

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Кубанский государственный технологический университет»
(ФГБОУ ВО «КубГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ

председатель приёмной комиссии КубГТУ,
врио ректора КубГТУ, профессор
_____ М.Г. Барышев

«30» октября 2021 г.

ПРОГРАММА
вступительного испытания в магистратуру
по направлению 43.04.01 – Сервис

Раздел 1. Классификация потребностей человека и оценка их социальной значимости. Проблема классификации потребностей. Потребности биологические и социальные, действительные, разумные, естественные и мнимые, иллюзорные, искусственные, извращенные, патологические. Структура и критерии базовых потребностей по Маслоу: физиологические потребности, потребности в безопасности и самосохранении, потребности в любви и признании, потребности в самоуважении, потребность в самоактуализации. Понимание потребностей в психологии. Деятельная, побудительная сила потребностей. Потребности как устойчивые образования человеческой психики и их особая динамичность, связанная с определенными фазами в их развитии.

Раздел 2. Основные потребности и психофизиологические возможности человека и их взаимосвязь с социальной активностью личности. Виды потребностей. Физиологические особенности человека, социальная значимость потребителей. Структура обслуживания с учетом природных и социальных факторов. История развития сервиса, виды сервисной деятельности. Современные определения понятия услуги. Классификации услуг и их характеристика, теория организации обслуживания. Социальное значение услуги. Роль услуги в жизни человека. Материальные и социально-культурные услуги. Специфика и свойства услуги как товара. Основные группы характеристик качества услуг. Различие понятий «услуга» и «работа». Факторы социального роста услуг. Занятость населения в сфере услуг по странам. Нормативно-правовые акты в сфере услуг. Особенности услуг и их влияние на характер работ по стандартизации и сертификации сферы сервиса. Конкурентная борьба в сфере услуг. Причины появления новых видов услуг. Особенности услуг и их влияние на характер работ по стандартизации и сертификации сферы сервиса. Конкурентная борьба в сфере услуг. Понятие оптимальной инфраструктуры обслуживания (с учетом природных и социальных факторов). Методы бесконфликтных взаимоотношений с потребителем в процессе сервисной деятельности. Методы этнокультурной диверсификации сервисной деятельности. Процесс обслуживания клиентов и его

этапы. Теория организации обслуживания различных групп потребителей. Особенности индивидуального обслуживания клиентов предприятий сервиса.

Раздел 3. Оценка соответствия. Подтверждение соответствия: цели и формы. Обязательное и добровольное подтверждение соответствия. Системы сертификации. Схемы сертификации услуг. Органы по сертификации. Сертификация систем качества.

Раздел 4. Основы менеджмента, понятие, сущность и функции менеджмента в гостиничном и туристическом бизнесе. Опыт менеджмента в гостиничном и туристическом бизнесе за рубежом, возможность его использования в России. Понятие, сущность и функции менеджмента. Менеджмент как вид деятельности. Развитие менеджмента в гостиничном и туристическом бизнесе в прошлом и настоящем. Принципы менеджмента. Методы менеджмента. Основные понятия и управленческие категории сервиса. Характеристики услуги. Покупательское поведение клиента. Цели и задачи управления предприятием сервиса. Внутренняя и внешняя среда бизнеса в индустрии гостеприимства. Налаживание взаимовыгодного сотрудничества. Этика делового общения. Национальные стили деловых отношений.

Раздел 5. Основы маркетинга в гостиничном и туристическом бизнесе, специфика маркетинга в гостиничном и туристическом бизнесе. Исторические условия и причины появления маркетинга. Специфика маркетинга в гостиничном и туристическом бизнесе. Организационная структура управления маркетинга в гостиничном и туристическом бизнесе. Источники маркетинговой информации в гостиничном и туристическом бизнесе. Сбор, систематизация и анализ информации. Методы сбора маркетинговой информации. Маркетинговые исследования. Виды маркетинговых исследований. Цели и задачи маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования. Схема маркетингового исследования в гостиничном и туристическом бизнесе.

Раздел 6. Информационные технологии в гостиничном и туристическом бизнесе. Компьютерные сети и их использование в гостиничном и туристическом бизнесе. Роль информационных технологий в оптимизации менеджмента предприятий индустрии гостеприимства. Цели и этапы комплексной автоматизации предприятия. Стандартное и специальное программное обеспечение офиса. Фирмы-разработчики специального программного обеспечения сервиса и их программные продукты. Характеристика и структура типовых программных комплексов. Проблема стандартизации обмена информацией между участниками рынка. Виды информационного обслуживания, устройства для электронной обработки информации, информационные технологии, офисное оборудование и персональные средства в сервисной деятельности. Направления использования Интернет в гостиничном и туристическом бизнесе. Принципы и этапы создания сайтов компаний гостиничного и туристического бизнеса, реклама услуг в Интернет. Понятие «электронной коммерции». Проблемы развития электронной коммерции в России.

