

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
профессионального образования «Уральский федеральный университет имени
первого Президента России Б.Н.Ельцина»

Институт государственного управления и предпринимательства
Кафедра социологии и технологий государственного и муниципального управления



ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ

Учебный план № 4188

Рекомендована учебно-методическим советом Института государственного управления и предпринимательства для направлений подготовки и специальностей:


Код ООП	Направление	Профиль	Код ИГА по учебному плану
100100.62.06.01	43.03.01 - СЕРВИС	УПРАВЛЕНИЕ СЕРВИСОМ	Б6.6.1

Екатеринбург, 2015

программа итоговой государственной аттестации составлена авторами:

№	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Кафедра	Подпись
1.	Айвазян Артак Андроникович	к.полит. н.	доцент	СиСТУ	
2.	Багирова Тамара Борисовна		старший преподаватель	СиСТУ	
3.	Банникова Людмила Николаевна	д.соц.н., доцент	профессор	СиСТУ	
4.	Боронина Людмила Николаевна	к.ф.н., доцент	доцент	СиСТУ	
5.	Белова Ольга Рудольфовна		старший преподаватель	СиСТУ	
6.	Бурова Елена Владимировна		старший преподаватель	СиСТУ	
7.	Заборова Елена Николаевна	д. соц.н., профессор	доцент	СиСТУ	
8.	Непрозванных Александр Леонидович	к.соц.наук	доцент	СиСТУ	
9.	Пилявский Анатолий Прокопьевич	к.ф.н., доц.	доцент	СиСТУ	

Программа итоговой государственной аттестации одобрена на заседании кафедр:

№	Наименование кафедры	Дата заседания	Номер протокола	ФИО зав. кафедрой	Подпись
1	Выпускающая кафедра: Социологии и социальных технологий управления	18.09.2014	Пр. № 11	Вишневецкий Ю.Р.	

Согласовано:

Начальник отдела
образовательных программ



Е.В. Сатыбалдина

Председатель учебно-методического совета
института государственного управления и
предпринимательства



Л.Н. Попова

«24» 01 2015, протокол № 04

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ

Программа итоговой государственной аттестации составлена в соответствии с Федеральными государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования (ФГОС ВПО)

Код направления/ специальности и код уровня* освоения ООП	Название направления/ специальности	Реквизиты приказа Министерства образования и науки Российской Федерации об утверждении и вводе в действие ФГОС ВПО	
		Дата	Номер приказа
43.03.01** (100100.62)	СЕРВИС	18.11.2009	627

* 65 – специалист; 62 – бакалавр; 68 – магистр

** Изменение кода внесено в соответствии с новым перечнем направлений подготовки (пр. МОН РФ № 1061 от 12.09.2013)

1.1. Цель итоговой государственной аттестации

Целью итоговой государственной аттестации является проверка способности и готовности выпускника выполнять профессиональные задачи в сфере профессиональной деятельности и соответствия его подготовки требованиям, заявленными в паспорте ООП ВПО.

1.2. Задачи итоговой государственной аттестации

Задачами итоговой государственной аттестации являются проверка соответствия уровня сформированности результатов обучения (общекультурных и профессиональных компетенций) и составляющих их знаний, умений и опыта применения, требованиям к результатам освоения ОП, заявленным в паспорте ООП по соответствующему направлению подготовки/специальности.

Итоговый государственный экзамен носит полифункциональный характер и нацелен на контроль профессиональных компетенций по профилю образовательной программы «Управление сервисом». В ходе итогового государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы бакалавр-выпускник по направлению подготовки 43.03.01 (100100.62) «Сервис» (профиль «Управление сервисом») должен быть способным продемонстрировать следующие **профессиональные (ПК)** и **общекультурные компетенции (ОК) (результаты обучения)**:

Общекультурные компетенции (ОК) в соответствии с требованиями ФГОС:

- владение культурой мышления, целостной системой научных знаний об окружающем мире, ориентироваться в ценностях бытия, жизни, культуры (ОК-1);
- готовностью использовать базовые положения математики, естественных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач (ОК-2);
- владением основными методами организации безопасности жизнедеятельности людей, их защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-4);

- способность к анализу социально значимых процессов и явлений, к ответственному участию в общественно-политической жизни (ОК-5)
- готовность демонстрировать гражданскую позицию, интегрированность в современное общество, нацеленность на его совершенствование на принципах гуманизма и демократии (ОК-6);
- способность к работе в коллективе, в том числе применяя принципы и методы организации и управления малыми и средними коллективами (ОК-9);
- способностью осуществлять деятельность, связанную с руководством или действиями отдельных сотрудников, оказывать помощь подчиненным (ОК-10);
- способность участвовать в работе над инновационными проектами, используя базовые методы исследовательской деятельности (ОК-14);
- готовность самостоятельно применять методы и средства познания, обучения и самоконтроля для приобретения новых знаний и умений, развития социальных и профессиональных компетенций, сохранения своего здоровья, нравственного и физического самосовершенствования (ОК-16);
- способность к обобщению, анализу, систематизации, постановке целей и выбору путей их достижения; умение логически верно, аргументировано и ясно строить свою речь (ОК-17);
- готовность к компромиссу с потребителем по возможному варианту и требуемому качеству обслуживания (ОК-18);

Профессиональные компетенции (ПК) в соответствии с ФГОС:

сервисная деятельность:

- способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями (ПК-1);
- готовностью выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности (ПК-2);
- готовностью к проведению экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса (ПК-3);
- готовностью к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса (ПК-4);
- готовностью к разработке и реализации технологии процесса сервиса, формированию клиентурных отношений (ПК-5);
- готовностью к осуществлению сквозного контроля качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых материальных ресурсов (ПК-6);

производственно-технологическая деятельность:

- готовностью разрабатывать и использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации работ и услуг (ПК-8);
- готовностью к обоснованию и разработке технологии процесса сервиса, выбору ресурсов и технических средств для его реализации (ПК-9);

организационно-управленческая деятельность:

- готовностью к организации контактной зоны предприятия сервиса (ПК-10);
- готовностью к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-11);
- готовностью к организации технологического процесса сервиса (ПК-12);

научно-исследовательская деятельность:

- готовностью к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности (ПК-13);
- готовностью к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов (ПК-14);
- способностью к выполнению инновационных проектов в сфере сервиса (ПК-15).

Профессиональные компетенции дополнительные (ПКД) в соответствии с потребностями работодателей:

сервисная деятельность:

- понимание специфики услуги как результата операционной деятельности организации и объекта маркетинга и использование и реализация этого в профессиональной деятельности (ПКД-1);
- быть способным выстраивать взаимодействие и работу с клиентами – потребителями услуг (формирование CRM-систем) (ПКД-3).

производственно-технологическая деятельность:

- способность управлять качеством оказываемых услуг и выполняемых работ, управлять конкурентоспособностью сервисной системы (ПКД-4);
- способность разрабатывать технологические карты услуг (ПКД-5);
- способность использовать техники пространственной и временной оптимизации проектов в области сервиса (ПКД-6);

организационно-управленческая деятельность:

- способность анализировать механизмы формирования финансовых результатов деятельности организации сферы услуг и применять на практике основные принципы их оптимизации (ПКД-7);
- способность осуществлять мониторинг, разрабатывать и внедрять новые услуги, идеи, проекты, технологии работы (ПКД -8);

научно-исследовательская деятельность:

- способность разрабатывать критерии оценки эффективности деятельности сервисной системы и проводить ее оценку (ПКД -9);
- способность разрабатывать и внедрять систему мониторинга социально-экономических, культурных и иных особенностей поведения субъектов деловых и рыночных взаимоотношений (ПКД-10);
- способность разрабатывать информационные базы данных для принятия управленческих решений в области сервиса (ПКД-11).

1.3. Требования к структуре итоговой государственной аттестации

1.3.1. Итоговая государственная аттестация включает в себя:

- подготовку и защиту выпускной квалификационной работы бакалавра (сокращенно ВКРБ);
- итоговый государственный экзамен (полидисциплинарный экзамен) (решение Ученого совета института, протокол № _____ от _____ 2015.

1.3.2. Форма проведения государственного экзамена:

устный.

1.4. Требования к процедуре итоговой государственной аттестации

Требования к порядку планирования, организации и проведения ИГА, к структуре и форме документов по организации ИГА сформулированы в утвержденной в УрФУ документированной процедуре «Итоговая государственная аттестация выпускников» (СМК-ДП-8.2А-02-2010)) и на основании приказа 239/03 от 30.03.2015 «О введении в действие требования к выпускным квалификационным работам бакалавра, специалиста, магистра в системе многоуровневого образования УрФУ».

Трудоемкость итоговой государственной аттестации:

Общая трудоемкость итоговой государственной аттестации составляет **12 з.е./ 432 часа.**

1.5. Время проведения итоговой государственной аттестации

Итоговая государственная аттестация проводится в сроки, установленные учебно-производственным графиком, утвержденным в УрФУ.

1.6. Требования к оцениванию компетенций в рамках итоговой государственной аттестации

Объективная оценка уровня соответствия компетенций обеспечивается системой разработанных критериев (показателей) оценки, уровней освоения компетенций и методов (средств) оценивания.

Критерии оценки утверждены на заседании кафедры от «_24_» ноября 2015 г., протокол №_11___

2. ТРЕБОВАНИЕ К СОДЕРЖАНИЮ ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ

2.1. Тематика выпускной квалификационной работы

- CRM-технологии в оптимизации работы с клиентами сервисной организации
- Активная кадровая политика в сервисной организации
- Антикризисная стратегия развития организации сервиса
- Анализ и оценка эффективности сервисной деятельности
- Введение автоматизированной системы электронного документооборота в сервисной организации
- Введение нового товара в ассортимент розничного магазина
- Влияние стратегии управления персоналом на результаты деятельности сервисной организации
- Внедрение инноваций в деятельность сервисной организации
- Внедрение системы управления качеством в деятельность сервисной организации
- Изменение потребительских предпочтений в условиях кризиса
- Инновационные технологии работы с клиентами сервисной организации
- Инновации в системе обслуживания покупателей в сети магазинов
- Информационное обеспечение маркетинговой деятельности организации
- Исследование поведения потребителей в сфере услуг
- Исследование стратегии выхода компании на рынок
- Клиентурная стратегия сервисного предприятия
- Клиенто-ориентированный подход к управлению в сфере услуг
- Комплексный анализ системы управления сервисной организации
- «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности
- Концепция «внутреннего маркетинга» в управлении персоналом организации сферы услуг
- Конкурентоспособность предприятия на рынке (.....) услуг
- Конгресс-сервис как разновидность современного сервиса в сфере B2B
- Консалтинговая деятельность как сфера делового сервиса
- Контроллинг кадровых ресурсов организации
- Корпоративная культура организации как фактор успешного бизнеса
- