

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)»**

ПРОГРАММА

**вступительного испытания в магистратуру по направлению подготовки
43.04.01 СЕРВИС**

Вступительный экзамен проводится в письменной форме в виде тестирования. В процессе тестирования оценивается уровень входных компетенций, отражающих базовую подготовленность абитуриентов к освоению программы магистратуры по направлению подготовки 43.04.01 Сервис. Тестирование направлено на проверку уровня базовых знаний по основным разделам программы Сервис и сформированности компетенция претендентов в объеме образовательной программы бакалавра. В содержание экзамена включены вопросы и задания по дисциплинам– «Сервисология», «Экономика предприятия», «Менеджмент» и «Основы маркетинга в сервисе», которые составляют основу подготовки будущего магистра в области сервиса. Контрольно-измерительные материалы (экзаменационный билет) включает 2 части:

Часть 1.- Задания № 1-25.

Содержит задания с выбором ответа из 4-х предложенных.

Правильное выполнение каждого задания оценивается 2 баллами.

Часть 2.- Задания № 26-35.

Содержит задания на выявление ориентированности абитуриента в основных понятиях. Требуется выделение базовых понятий, установление соответствия позиций.

Правильный ответ на каждое задание оценивается 5 баллами.

Время выполнения задания – 60 минут.

Максимальное количество баллов за вступительное испытание – 100 баллов, минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания – 40 баллов.

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «СЕРВИСОЛОГИЯ»

РАЗДЕЛ 1. Сервисная деятельность	
1	Сервисология как наука: цели и задачи. Предмет дисциплины.
2	Гуманитарный сервис. Интеллектуальные услуги.
3	Ключевые понятия сервисологии: человек, нужда, потребность, сервис, товар, услуга, обслуживание.
4	Сервис как деятельность. Классификация видов сервиса.
5	Структура обслуживания. Сфера сервиса.
6	Модели основных сфер человеческой жизнедеятельности
7	Методологические основы научного анализа сервисной деятельности
РАЗДЕЛ 2. Понятие и специфика человеческих потребностей. Потребности человека: классификации, виды	
8	Основные потребности и психофизиологические возможности человека и их взаимосвязь с социальной активностью личности.
9	Виды потребностей. Физиологические особенности человека, социальная значимость потребителей.
10	Потребительские ценности и потребительское поведение
11	Особенности сферы услуг и виды сервиса.
12	Структура обслуживания с учетом природных и социальных факторов.
13	История развития сервиса, виды сервисной деятельности. Современные определения понятия услуги.
14	Классификации услуг и их характеристика, теория организации обслуживания
15	Общие методы оказания услуг, используемых в различных сферах человеческой деятельности
РАЗДЕЛ 3. Теория организации обслуживания различных групп потребителей. Особенности индивидуального обслуживания клиентов предприятий сервиса.	
16	Роль услуги в жизни человека.
17	Материальные и социально-культурные услуги.
18	Социальное значение услуги.
19	Специфика и свойства услуги как товара.
20	Основные группы характеристик качества услуг. Различие понятий «услуга» и «работа».
21	Факторы социального роста услуг.
22	Занятость населения в сфере услуг по странам.
23	Нормативно-правовые акты в сфере услуг.
24	Особенности услуг и их влияние на характер работ по стандартизации и сертификации сферы сервиса.
25	Конкурентная борьба в сфере услуг.
26	Причины появления новых видов услуг. Особенности услуг и их влияние на характер работ по стандартизации и сертификации сферы сервиса.
27	Понятие оптимальной инфраструктуры обслуживания (с учетом природных и социальных факторов).
28	Методы бесконфликтных взаимоотношений с потребителем в процессе сервисной деятельности.
29	Процесс обслуживания клиентов и его этапы.
30	Позиционирование современной сферы сервиса в структуре национальной экономики

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА В СЕРВИСЕ»