Раздел 7. Технология обслуживания и реализации гостиничных услуг. Специфика гостиничного бизнеса. Формы продажи гостиничных услуг: централизованная, децентрализованная, комбинированная. Особенности технологии обслуживания и реализации гостиничных услуг. Технологический цикл гостиничного обслуживания: этапы и их характеристики. Состав помещений гостиницы. Классификация гостиничных номеров. Службы гостиниц и их

функциональные особенности. Требования к обслуживающему персоналу. Основные критерии качества обслуживания.

Раздел 8. Предприятия ресторанного сервиса: классификация и методы обслуживания. Принципы классификации предприятий питания. Культура и методы обслуживания на предприятиях ресторанного сервиса (американский, французский, русский сервис). Характеристика и виды меню.

Раздел 9. Дополнительные услуги в сфере гостеприимства. Характеристика и перспективы развития дополнительных услуг в сфере гостеприимства. Состав, структура и классификация дополнительных услуг. Система предложения дополнительных услуг в гостинице, ее основные элементы.

Раздел 10. Духовная культура служащих. Профессиональная этика: сущность, классификации, функции. Нормы и принципы служебной этики: сущее и должное. Корпоративная этика: генезис, особенности, социальные последствия. Этикет в деятельности служащих предприятия сервиса. Руководитель и подчиненный: этикет взаимоотношений. Внешний облик служащего. Манеры поведения. Имидж. Культура письменной речи и административный речевой этикет. Культура делового спора. Этикет деловых разговоров, деловых встреч, переговоров. Невербальные средства общения и деловой этикет. Дипломатический протокол и международный этикет. Деловой этикет и предметно-пространственная среда учреждения сервиса. Организация рабочего времени государственного и муниципального служащего. Этнокультурные особенности делового этикета.

Раздел 11. Современные организационные формы сервисной деятельности. Сущность франчайзинга, мерчандайзинга. Инновации в организации предприятий сервиса. Этапы инновационного цикла реализации инноваций.

Раздел 12. Основы организации рабочих мест на предприятиях сервиса (на примере гостиниц и ресторанов). Типы организационных структур предприятий сервиса. Основные требования к организации рабочих мест.

Раздел 13. Организация обслуживания потребителей услуг. Способы и формы организации обслуживания и оказания услуг. «Контактная зона» как основная сфера реализации сервисной деятельности. Принципы удовлетворения потребностей населения в процессе сервисной деятельности.

Раздел 14. Основные правила обслуживания населения. Формы договора об оказании услуги. Права и обязанности исполнителя услуги. Права и обязанности потребителя услуги.

Раздел 15. Реклама и связи с общественностью в гостиничном и туристическом бизнесе: характеристика основных приемов и методов. Современные рекламные и PR-технологии, их значение в продвижении товаров и услуг. Виды рекламы. Целевые аудитории потребителей рекламного продукта. Брэинг: основные термины и определения. Процесс создания брэнда: позиционирование, стратегия. Место связей с общественностью в структуре современных компаний. Целевая аудитория, виды и категории целевых аудиторий, ключевая аудитория, внешняя и внутренняя аудитория, конечный потребитель. Виды PR-текстов.

Раздел 16. Качество услуг и обслуживания. Понятия «качества услуг» и «качество обслуживания». Критерии и показатели качества услуги. Методы контроля качества услуг. Культура обслуживания как базовый элемент качества обслуживания.

Раздел 17. Эффективность сервисной деятельности. Понятие и основные показатели экономической эффективности сервисной деятельности. Понятие социальной эффективности сервисной деятельности. Оценка удовлетворенности потребителя сервисной деятельностью.

Основная литература

Раздел 1:

1. Таранова И. В., Трухачев А. В. Сервисология [Электронный ресурс]: учебник. – Ставрополь: АГРУС Ставропольского гос. аграрн. ун-та, 2013. – 296 с. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=514626>

2. Генкин Б.М. Человек и его потребности [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – М.: Норма: ИНФРА-М, 2019. – 256 с. – URL: <https://znanium.com/read?id=337348>

Раздел 2:

1. Резник Г. А. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — М.: ИНФРА-М, 2020. — 202 с. — URL: <https://znanium.com/read?id=357472>

2. Романович Ж. А. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ж. А. Романович, С. Л. Калачев; под общ. ред. проф. Ж. А. Романовича. — 7-е изд., стер. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 284 с. – URL: <https://znanium.com/read?id=358379>

3. Свириденко, Ю. П. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 174 с. — URL: <https://znanium.com/read?id=335952>

Раздел 3:

1. Гулиев Н.А. Стандартизация и сертификация социально-культурных и туристских услуг [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Н. А. Гулиев, Б.К. Смагулов. – 2-е изд., стереотип. – М.: Флинта: МПСИ, 2011. – 240 с. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=454042>

Раздел 4:

1. Дмитриева Н.В. Гостиничный менеджмент [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Н. В. Дмитриева, Зайцева Н.А., Огнева С.В., Ушаков Р.Н. – М.: АЛЬФА-М; НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 352 с. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=473497>

2. Пищулов В. М. Менеджмент в сервисе и туризме [Электронный ресурс]: учеб. пособие. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 284 с. — URL: <https://znanium.com/read?id=334957>

