



АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

УТВЕРЖДАЮ  
председатель  
приемной комиссии АНО ВО СКСИ  
С.Е. Шиянов  
«27» сентября 20 17 г.

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ  
ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ НА ОБУЧЕНИЕ НА 2018/19 УЧЕБНЫЙ ГОД  
ПО ДОГОВОРАМ ОБ ОКАЗАНИИ ПЛАТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ  
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 43.04.01 СЕРВИС**

**направленность (профиль) программы:** Управление процессами обслуживания  
**форма обучения:** очная, заочная

Разработана:

член экзаменационной комиссии, по проведению вступительного испытания:  
Междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 43.04.01 Сервис при приеме на  
обучение по образовательной программе высшего образования – программе магистратуры:  
43.04.01 Сервис направленность (профиль) программы Управление процессами обслуживания,  
канд.экон.наук, доцент кафедры иностранных языков и туризма

Е.А. Лакомов Лакомов  
«27» 09 2017г.



## СОДЕРЖАНИЕ

Общие положения	3
Цель программы	3
Требования, предъявляемые к уровню подготовки поступающего на обучение	3
Содержание программы	3
Рекомендуемая литература	6
Общие правила проведения вступительного испытания	7



### Общие положения

Программа направлена на оказание поступающим на обучение по договорам об оказании платных образовательных услуг содействия по организации самостоятельной подготовки к вступительному испытанию в магистратуру по направлению подготовки 43.04.01 Сервис направленность (профиль) программы: Управление процессами обслуживания.

Междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 43.04.01 Сервис проводится в форме устного экзамена и предполагает ответ поступающего на обучение на три теоретических вопроса.

### Цель программы

Программа вступительного испытания имеет целью проверить соответствие уровня подготовки поступающего на обучение требованиям к нему, необходимым для освоения программы по направлению подготовки 43.04.01 Сервис направленность (профиль) программы: Управление процессами обслуживания.

### Требования, предъявляемые к уровню подготовки поступающего на обучение

В результате подготовки к междисциплинарному экзамену поступающие на обучение должны обладать следующими компетенциями:

- способностью проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса;
- способностью выбора необходимых методов и средств процесса сервиса;
- обобщение необходимого варианта процесса сервиса, выбора ресурсов и средств с учетом требований потребителя;
- способностью предоставления услуги потребителю, в том числе с учетом социальной политики государства, развитие клиентурных отношений.
- готовностью участия в планировании деятельности предприятия сервиса;
- готовностью участия в организации контактной зоны для обслуживания потребителей;
- готовностью участия в организационно-управленческой деятельности предприятия сервиса, формировании клиентурных отношений;
- способностью выбора оптимальных процессов сервиса, соответствующего запросам потребителя, организация процесса предоставления услуги потребителю, в том числе с учетом социальной политики государства, развитие клиентурных отношений;
- способностью оценки производственных и непроизводственных затрат на обеспечение деятельности предприятия сервиса.

### Содержание программы

1. **Роль сферы услуг в современном обществе.** Процессы и факторы сервисизации экономики и общественной жизни. Возрастание роли услуг в постиндустриальном обществе. Факторы ускорения процесса сервисизации: научно-технический прогресс, экономические, социально-демографические, политико-правовые, экологические факторы. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей. Функции сферы услуг: экономические и социальные.

2. **Место услуг в мировой экономике.** Структура экономики: трехсекторное деление экономики (модель Фишера-Кларка), интерактивная модель экономики Д. Риддла. Своеобразие услуги как экономической категории. Особенности действия рыночного механизма в сфере услуг. Особенности рынка услуг.

3. **Характеристики услуг и классификация типов и видов услуг.** Характеристики услуг. Классификации типов и видов услуг. Классификация услуг Кристофера Лавлока. Общероссийские и международные классификаторы услуг.

4. **Сущность менеджмента в сфере услуг.** Модель менеджмента услуг Б.Карлофа. Основные принципы управления в сфере услуг. Специфика менеджмента в сфере услуг. Направления менеджмента в сфере услуг: управление качеством, управление производительностью, управление персоналом, управление маркетингом.