РАЗДЕЛ 1 Методологические основы менеджмента	
1	Основы менеджмента, понятие, сущность и функции менеджмента в сервисе.
2	Опыт менеджмента в сервисе за рубежом, возможность его использования в России
3	Понятие, сущность и функции менеджмента. Менеджмент как вид деятельности.
4	Развитие менеджмента в сфере сервиса в прошлом и настоящем.
5	Специфика менеджмента в сервисе: цели и задачи управления предприятием, внутренняя и внешняя среда бизнеса в сфере сервиса
6	Принципы менеджмента.
7	Методы менеджмента
8	Этика делового общения. Национальные стили деловых отношений.
РАЗДЕЛ 2. Основные методы управления в организации сервиса	
9	Основные понятия и управленческие категории сервиса
10	Характеристики услуги.
11	Цели и задачи управления предприятием сервиса
12	Внутренняя и внешняя среда бизнеса в сфере сервиса.
13	Налаживание взаимовыгодного сотрудничества.
14	Покупательское поведение клиента..
15	Организация работы по управлению предприятием.
16	Основы производственного менеджмента.
17	Стандартизация операционных процедур
18	Организационные структуры управления предприятием сферы сервиса.
19	Управленческий механизм сотрудничества с поставщиками услуг.
20	Факторы и критерии эффективности управления предприятием сервиса.
21	Функции и обязанности менеджеров на предприятии сервиса.
22	Управление качеством. Вертикальная и горизонтальная интеграция в сфере сервиса.
РАЗДЕЛ 3. Стратегическое управление и планирование в сфере сервиса	
23	Содержание понятия «стратегический менеджмент», «миссия», «стратегия»
24	Процесс стратегического управления предприятием сервиса: формулировка миссии, определение долгосрочных и краткосрочных целей развития, анализ внешней и внутренней среды, разработка стратегий.
24	Основные элементы стратегического планирования предприятия сервиса.
26	Текущее планирование деятельности предприятия сервиса. Планирование себестоимости услуги.
27	Текущие финансовые планы.
28	Планирование потребности в персонале.
29	Процедура разработки и утверждения планов
30	Виды рисков в сервисе. Выбор конкретных мер, способствующих устранению или минимизации возможных отрицательных последствий риска.

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА В СЕРВИСЕ»

РАЗДЕЛ 1 Специфика маркетинга в сервисе.	
1	Организационная структура управления маркетинга в сервисе.
2	Источники маркетинговой информации в сервисе.
3	Сбор, систематизация и анализ информации
4	Методы сбора маркетинговой информации.
5	Маркетинговые исследования. Виды маркетинговых исследований
6	Цели и задачи маркетинговых исследований.
7	Этапы маркетингового исследования.
8	Схема маркетингового исследования в сфере сервиса
9	Основные модели маркетинга услуг.
РАЗДЕЛ 2 Стратегия организации и конкурентное преимущество	
10	Понятие организационных сред, их характеристика и взаимосвязь: внутренние факторы (цели, задачи, структура, люди, технология), внешние факторы среды прямого и косвенного воздействия.
11	Значение анализа организационных сред для формирования стратегии.
12	Анализ отрасли и конкурентной ситуации: основные этапы и методы (модель пяти сил конкуренции Портера, модель «продукт-рынок», матрица БКГ, матрица МакКинси).
13	Анализ ресурсов и конкурентных возможностей компании: этапы и методы (анализ разрыва, модель МакКинси «7С», матрица Вилсона, SWOT-анализ, цепочки ценности).
14	Базовые стратегии конкуренции: характеристика, область применения.
15	Разработка стратегии с учетом специфики отрасли сервиса и ситуации.
16	Внутренний маркетинг.
17	План маркетинга.
РАЗДЕЛ 3. Методы разработки анализа процесса взаимодействия покупателя и продавца.	
18	Контактная зона
19	Культура обслуживания.
20	Мотивация персонала.
21	Интерактивный маркетинг.
22	Потребительское поведение: основные модели и определяющие факторы.
РАЗДЕЛ 4. Реклама и связи с общественностью в сфере сервиса: характеристика основных приемов и методов.	
23	Современные рекламные и PR-технологии, их значение в продвижении товаров и услуг.
24	Виды рекламы.
25	Целевые аудитории потребителей рекламного продукта. Брэндинг: основные термины и определения.
26	Процесс создания брэнда: позиционирование, стратегия.
27	Специфика высокотехнологичных брэндов.

28	Общественное мнение: понятие, структура, механизмы формирования.
29	Место связей с общественностью в структуре современных компаний. Процесс влияния PR-служб на общественное мнение.
30	Целевая аудитория, виды и категории целевых аудиторий, ключевая аудитория, внешняя и внутренняя аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения.
31	Виды PR-текстов.
32	Оценка эффективности PR-мероприятий.

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ»

РАЗДЕЛ 1. Организационно-правовые основы деятельности предприятия сервиса.	
1	Сервисная деятельность как предпринимательская деятельность. Понятие «предпринимательская деятельность».
2	Субъекты предпринимательской деятельности – юридические лица и индивидуальные предприниматели, порядок их государственной регистрации.
3	Юридические лица: учредительные документы, органы управления, наименование, местонахождения, ответственность.
4	Коммерческие и некоммерческие организации, их виды, характеристики, особенности.
5	Этапы создания предприятия сервиса.
6	Постановка на учет в налоговых органах, в государственных внебюджетных фондах, в органах статистики.
7	Порядок открытия расчетного счета.
8	Договоры и документы по организации сервисной деятельности.
9	Существенные условия договора на предоставление услуг.
10	Основания изменения или расторжения договора
РАЗДЕЛ 2. Понятие и виды планирования в сервисе.	
11	Понятие планирования как одной из функций менеджмента.
12	Этапы развития корпоративного планирования.
13	Виды планирования в сервисе (классификация, характеристика).
14	Принципы планирования в сервисе. Пределы планирования.
15	Стратегическое и тактическое планирование в сервисе.
16	Пять задач стратегического планирования.
17	Уровни планирования в сервисе и их интеграция.
18	Процесс планирования в организации: основные этапы.
19	Организационные структуры планирования.
20	Корпоративная культура как условие эффективного планирования.
21	Кодексы корпоративной этики: сущность и задачи.
22	Подходы к планированию в компании: виды, характеристика.
23	Понятие бизнес-плана как комплексного документа, цели и функции бизнес-плана
24	Этапы разработки и реализации бизнес-плана (подготовка программ; планирование рынка; оформление документа).
25	Структура и содержание бизнес-плана (план производства, план маркетинга, организационный план, финансовый план, план