Раздел 5:

1. Синяева И.М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс]: учебник / И.М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. – М.: Дашков и К, 2014. – 252 с. – URL: <https://znanium.com/read?id=286435>

2. Муртузалиева, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие для бакалавров / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 166 с. – URL: <https://znanium.com/read?id=358128>

3. Тультаев Т. А. Маркетинг услуг [Электронный ресурс]: учебник. — М.: ИНФРА-М, 2020. — 208 с. — URL: <https://znanium.com/read?id=356219>

Раздел 6:

1. Гаврилов Л.П. Информационные технологии в коммерции [Электронный ресурс]: учебное пособие. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 238 с. – URL: <https://znanium.com/read?id=106841>

2. Шишов О. В. Современные технологии и технические средства информатизации [Электронный ресурс]: учебник. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 462 с. — URL: <https://znanium.com/read?id=354804>

Раздел 7:

1. Технология и организация гостиничных услуг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. Н. Семеркова, В. А. Белякова, Т.И. Шерстобитова и др. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 272 с. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=473650>

2. Технология и организация предприятия туризма [Электронный ресурс]: учебник / В.П. Орловская; Под общ. ред. проф. Е.И. Богданова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 176 с. – URL: <https://znanium.com/read?id=198402>

Раздел 8:

1. Федцов В.Г. Культура ресторанного сервиса [Электронный ресурс]: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2014. – 248 с. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=430602>

2. Хмырова С.В. Ресторанный маркетинг [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм», «Экономика и управление на предприятии (в сфере сервиса)», «Менеджмент в сфере услуг», «Управление персоналом». — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.-255 с. – URL: <https://znanium.com/read?id=340996>

Раздел 9:

1. Постановление Правительства РФ от 1 апреля 2021 года № 1853 об утверждении «Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации»

Раздел 10:

1. Иванова И. С. Этика делового общения [Электронный ресурс]: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 168 с. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=417747>

2. Кошечая И.П., Канке. А.А. Профессиональная этика и психология делового общения [Электронный ресурс]: учебное пособие. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 304 с. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=144220>

3. Кибанов А.Я. Этика деловых отношений [Электронный ресурс]: учебник / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров и др.; Под ред. А.Я. Кибанова; ГУУ – 2-е изд., испр. и доп. – М.: НИЦ Инфра-М, 2012. – 424 с. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=322836>

Раздел 11:

1. Земляков Д.Н., Макашев М.О. Франчайзинг. Интегрированные формы организации бизнеса [Электронный ресурс]: учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 142 с. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=1028617>

2. Мерчандайзинг [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие / Давыдкина И.Б. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 162 с. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=899750>

Раздел 12:

1. Виноградова М. В., Панина З. И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Электронный ресурс]: учебное пособие. М.: Дашков и К°, 2014. – 448 с. – URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=50257

2. Планирование на предприятии [Электронный ресурс]: учебник / В.В. Янковская. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 425 с. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=367874>

Раздел 13:

1. Зайко Г. М. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.М. Зайко, Т.А. Джум. – М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 560 с. – URL: <https://znanium.com/read?id=202753>

2. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания [Электронный ресурс] / Васюкова А., Любецкая Т.Р. – М.: Дашков и К, 2017. – 416 с. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=512131>

Раздел 14:

1. Скобкин С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие. – М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 496 с. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=127778>

2. Постановление Правительства РФ от 1 апреля 2021 года № 1853 об утверждении «Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации»

3. Постановление Правительства РФ от 21 сентября 2020 года № 1514 об утверждении «Правил бытового обслуживания населения»

4. Постановление Правительства РФ от 21 сентября 2020 года № 1515 об утверждении «Правил оказания услуг общественного питания»

Раздел 15:

1. Антипов К. В. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник. - 4-е изд., стер. – М/: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 326 с. – URL: <https://znanium.com/read?id=358440>

2. Ткаченко О.Н. Дизайн и рекламные технологии [Электронный ресурс]: учебное пособие; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). – М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 176 с. – URL: <https://znanium.com/read?id=148227>

Раздел 16:

1. Маслов Д.В. Малый бизнес. Стратегии совершенствования на основе управления качеством [Электронный ресурс]: пособие / Маслов Д.В., Белокооровин Э.А., - 2-е изд., (эл.) – М.: ДМК Пресс, 2018. – 193 с. – URL: <https://znanium.com/read?id=324001>

2. Агарков А. П. Управление качеством [Электронный ресурс]: учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. – 208 с. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=450883>

Раздел 17:

1. Овчаров А. О. Экономика туристских предприятий [Электронный ресурс]: учебное пособие. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 176 с. – URL: <https://znanium.com/read?id=354817>

2. Горфинкель В.Я., Швандар В.А. Экономика организаций (предприятий)
[Электронный ресурс] – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 608 с. – URL:
<http://znanium.com/bookread2.php?book=884161>

Директор ИППП, профессор



А.Ю. Шаззо

Председатель методической
комиссии ИППП



Н.В. Мацакова