5. **Менеджмент как наука и профессиональная сфера деятельности.** Условия и факторы возникновения и развития менеджмента. Понятие, сущность, виды и задачи управления. Управленческий процесс и его элементы. Функции менеджмента. Модели управления. Механизм менеджмента. Виды менеджмента, их специфика. Социальная ответственность управления.
6. **Организация как объект управления и как функция.** Понятие, общая характеристика и типология организаций. Понятие и виды организационных структур управления. Централизация и децентрализация. Линейные, функциональные и аппаратные полномочия. Аспекты организационного процесса.
7. **Понятие, структура и характеристика организационной среды.** Понятие, структура и характеристика внешней среды. Характеристика внутренней среды. Организационная культура. Взаимодействие организации с деловой средой. Современные взгляды на организацию и ее деловую среду. Основные методы анализа микро- и макросреды организации.
8. **Планирование как функция управления.** Место планирования среди других, функций управления. Виды планирования в организации. Текущее и стратегическое планирование. Сущность и типы стратегий. Цикл стратегического управления. Формирование миссии, видения и стратегических целей. Стратегический анализ среды управления. Теория конкурентных преимуществ в системе стратегического менеджмента. Анализ конкурентных преимуществ. Центральная компетенция организации. Современные факторы конкурентоспособности.
9. **Мотивация и стимулирование деятельности в менеджменте.** Понятие потребностей, мотивации и стимулирования. Классификация теорий мотивации (содержательные, процессуальные). Стимулирование и мотивация трудовой деятельности: общее и особенное. Разработка программ стимулирования труда. Понятие и структура оплаты труда. Системы и формы оплаты труда.
10. **Управленческий контроль.** Роль и функции контроля в управлении организацией. Основные виды контроля. Структура контроля. Процесс контроля. Поведенческие аспекты контроля.
11. **Коммуникации как связующие процессы в менеджменте.** Значение коммуникаций в организации. Виды коммуникаций. Схема коммуникационного процесса. Каналы формальных коммуникаций и коммуникативных технологий. Преграды на пути коммуникаций и метод их устранения.
12. **Разработка и принятие управленческих решений как связующие процессы в менеджменте.** Понятие и виды управленческих решений. Методы разработка и принятия управленческих решений. Рациональные управленческие решения, основные этапы их принятия.
13. **Маркетинг: философия и методология рыночного управления.** Основные понятия, цель, задачи маркетинга. Характеристика основных этапов в развитии теории маркетинга. Функции маркетинга в хозяйственной деятельности современных организаций. Понятия коммерческого и некоммерческого маркетинга. Развитие маркетинга в России. Организационные структуры маркетинга. Современные функции службы маркетинга на предприятии. Необходимость, структура и задачи маркетингового контроля.
14. **Маркетинговая информация и технологии маркетинговых исследований.** Понятие маркетинговой среды предприятия. Анализ маркетинговой среды. Маркетинговая информационная система и её структура. Понятие и сущность маркетинговых исследований. Кабинетные и полевые исследования. Концепция маркетингового исследования и его основные этапы. Виды и методы маркетинговых исследований
15. **Исследование рынка и конкурентной среды. Понятие и типология рынков.** Понятие и виды спроса. Методы исследования общего рыночного спроса, емкости рынка, рыночной доли, динамики роста рынка. Понятие и роль конкуренции. Методика анализа конкурентной среды по модели Майкла Портера. Классификация конкурентов. Анализ конкуренции и конкурентной среды.
16. **Маркетинговые коммуникации в деятельности организации.** Понятие, роль и значение маркетинговых коммуникаций. Функции маркетинговых коммуникаций. Комплекс продвижения. Основные виды продвижения: реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью и



персональная продажа. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций. Новые технологии продвижения.

**17. Теория организации обслуживания.** Обслуживание как сервисная система. «Фронт-офис» и «бэк-офис». Бифункциональность сервисных технологий. Система сервисных операций: контактная зона и технологическое ядро. Система предоставления услуг. Основные методы предоставления услуг: поточной линии, самообслуживания, индивидуального подхода. Формы обслуживания: абонементное, бесконтактное, обслуживание на дому, выездное, комбинированное и т.д. Система маркетинга услуг.

