



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»
(СГУ)**

Программа

**вступительного испытания в магистратуру на направление
подготовки 43.04.01 «Сервис»
(«*Инновационный сервис*»)**

Саратов – 2022

Пояснительная записка

Вступительное испытание «Междисциплинарный экзамен по дисциплинам направления «Сервис» направлено на выявление степени готовности абитуриентов к освоению магистерской программы «Инновационный сервис» направления подготовки 43.04.01 «Сервис». В ходе вступительного испытания оцениваются обобщенные знания и умения по дисциплинам указанного направления; выявляется степень сформированности компетенций, значимых для успешного освоения соответствующей магистерской программы.

Вступительное испытание проводится в форме устного междисциплинарного экзамена по дисциплинам направления «Сервис».

Содержание программы

1. Сервис как вид деятельности

Понятие «сервис» и «сервисная деятельность». Общество сервисной экономики. Концепция «пяти индустриальных циклов» Й. Шумпетера. «Информатизация» и «сервисизация» как основные тенденции перехода от индустриального общества экстенсивного типа развития к постиндустриальному обществу интенсивного типа развития. Теория и практика сервиса с учетом национальных, региональных, этнических, демографических и природно-климатических особенностей обслуживания. Услуга как результат сервисной деятельности. Понятие и характерные черты услуги. Классификация услуг. Рынок услуг. Особенности развития сервисной деятельности в современной России. Современные концепции предоставления услуг. Нормативные и правовые документы в области обслуживания и предоставления услуг. Сервисный процесс и сервисная система. Предпродажный сервис. Современная коммуникативная система на рынке услуг. Процесс личной продажи. Послепродажное обслуживание. Принципы технического обслуживания. Эксплуатационные инструкции, основные правила их составления. Принципы и содержание гарантийного и постгарантийного обслуживания. Жизненный цикл товара и жизненный цикл услуг. Концепция «смешанного обслуживания» Э. Мате. Конкурентная борьба на сервисном рынке посредством дифференциации услуг.

2. Предприятия сервиса и организация их работы

Организационно-правовые основы деятельности сервисного предприятия. Понятие производственного процесса. Технологический процесс на предприятиях сервиса: основные и вспомогательные операции. Специализация и кооперирование как формы организации производственного процесса. Структура процесса оказания услуги. Организация производственного процесса и процесса оказания услуг во времени. Организация основного производства на предприятиях сферы сервиса. Типы и методы организации выполнения услуг. Основы организации труда на предприятиях сферы сервиса. Нормирование труда. Организация оплаты труда на сервисном предприятии. Организация

налогообложения на предприятиях сервиса. Управление качеством услуг и стандарты обслуживания. Организация контроля качества услуг и продукции. Характеристика видов услуг и форм обслуживания потребителей. Понятие внутрифирменного планирования в условиях рынка. Отличия централизованного планирования от планирования в рыночных условиях. Принципы и методы планирования. Система планов предприятия сервиса. Этапы разработки плана сервисного предприятия: анализ исходных позиций предприятия, оценка сильных и слабых сторон предприятия (SWOT-анализ), разработка оптимальных планов предприятия (стратегические, долгосрочные, среднесрочные, краткосрочные планы). Структура текущего плана предприятия сферы услуг. Планирование издержек и цен на продукцию предприятий сферы сервиса. Ценообразование на услуги, работы, продукцию сервисного предприятия. Планирование финансовых результатов деятельности предприятий сферы сервиса. Оценка экономической эффективности деятельности сервисного предприятия. Планирование инвестиционной деятельности предприятия сервиса. Бизнес-планирование деятельности предприятия сферы сервиса.

3. География сервиса

Социально-географическое пространство и территориальная организация сервисной деятельности как поступательный процесс. Категория «региона» и принципы социально-экономического районирования в сервисе. Экономическая интеграция в сервисной деятельности: сущность, предпосылки, преимущества, формы. Факторы, определяющие участие страны в разделении труда и развитии сервисных производств. Основные направления и формы развития специализации сервисного производства. Территории с особым экономическим статусом: опыт создания, цели, значение для развития сервисных отраслей. Транспортная система страны и ее роль в развитии сервисных производств. Природно-ресурсный потенциал страны и развитие сервисных производств: характеристика, тенденции, роль в социально-экономическом развитии. География международного рынка рабочей силы, его развитие и последствия миграционных процессов для пространственной организации сервисной деятельности и расселения в регионе. Закономерности, принципы и факторы размещения сервисных производств и методы отраслевого экономического обоснования размещения сервисного производства. Экономические районы России: принципы районирования, их типологизация и задачи регионального развития сервисной деятельности.