	исследований и разработок).
РАЗДЕЛ 3. Особенности налогообложения предприятий сервиса.	
26	Понятие налогового права.
27	Субъекты налогового права: налогоплательщики и плательщики сборов, налоговые агенты.
28	Современное состояние системы налогообложения в РФ.
29	Бухгалтерский учет и налоговый учет.
30	Права и обязанности налогоплательщика.
31	Налоговые органы, таможенные органы, органы государственных внебюджетных фондов, их права и обязанности.
32	Система налогов и сборов: виды и порядок установления.
33	Элементы налогообложения: объект налогообложения, налоговая база, налоговый период, налоговая ставка, порядок и сроки уплаты, льготы.
34	Принципы определения цены товаров, работ, услуг для целей налогообложения. Общие правила исполнения обязанности по уплате налогов и сборов
35	Налоговая отчетность и налоговый контроль.
36	Налоговая декларация.
37	Учет налогоплательщиков.
38	Общие положения об ответственности за налоговые правонарушения. Виды налоговых правонарушений и ответственность за их совершение.
РАЗДЕЛ 4. Трудовое законодательство в сфере сервиса.	
39	Понятие системы трудового права и классификация его источников. Система законодательства о труде.
40	Локальные нормативные акты: понятие, особенности разработки и принятия.
41	Субъекты трудового права, их классификация.
42	Социальное партнерство: понятие коллективного договора и его место в правовом регулировании трудовых отношений.
43	Трудовой договор, его отличительные признаки, стороны и формы, порядок заключения
44	Испытание при приеме на работу.
45	Документы, подлежащие предоставлению при приеме на работу.
46	Трудовые книжки: порядок ведения и выдачи.
47	Виды переводов на другую работу. Отличие перевода от перемещения и командировки.
48	Заместительство временно отсутствующего работника.
49	Совмещение профессий и должностей.
50	Понятие и правовые нормы рабочего времени.
51	Право граждан на отпуск и условия его реализации.
52	Ежегодные основные и дополнительные отпуска, их виды и порядок предоставления.
53	Система оплаты труда и ее разновидности.
54	Формы материального стимулирования труда работников.
55	Содержание и значение дисциплины труда, методы ее обеспечения.
56	Материальная ответственность сторон трудового правоотношения.

Критерии оценки выполнения заданий

Часть 1. Задания № 1-25. Правильный ответ за каждое выполненное задание оценивается 2 баллами. Максимальное количество баллов по 1 части - 50.

Часть 2. Задания № 26-35. Правильный ответ за каждое выполненное задание оценивается 5 баллами. Максимальное количество баллов по 2 части - 50.

Общее максимальное количество баллов по всем заданиям - 100.

Список рекомендованной литературы:

НАЗВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «СЕРВИСОЛОГИЯ»	
1	Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. Учеб. пособ. – М. Аспект Пресс, 2007. -318 с.
2	Коноплева Н.А. Сервисология (человек и его потребности): Учеб. пособ. – М., Флинта: МПСИ, 2008. -248 с.
3	Романович Ж.А., Калевич С.Л. Сервисная деятельность. Учебник \Под ред. Романовича Ж.А. -3-е изд., перераб. и доп. -М. Изд.-торг. корпор. "Дашков и К",2008. -268 с.
4	Руденко Л.Л. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Руденко Л.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 208 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/4968 .
5	Свириденко Ю.П. Сервисная деятельность в обслуживании населения [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Свириденко Ю.П., Хмелев В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 220 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/14621
6	Балакин Ю.Ю. Человек и его потребности(Сервисология). Учеб.пособ. -Ростов-на-Дону. Феникс, 2010. -285 с.
7	Неретина, Т. Г. Организация сервисной деятельности: Учеб.-метод. комплекс для студентов высших профессиональных учреждений дневной и заочной форм обучения специальности «Социально- культурный сервис и туризм» / Т. Г. Неретина. - 3-е изд., стереотип. - М. : ФЛИНТА, 2014 - 102 с.
НАЗВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА В СЕРВИСЕ»	
1	Виханский О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - М.: ИНФРА-М, 2013. – 576 с.
2	Боковня А.Е. Мотивация - основа управления человеческими ресурсами (теория и практика формирования мотивирующей организационной среды и создания единой системы мотивации компании) / А. Е. Боковня. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 144 с.
3	Егоршин А.П. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учеб. пособие для студентов вузов / А. П. Егоршин. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 378с.
4	Зайцев Л.Г. Стратегический менеджмент: учебник для студентов вузов / Л.Г. Зайцев, М. И. Соколова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: Инфра-М, 2015. - 528 с.
5	Мотивация трудовой деятельности: учеб. пособие / авт.: О. К. Минева, О. И. Горелова, Н. Н. Кочеткова и др. - М. : Астрахань : КНОРУС : ИД Астрахан. ун-т, 2016. – 160 с.
6	Веселков, С.Н. Стратегический менеджмент. Успешное управление бизнесом в России: Учебно-практическое пособие / С.Н. Веселков, Ю.А. Цыпкин. - М.: Юнити, 2019. - 606 с.

7	Макарова, И.К. Управление человеческими ресурсами: уроки эффективного HR-менеджмента: Учебное пособие / И.К. Макарова. - М.: Дело АНХ, 2015. - 422 с.
8	Полевая, М.В. Менеджмент и управление персоналом в гостиничном сервисе: Учебник / М.В. Полевая. - М.: Академия, 2017. - 256 с.
9	Шеметов, П.В. Менеджмент: управление организационными системами: учебн. пос. 7-е из...../ П.В. Шеметов, С.В. Петухова, Л.Е. Чередникова. - М.: Омега-Л, 2017. - 128 с.
10	Коргова, М.А. Актуальные вопросы менеджмента и управления персоналом в современных организациях / М.А. Коргова. - М.: Русайнс, 2018. - 288 с.
11	Савельев, И.И. Менеджмент персонала: основы управления в аспекте организационного поведения / И.И. Савельев, Ш.З. Мехдиев. - М.: Русайнс, 2017. - 192 с.
12	Герчикова, И.Н. Менеджмент [Электронный ресурс]: практикум : учебное пособие / И.Н. Герчикова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. :Юнити-Дана, 2015 - 799 с. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115014
НАЗВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА В СЕРВИСЕ»	
1	Лукичёва Т. А. Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 370 с.
2	Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.
3	Савчук Г.А., Управление маркетингом на предприятии, учебное пособие, Савчук Г.А., Мокерова Ю.В., М, 2014 – 220 с
3	Безрутченко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие, 2-е изд.(изд:2) / Ю.В. Безрутченко. - М.: ИТК Дашков и К, 2016. - 232 с.
5	Карпова С. В.Маркетинг. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 325 с.
6	Карпова С. В.Маркетинг. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 325 с.
7	Азарова С. П. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 314 с.
8	Смирнов, А. Лидовое побоище. Маркетинговые инструменты для продвижения бизнеса в Интернете / А. Смирнов, Ю. Суздаль. - СПб.: ИГ Весь, 2015. - 176 с.
НАЗВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ»	
1	Веретенникова, И.И. Экономика организации (предприятия): Учебное пособие для бакалавров / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова; Под ред. И.В. Сергеев. — М.: Юрайт, 2018. — 671 с.
2	Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. Учеб. пособ. – М. Аспект Пресс, 2007. -318 с.
3	Афитов Э.А. Планирование на предприятии: учебник для студентов вузов / Э.А. Афитов. - М.: Новое знание: ИНФРА-М, 2015. - 344 с.
4	Слак Н. Организация, планирование и проектирование производства. Операционный менеджмент: учеб. пособие / Н. Слак, С. Чеймберс, Р. Джонстон; пер. с 5-го англ. изд. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 790 с.
5	Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): Учебник для бакалавров / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. — М.: ИТК Дашков и К, 2018. — 372 с.
6	Грибов, В.Д. Экономика организации (предприятия): Учебное пособие / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. — М.: КноРус, 2018. — 416 с.

7	Лопарева, А.М. Экономика организации (предприятия): Учебно-методический комплекс / А.М. Лопарева. — М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2017. — 400 с.
8	Городецкая, М.И. Бухгалтерский учет и налогообложение в индустрии туризма: Учебное пособие / М.И. Городецкая. - М.: Вузовский учебник, Инфра-М, 2012. - 304 с.
9	Качур, О.В. Налоги и налогообложение (для бакалавров) / О.В. Качур. - М.: КноРус, 2018. - 480 с.
10	Левкевич, М.М. Малый бизнес: учет и налогообложение: Учебное пособие / М.М. Левкевич. - М.: Инфра-М, 2013. - 432 с.