**18. Контактная зона сервисной организации.** Понятие контактной зоны. Общение в контактной зоне: коммуникативная, интерактивная и перцептивная стороны общения. Перцепция и апперцепция. Вербальное и невербальное общение. Структура общения. Формы общения. Пространство контакта и подходы к его формированию. Процесс контакта между исполнителем и клиентом. Содержание контакта.

**19. Конфликты и способы их разрешения в зоне контакта.** Работа с жалобами потребителей. Принципы эффективного разрешения конфликтных ситуаций.

**20. Управление персоналом в сфере услуг.** Основные подходы к управлению персоналом на предприятии сферы услуг. Особенности использования трудовых ресурсов на предприятиях сферы услуг. Роль контактного персонала в обеспечении качества услуги. Методы формирования лояльности персонала.

**21. Развитие теории и практики маркетинга услуг.** Понятие маркетинга услуг. Проблемы развития теории маркетинга услуг. Международные модели маркетинга услуг: модель Джона Ратмелла; модель Пьера Эйглие и Эрика Лангеарда (Serviceaction); модель Кристиана Грёнрооса; модель Мэри Битнер; треугольная модель Филиппа Котлера; модель «8Р» Кристофера Лавлока и «дилемма двух боссов», модель качества услуг RBZ.

**22. Специфика услуги как товара.** Проблема определения услуги. Характеристики услуги и связанные с ними проблемы, возникающие у производителя и потребителя услуги. Отличие услуги от материально-вещественного товара. Специфика услуги как маркетингового продукта. Ценность услуги. Модель ценности услуги.

**23. Жизненный цикл услуги: основные этапы и их характеристики.** Управление этапами жизненного цикла сопутствующих услуг.

**24. Дополнительные элементы комплекса маркетинга услуг («7Р»): процесс взаимодействия, персонал, среда обслуживания.** Методы разработки и анализа процесса обслуживания (диаграммное проектирование, точек соприкосновения, потребительского сценария, реинжиниринга). Процесс материализации услуги и создание среды обслуживания. Сенсорные каналы восприятия среды обслуживания. Концепция внутреннего маркетинга. Методики аудита комплекса внутреннего маркетинга: анализ «важность – исполнение» и теория мотивации труда Ф. Герцберга.

**25. Анализ потребителей и потребительского поведения в сфере услуг.** Поведение потребителей услуг и процесс принятия ими решения. Исследование потребителей. Классификация потребителей. Характеристика потребительского и делового рынков рынка (B2C и B2B). Модель покупательского поведения. Характеристика процесса принятия решения о покупке. ABC-анализ потребителей. Факторы, влияющие на покупательское поведение. Процесс принятия решения потребителем. Специфические аспекты покупки услуг.

**26. Разработка и создание новых услуг.** Категории новой продукции. Факторы, являющиеся причиной создания новых услуг. Инструменты для разработки услуги: комплексное проектирование, надежное проектирование, бенчмаркинг. Возможности франчайзинга в сфере услуг. Принципы разработки услуг. Процесс разработки услуги: модель Шуинга-Джонсона.

**27. Качество услуг.** Стандартизация и сертификация услуг. Проблема качества в сфере услуг. GAP-модель оценки качества услуг. Критерии качества услуг. Модели качества услуг. Общероссийские стандарты качества. Качество обслуживания и производительность труда в сфере услуг. Пути улучшения качества услуг. Ответственность продавца (исполнителя) перед потребителем.



**28. Содержание предпринимательской деятельности в сервисе.** Сущность, основные признаки, функции и принципы предпринимательской деятельности. Услуга как специфический объект предпринимательской активности. Типология и специфика многообразия видов предпринимательской деятельности в сервисе. Организационно-правовые формы осуществления предпринимательской деятельности. Предпосылки успешного предпринимательского старта. Бизнес-модель. Технология разработки бизнес-плана. Предпринимательская тайна и риск. Оценка эффективности предпринимательской деятельности.

**29. Технологические аспекты создания предпринимательской структуры в сервисе.** Условия создания собственного дела. Порядок создания нового сервисного предприятия. Разнообразие форм организационной структуры предпринимательской единицы в сфере обслуживания. Учреждение (регистрация), реорганизация и ликвидация предприятия.

