2. Участники продажи: продавец – покупатель, товар – деньги.
3. Деньги и стоимость товара (услуги). Формирование цены, ее структура (экономическая и психологическая составляющие).

Вариант № 2

1. Сущность и структура конфликтов в продаже, функции конфликта.
2. Фазы развития конфликта в продаже.
3. Типичные варианты конфликтов в процессе и после продажи услуг СКСиТ.

Контрольная работа № 3 по теме лекций №№ 6,7 Комплект заданий для контрольной работы

- Время выполнения 90 мин.
- Количество вариантов контрольной работы - 2.
- Количество заданий в каждом варианте контрольной работы -3.
- Форма работы – самостоятельная, индивидуальная.

Вариант №1

1. Формирование ценности товаров и услуг в процессе продажи.
2. Понятие нужды, потребности и запроса покупателя. Приемы распознавания потребности.
3. Позиционирование различных видов услуг СКСиТ.

Вариант №2

1. Специфика речи продавца. Аргументация и опровержение в процессе продажи.

2. Понятие о ключевых словах. Риторика в продажах.

3. Логика вопросов и ответов в продажах.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при проведении контрольной работы:

- оценка «отлично»: продемонстрировано грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Даны верные ответы на все вопросы и условия задач (заданий). При необходимости сделаны пояснения и выводы (содержательные, достаточно полные, правильные, учитывающие специфику проблемной ситуации в задаче или с незначительными ошибками);

- оценка «хорошо»: грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Однако, ответы на вопросы и условия задач (заданий) содержат незначительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «удовлетворительно»: обучающийся ориентируется в материале, но применяет его неверно, выбирает неправильный алгоритм решения задач (неверные исходные данные, неверная последовательность решения и др. ошибки), допускает вычислительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «неудовлетворительно»: обучающийся слабо ориентируется в материале, выбирает неправильный алгоритм решения, допускает значительное количество вычислительных ошибок. Пояснения и выводы отсутствуют.

Устный опрос

Устный опрос по теме 1 «Сущность продаж и современный рынок»

- Содержит 4 вопроса
- Форма опроса – фронтальный/индивидуальный/комбинированный.

Задания к устному опросу

1. Продажа как инструмент системы сбыта.
2. Цели и задачи современного продавца.
3. Структура личности продавца и ее влияние на эффективность его трудовой деятельности.
4. Требования к внешним данным продавца.

Устный опрос по теме 2 «Разработка и внедрение корпоративных стандартов»

Содержит 6 вопросов

Форма опроса – фронтальный/индивидуальный/комбинированный.

Задания к устному опросу

1. Разработка корпоративных стандартов

2. Содержание корпоративных стандартов
3. Технология внедрения корпоративных стандартов
4. «Побочный эффект» корпоративных стандартов на примере Call-центров
5. Речевые модули для продаж и сервиса
6. Пять этапов активных продаж

Устный опрос по теме 3 «Этапы процесса продаж»

Содержит 5 вопросов

- Форма опроса – фронтальный/индивидуальный/комбинированный.

Задания к устному опросу

1. Основные этапы (стадии) процесса продажи
2. Анализ основных стадий процесса продажи: стадии познания, стадии восприятия, стадии мотивации и стадии обучения
3. Методики поиска клиентуры.
4. Подготовка продавца к встрече с клиентом.
5. Технология ведения телефонных переговоров с клиентом.

Устный опрос по теме 4 «Установление контакта продавца с покупателем»

- Содержит 3 вопроса.
- Форма опроса – фронтальный/индивидуальный/комбинированный.

Задания к устному опросу

1. Установление контакта через подобное поведение.
2. Контакт через подобные цели, стратегии, способности.
3. Контакт через подобные представления, оценки, убеждения.

Устный опрос по теме 5 «Типы покупателей индивидуальный подход к клиенту»

Содержит 6 вопросов

Форма опроса – фронтальный/индивидуальный/комбинированный.