4. Маркетинг в сервисе

Сущность и цели маркетинга сервисной деятельности. Основные функции маркетинга. Виды маркетинга в сфере услуг. Особенности маркетинга услуг. Маркетинговая среда сервисного предприятия. Миссия, видение и уникальное сервисное предложение. Разработка новых услуг. Стадии разработки услуги в сервисе. Жизненный цикл услуги. Инструменты и средства продвижения услуг. Системы стимулирования сбыта. Определение стратегии продвижения на

рынке. Особенности продвижения услуг сервисных предприятий на международных рынках. Товарная марка в сервисе. Марочный знак. Качество марочного товара. Сервисный бренд. Способы оценки бренда. Пирамида ценностей сервисного бренда. Характеристика потребительского поведения на рынке услуг. Процесс принятия решения о приобретении услуги. Маркетинговое исследование в сервисе. Формы и методы маркетингового исследования. Исследование потребителей услуг. Исследование конкурентов. Исследование цен на услуги. Внутренний маркетинг сервисной компании. Маркетинговый подход к управлению кадрами. Мотивация персонала сервисного предприятия. Территориальный маркетинг в сервисной деятельности. Стратегии маркетинга территорий оказания сервисных услуг. Имидж территории в сервисной деятельности. Маркетинговая привлекательность территории. Маркетинг развития сервисной инфраструктуры.

5. Менеджмент в сервисе

Специфика сервиса как объекта управления. Функции управления (планирование, организации, мотивация и контроль). Методы управления сервисным предприятием. Принципы эффективного менеджмента сервиса. Факторы внешней и внутренней среды сервисного предприятия. Понятие и сущность стратегического управления сервисным предприятием. Построение организационной структуры сервисного предприятия. Виды организационных структур управления. Централизация и децентрализации управления. Содержание и виды управленческих решений. Принятие управленческих решений. Процесс коммуникации в управлении сервисным предприятием. Стратегическая роль управления человеческими ресурсами в сфере сервиса. Воздействие внешних факторов на управление персоналом в сервисе. Современные способы организации труда. Привлечение эффективного персонала. Подбор и подготовка персонала. Управление персоналом на предприятиях индустрии сервиса. Развитие персонала и профессиональное обучение. Организационное поведение. Личность и поведение. Природа и типы профессиональных конфликтов. Деятельность менеджеров в сфере сервиса. Мастерство менеджера сервисной организации. Содержание и виды управленческих решений. Модели принятия управленческих решений. Влияние личности менеджера на процесс принятия решений в сервисной организации. Сущность и виды контроля как функции управления. Особенности антикризисного менеджмента сервисной организации. Факторы возникновения кризисных ситуаций и неожиданных событий. Управление кризисными ситуациями на сервисном предприятии.

6. Современные технологии в сервисе

Техника и технологии в сервисном бизнесе. Техническое оснащение современного офиса сервисной компании. Основные требования к офису сервисной компании. Информационно-справочное обеспечение офиса в сервисе. Материально-техническая база сервисных предприятий. Санитарно-технические системы. Технологическое оборудование. Сервисные технологии и формы обслуживания. Информационные технологии в сервисной отрасли. Структура информационных технологий. Основные тенденции развития информационных технологий на рынке оказания сервисных услуг. Средства коммуникации и связи. Классификация средств оргтехники. Системы автоматизации деловых процессов в сервисном бизнесе. Интернет-технологии в сервисе. Поставщики интернет-услуг. WEB-сайты сервисных предприятий. Размещение информации в интернете. Классификация и специфика сервисных интернет-порталов. Мультимедийные технологии. Электронные каталоги.

Список литературы

Абрамова М. И. Совершенствование планирования на предприятиях: инновационный аспект, инструментарий, организация / М. И. Абрамова; под ред. Е. В. Козлова. - Саратов: СГУ [изд.], 2006.

Аванесова Г. А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент : учеб. пособие / Г. А. Аванесова. - М.: Аспект Пресс, 2007.

Алексеев А.И., Ковалев С.А., Ткаченко А.Л. География сферы обслуживания: основные понятия и методы. Тверь, 2009.