**30. Коммерческая информация и ее защита.** Понятие коммерческой информации и коммерческой тайны. Роль информации в управлении коммерческой деятельностью. Источники информации и требования, предъявляемые к ней. Обеспечение защиты коммерческой информации и коммерческой тайны. Товарная информация, товарные знаки, знаки обслуживания и наименования мест происхождения товара. Роль товарных знаков, знаков обслуживания в коммерческой работе и правовая охрана товарного знака, знака обслуживания.

#### Рекомендуемая литература

##### *Основная литература:*

1. Антикризисное управление: Учебник / Под ред. Э.М. Короткова. -М.:ИНФРА-М, 2013
2. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ю.В. Безрутченко— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 233 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57171.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Валеева Е.О. Этика и культура управления в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс]/ Е.О. Валеева— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2015.— 142 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31938.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Велединский В.Г. Сервисная деятельность. Учебник. – М.: Кнорус, 2013 – с.176
5. Веснин В.Р. Управление человеческими ресурсами Теория и практика: учебник / В. Р. Веснин. - Москва: Проспект, 2014. - 688 с.
6. Виноградова С.А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса [Электронный ресурс]: учебное пособие/ С.А. Виноградова, Н.В. Сорокина, Т.С. Жданова— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2014.— 208 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15712.html>.— ЭБС «IPRbooks»
7. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования: теория и практика. М., Юрайт, 2014.
8. Давыдова Н.Ю. Правовое обеспечение сервиса и туризма [Электронный ресурс]: практикум/ Н.Ю. Давыдова— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2014.— 102 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33651.html>.— ЭБС «IPRbooks»
9. Егоршин А. П. Основы управления персоналом: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Упр. персоналом" / А. П. Егоршин. - 3-е изд. - Москва: ИНФРА-М, 2013. - 352 с.
10. Казакевич Т.А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Т.А. Казакевич— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Интермедия, 2015.— 186 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30207.html>.— ЭБС «IPRbooks»
11. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: актуальные технологии найма, адаптации и аттестации/ А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова ; Москва: КноРус, 2014. - 368 с
12. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. СПб., Питер, 2015.



13. Курбатова М. Б. Травин В. В. Управление человеческими ресурсами. Модуль IV. Учебно-практическое пособие/ М.Б. Курбатова, М.И. Магура .- Москва: Дело АНХ,2014-157с.
14. Мальшина Н.А. Менеджмент в сервисе [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Н.А. Мальшина— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 252 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/49845.html>.— ЭБС «IPRbooks»
15. Мальшина Н.А. Сервисология. Потребности человека [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Н.А. Мальшина, Н.И. Ермакова— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 144 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62607.html>.— ЭБС «IPRbooks»
16. Манюхин И.С. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: конспект лекций/ И.С. Манюхин— Электрон. текстовые данные.— Самара: Самарский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2014.— 64 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29794.html>.— ЭБС «IPRbooks»
17. Маслова В.М. Управление персоналом; учебник для бакалавров / В.М.Маслова.- М.:Юрайт.2013-492с.
18. Неретина Т.Г. Основы сервисной деятельности. Учебно-методический комплекс. – М., 2013.
19. Орехов В.И., Балдин К.В., Орехова Т.Р. Антикризисное управление: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2013
20. Резник Г.А. Сервисная деятельность. Учебник. – М., 2013.
21. Романович Ж.А., Калачев С.Л. Сервисная деятельность. Учебник. 6-е изд. доп. и перераб. – М.: ИТК «Дашков и К», 2013 – с.284. (Гриф МО РФ)
22. Руденко Л.Л. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Л.Л. Руденко— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 208 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57229.html>.— ЭБС «IPRbooks»
23. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ В.А. Фурсов [и др.]— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015.— 148 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63244.html>.— ЭБС «IPRbooks»
24. Синяева И.М., Романенкова О.Н. Маркетинг: теория и практика. М., Юрайт, 2013.
25. Третьякова Т.Н. Сервисная деятельность. Учебное пособие. – М., 2013. (Гриф МО РФ)
26. Шапкин И.Н. Менеджмент. Теория и практика. М., Юрайт, 2014.