Задания к устному опросу

Классификации типов покупателей

Концепция психотипов личностей

К.Юнга в контексте практики продаж.

Визуальные типы покупателей и проведение их экспресс-оценки

Психологические типы покупателей и их визуальные характеристики.

Экономические и социальные типы покупателей и особенности работы с ними.

Устный опрос по теме 6 «Анализ потребностей клиента»

Содержит 4 вопроса

Форма опроса – фронтальный/индивидуальный/комбинированный.

Задания к устному опросу

1. Функции вопросов.
2. Техника постановки вопросов.

3 Типы вопросов.

4. Главные принципы вопросной техники.

Устный опрос по теме 7 «Работа с претензиями клиентов и решение конфликтных ситуаций»

- Содержит 5 вопросов
- Форма опроса – фронтальный/индивидуальный/комбинированный.

Задания к устному опросу

1. Как сократить количество конфликтных ситуаций с клиентом
2. Действия необходимые для разрешения уже очевидного открытого конфликта
3. Типичные ошибки в работе с конфликтами
4. Некоторые правила поведения с недовольными клиентами
5. Умение управлять эмоциями — своими и клиента – это искусство разрешения конфликтов

Устный опрос по теме 8 «Презентация товара»

- Содержит 7 вопросов
- Форма опроса – фронтальный/индивидуальный/комбинированный.

Задания к устному опросу

1. Основные приемы презентации товара.
2. Виды презентации товара
3. Техника презентации товара
4. Презентации товара по выявленным потребностям
5. Правила приведения аргументов.
6. Демонстрация
7. Способы проведения

Устный опрос по теме 9 «Преодоление возражения клиента»

Содержит 4 вопроса

Форма опроса – фронтальный/индивидуальный/комбинированный.

Задания к устному опросу

1. Суть и значение возражений.
2. Основные правила в преодолении возражений.
3. Типы возражений.
4. Поведение продавца и ответы на возражения клиента.

Устный опрос по теме 10 «Переговоры о цене»

Содержит 6 вопросов

Форма опроса – фронтальный/индивидуальный/комбинированный.

Задания к устному опросу

1. Психологическое ценообразование, Связь цены и качества услуги, осуществляемая на практике.

2. Главные принципы аргументации цены.
3. Стратегии поведения продавца при сопротивлении цене.
4. Поведение продавца при подведении переговоров о цене.
5. Необходимо рассмотреть российскую практику психологического ценообразования.
6. Понятие о ценовых линиях и практических основах их применения

Устный опрос по теме 11 «Завершающая стадия продажи после продаж»

Содержит 6 вопросов

Форма опроса – фронтальный/индивидуальный/комбинированный.

Задания к устному опросу

1. Ошибки продавца на завершающей стадии продажи.
2. Главные рекомендации при заключении сделки.
3. Способы завершения сделки купли-продажи.
4. Поведение продавца после заключения сделки.
5. Поведение продавца при сохранении сомнений и отказе клиента совершить сделку
6. Поведение продавца после продажи.

Устный опрос по теме 12 «Особенности технологии продаж в туризме»

Содержит 8 вопросов

Форма опроса – фронтальный/индивидуальный/комбинированный.

Задания к устному опросу

1. Содержание процесса обслуживания и продажи туристского продукта
2. Место встречи и характер контакта продавца и покупателя туристского продукта
3. Документальное оформление взаимоотношений турфирмы с клиентом
4. Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта
5. Методы стимулирования персонала и покупателей.
6. Экономические и психологические методы стимулирования персонала и условия их применения.
7. Возможные варианты стимулирования покупателей и основные цели мероприятий по стимулированию.
8. Российская практика стимулирования персонала и покупателей на конкретных примерах.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций для устного опроса:

- оценка «отлично»: обучающимся дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по дисциплине демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Обучающийся владеет терминологией, способен приводить примеры, высказывает свою точку зрения с опорой на знания и опыт;

- оценка «хорошо»: обучающимся дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ логичен, выстроен, но совершены единичные ошибки. Не в

полной мере владеет знаниями по всей дисциплине. Даны ответы на дополнительные, поясняющие вопросы;

- оценка «удовлетворительно»: ответ на вопрос не полный, с ошибками. Обучающийся путается в деталях, с затруднением пользуется профессиональной терминологией. Есть замечания к построению ответа, к логике и последовательности изложения. Не отвечает на дополнительные вопросы;

- оценка «неудовлетворительно»: ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу, присутствует фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная, не используется профессиональная терминология. Ответы на дополнительные вопросы не даны или неверные.