Бабурин В.Л., Мазуров Ю.Л. Географические основы управления. - М.: Дело, 2005.

Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования. М., 2007.

Велединский В. Г. Сервисная деятельность. - Москва : КНОРУС, 2010.

Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014.

Гладкий Ю.Н., Доброскок В.А., Семёнов С.П. Экономическая география России. - М.: Гардарики, 2009.

Гребцова В.Е. Экономическая и социальная география России. - Ростов н/Д: Феникс, 2009.

Голова А.Г. Управление продажами. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013.

Гукова О.Н. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие /О.Н. Гукова. – М.: ФОРУМ, 2012.

Диянова С. Н. Маркетинг сферы услуг: Учебное пособие. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012.

Дорофеева Л.И. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлению "Менеджмент" / Л. И. Дорофеева ; Саратов. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. - Саратов: [б. и.], 2014.

Друкер П., О профессиональном менеджменте. - М.: Изд-во дом «Вильямс», 2007.

Жданова Т. С. Технологии продаж. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014.

Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме. – М.: Издательский Дом "ИНФРА-М", 2016.

Информационные системы в экономике. – Москва : ООО «Научно-издательский центр «ИНФРА-М», 2014.

Карнаухова В. К. Сервисная деятельность. - 2-е изд. - Москва ; Ростов-на-Дону : МарТ, 2008.

Коротков Э.М. Менеджмент. - М. : Издательство Юрайт, 2014.

Коротков Э.М., Концепция современного менеджмента. - М.: Изд-во «Дека», 2008.

Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. – СПб.: Питер, 2012.

Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест: Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. — СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005.

Кулибанова В.В. Маркетинг сервисных услуг: руководство по повышению конкурентоспособности. - СПб.: Вектор, 2006.

Липец Ю.Г., Пуляркин В.А., Шлихтер С.Б. География мирового хозяйства. - М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС , 2011.

Лойко О.Т. Сервисная деятельность: учебное пособие. - М., 2010.

Лукина А. В. Маркетинг товаров и услуг. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013.

Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. - М.: Изд-во «Дашков и Ко», 2010.

Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – СПб.: Изд-во «Вильямс», 2009.

Международный рынок услуг / Под ред. В. А. Черненко. – СПб.: Нестор-История, 2011.

Перцик Е. Н. Города мира: география мировой урбанизации. - М.: Международные отношения, 2006.

Поздняков В.Я. Экономика фирмы: организация послепродажного обслуживания продукции. – М.: Издательский Дом "ИНФРА-М", 2010.

Провалов В. С. Информационные технологии управления. - М. : Флинта, 2008.

Региональная экономика / Под ред. Морозовой Т.Г. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2011.

Романович Ж.А. Сервисная деятельность. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013.

Саак А.Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. - Москва; Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2010.

Саак А. Э., Пшеничных Ю. А. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. – СПб.: Питер, 2007.

Сафонова Л. В. Социальные технологии в сфере сервиса и туризма [Текст] : учеб. пособие / Л. В. Сафонова. - Москва : Академия, 2007.

Свириденко Ю. П. Сервисная деятельность в обслуживании населения. - М.: Дашков и К, 2012.

Свириденко Ю. П. Сервисная деятельность. - Москва : Издательский Дом "ИНФРА-М", 2009.

Семина, О.А. Сервис в торговле. В 3 кн.: учебное пособие. - М.: «ДиС», 2006.

Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013.

Синяева И. М. Маркетинг услуг. - М.: Дашков и К, 2014.

Соколова О.Н. Документационное обеспечение управления в организации. - Москва: Кнорус, 2010.

Соловьева Т. А. Менеджмент и маркетинг в социально-культурной сфере и туризме. Хабаровск, 2009.

Трофимов В.В. Информационные системы и технологии в экономике и управлении. - М. : Издательство Юрайт, 2015.

Управление организацией; Энциклопедический словарь. - М., Инфра-М, 2009.

Хаксевер К. , Рендер Б. , Рассел Р. , Мердик Р. Управление и организация в сфере услуг. - СПб., 2002.

Христофоров, А.В. Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновационные подходы. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015.

Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2012.

Шарков Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2011.

Программа утверждена Ученым советом Института истории и международных отношений и согласована с Отделом по организации приема на основные образовательные программы СГУ

Начальник отдела по организации приема
на основные образовательные программы,
ответственный секретарь Центральной
приемной комиссии СГУ



С.С. Хмелев