#### *Дополнительная литература*

1. Аванесова Г.И. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: Учебное пособие для студентов вузов.- М.: Аспект Пресс, 2009.
2. Баева О. Н. Казарина Л. А. Туренко Т. А. Сфера услуг. Менеджмент: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2008.
3. Гембл П., Стоун М., Вудкок Н. Маркетинг взаимоотношений с потребителями / П. Гембл М. Стоун, Н. Вудкок. - М., «Гранд», 2001.
4. Кашникова К.В. Сервис в России. Десятка самых популярных и востребованных услуг: пособие.- М.: ГроссМедиа.2008.
5. Коробкова С.Н. Сервисная деятельность / С.Н. Коробкова, В.И. Кравченко, С.В. Орлов, И.П. Павлова / Под ред. В.К. Романович. – СПб.: Питер, 2005. – 156 с.
6. Федцов В.Г. Культура сервиса / В.Г. Федцов – М.: «Изд-во ПРИОР», 2001. – 208 с.
7. Шоул Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.

#### **Общие правила проведения вступительного испытания**

Право для прохождения междисциплинарного экзамена по направлению подготовки 43.04.01 Сервис предоставляется лицам, имеющим высшее образование любого уровня.

В ходе экзамена поступающим на обучение предлагается устно ответить на три теоретических вопроса. В процессе ответа на теоретический вопрос необходимо раскрыть основные понятия по



содержанию вопроса; осветить место, роль и значимость затронутых в вопросе моментов профессиональной деятельности работника сферы сервиса; представить основные сущностные характеристики проблемы, освещаемой в рамках изложения вопроса; привести примеры из практики, опирающейся на отечественный и зарубежный опыт; дать необходимые комментарии и обобщения. При подготовке к устному экзамену рекомендуется пользоваться указанной в программе литературой.

Цель данного вступительного испытания:

- определить уровень теоретической подготовки,
- выявить склонность поступающего на обучение к научно-исследовательской деятельности,
- определить доминирующую мотивацию выбора направления подготовки.

Время подготовки ответа составляет, как правило, 30 мин. Опрос одного поступающего на обучение длится, как правило, не более 15 мин.

Правила проведения вступительных испытаний при поступлении в магистратуру определены соответствующими Правилами проведения вступительных испытаний, утвержденных Ученым советом.

#### *Критерии и шкалы оценивания*

Результаты устного экзамена определяются по 100-балльной шкале согласно критериев оценивания и объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседания экзаменационной комиссии.

При оценке учитываются следующие качественные показатели ответов поступающих на обучение:

- глубина (теоретические знания);
- осознанность (умения применять, обобщать, критически оценивать полученную информацию);
- полнота (соответствие объему программы).

При оценке учитывается также число и характер ошибок (существенные или несущественные). Существенные ошибки связаны с недостаточной глубиной и осознанностью ответа (например, поступающий на обучение не смог применить теоретические знания для объяснения явлений, для установления причинно-следственных связей, сравнения и классификации явлений и т.д.).

Несущественные ошибки определяются неполнотой ответа (например, упущение из вида какого-либо нехарактерного факта, дополнения при описании процесса, явления, закономерностей и т.д.); к ним могут быть отнесены оговорки, допущенные при невнимательности поступающего на обучение.

**«100 баллов»** – поступающий на обучение демонстрирует глубокое, полное раскрытие основных направлений и перспектив развития туристской науки и практики; устанавливает содержательные межпредметные связи. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении различных туристских проблем используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный;

**«75 баллов»** – поступающий на обучение демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию экзаменационной комиссии;

**«50 баллов»** – поступающий на обучение в ответе допускает существенные ошибки; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; не установлены межпредметные связи; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно;





**«25 баллов»** – поступающий на обучение демонстрирует непонимание основных направлений и перспектив развития туристской науки и практики; в ответе допущен ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах экзаменационной комиссии; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии.

**Итоговый балл** междисциплинарного экзамена определяется путем суммирования баллов за теоретические вопросы и выведения среднего балла.

Установленное минимальное количество баллов, подтверждающих успешное прохождение данного вступительного испытания, – 50 баллов.