Темы рефератов

1. Базовые правила реагирования на возражения.
2. Снижение риска возникновения возражений на этапе презентации тура.
3. Создание комфортной атмосферы общения с клиентом: психогеография пространства во время личного контакта с клиентом.
4. Завладение вниманием клиента с первых секунд разговора.
5. Формирование дополнительных потребностей у клиента с помощью вопросов: покупка более дорогого тура, дополнительных услуг, индивидуального тура.
6. Определение ценности и критерий выбора клиентом услуги.
7. Основные факторы успеха в продаже услуг.
8. Принципы эффективной коммуникации и обслуживания клиентов .
9. Постановка целей и задач для каждой стадии продаж услуг.
10. Разработка и внедрение на рынок новых продуктов.
11. Выбор метода ценообразования на услугу.
12. Техника открытых вопросов «Вопросы чистого языка». Системы уточняющих вопросов «Мета-модель».
13. Роль голос и техники речи в эффективных продажах: как говорить доброжелательно и заинтересованно.
14. Информационное и эмоциональное наполнение презентации.
15. Техника завершения сделки.
16. Определите необходимость планирования продаж.

Требования к структуре, содержанию, оформлению и реализации реферата приводятся в методических указаниях.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при выполнении реферата:

- оценка «отлично»: реферат полностью соответствует требованиям, к структуре, содержанию, оформлению и реализации реферата. Выполнен самостоятельно с использо-

ванием необходимой теоретической и практической базы. Ответы на вопросы грамотные и полные;

- оценка «хорошо»: реферат в целом соответствует требованиям, предъявляемым к структуре, содержанию, оформлению и реализации реферата, обучающийся демонстрирует умение обучающегося работать с материалом. Ответы на вопросы поверхностные;

- оценка «удовлетворительно»: реферат частично соответствует требованиям, предъявляемым к структуре, содержанию, оформлению и реализации проекта. Содержание работы раскрывает тему, но является неполным. Ответы на вопросы неполные либо отсутствуют;

- оценка «неудовлетворительно»: реферат не соответствует требованиям к структуре, содержанию, оформлению и реализации проекта. Содержание реферата частично или полностью не соответствует теме. Выводы отсутствуют. Ответы на вопросы отсутствуют.

3.3. Задания для промежуточной аттестации

Перечень вопросов к зачету

1. Особенности технологии продаж в сфере услуг.
2. Специфика технологии продаж услуг индустрии гостеприимства.
3. Продвижение, продажи и сбыт в сфере услуг.
4. Определение и выбор целевых сегментов рынка.
5. Особенности обслуживания клиентов в индустрии гостеприимства.
6. Взаимодействие с клиентом.
7. Формирование корпоративной культурой в индустрии гостеприимства, нацеленной на потребителя.
8. Методы взаимодействия с клиентами в индустрии гостеприимства.
9. Способы концентрации на удовлетворении потребностей клиента.
10. Обеспечение комфортной внутренней и внешней среды при продаже продукта.
11. Работа с очередями.
12. Классификации жалоб, работа с жалобами.
13. Работа с возражениями и сомнениями клиента компании индустрии гостеприимства.
14. Разрешение конфликтных ситуаций.
15. Виды компенсаций и работа с клиентами на этапе представления компенсаций.
16. Завершение сделки с клиентом.
17. Методы завершения продаж услуг индустрии гостеприимства.
18. Диагностика отношения к деньгам участников занятия.
19. Обучение навыкам распознавания клиентов с «менталитетом бедности», «щедрости» и т.д.
20. Работа с информацией об услугах СКСиТ.
21. Тренировка навыков позиционирования и презентации услуг СКСиТ в процессе личной продажи (в ролевых играх).
22. Определение ведущих каналов восприятия (аудиальный, визуальный, кинестетический) участников занятия.

23. Тренировка техники невербального присоединения (пристройки) к покупателю и создания раппорта. Закрепление навыков: «немая» продажа
24. Тренировка навыков ведения диалога с покупателем, вербальной пристройки к покупателю в процессе разговора, эффективной аргументации, постановки вопросов различных типов и ответов на вопросы.
25. Обучение созданию позитивных формулировок.
26. Тренировка навыков быстрого распознавания конфликтов.
27. Обучение приемам амортизации (гашения) конфликта

Дополнительно указываются:

а) методические рекомендации по подготовке и процедуре осуществления контроля выполнения

Зачеты могут быть проведены в письменной форме, а также в письменной форме с устным дополнением ответа. Зачеты служат формой проверки качества выполнения студентами лабораторных работ, усвоения семестрового учебного материала по дисциплине (модулю), практических и семинарских занятий (при отсутствии экзамена по дисциплине).

По итогам зачета, соответствии с модульно – рейтинговой системой университета, выставляются баллы с последующим переходом по шкале баллы – оценки за зачет, выставляемый как по наименованию «зачтено», «не зачтено», так и дифференцированно т.е. с выставлением отметки по схеме – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», определяемое решением Ученого совета университета и прописываемого в учебном плане.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций по результатам проведения зачета:

- оценка «зачтено»: обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание материала, свободно выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, усвоивший основную и дополнительную литературу. Обучающийся выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне не ниже базового;

- оценка «не зачтено»: обучающийся демонстрирует незнание материала, не выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины. Обучающийся не выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне ниже базового. Дальнейшее освоение ОПОП не возможно без дополнительного изучения материала и подготовки к зачету.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций по результатам проведения дифференцированного зачёта (зачета с оценкой) / экзамена:

- оценка «отлично»: обучающийся дал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, проявил совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыл

основные положения темы. В ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений. Обучающийся подкрепляет теоретический ответ практическими примерами. Ответ сформулирован научным языком, обоснована авторская позиция обучающегося. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа или с помощью «наводящих» вопросов преподавателя. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень владения компетенцией(-ями);

- оценка «хорошо»: обучающимся дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, проявлено умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, но есть недочеты в формулировании понятий, решении задач. При ответах на дополнительные вопросы допущены незначительные ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень владения компетенцией(-ями);

- оценка «удовлетворительно»: обучающимся дан неполный ответ на вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, явлений, нарушена логика ответа, не сделаны выводы. Речевое оформление требует коррекции. Обучающийся испытывает затруднение при ответе на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень владения компетенцией(-ями);

- оценки «неудовлетворительно»: обучающийся испытывает значительные трудности в ответе на вопрос, допускает существенные ошибки, не владеет терминологией, не знает основных понятий, не может ответить на «наводящие» вопросы преподавателя. Обучающимся продемонстрирован низкий уровень владения компетенцией(-ями).

Критерии оценки уровня сформированности компетенций для проведения экзамена/дифференцированного зачёта (зачета с оценкой) зависят от их форм проведения (тест, вопросы, задания, решение задач и т.д.).

3.4 Вопросы для проверки остаточных знаний

1. Базовые характеристики процесса купли-продажи как вида человеческой деятельности
2. Роль денег в процессе формирования и удовлетворения потребностей
3. Формирование ценности товаров и услуг в процессе продажи
4. Продавец как практический психолог.
5. Специфика речи продавца.
6. Конфликты в продажах и способы их разрешения
7. Профессиональные требования к продавцам услуг
8. Контрольная продажа: оценка процесса с позиции покупателя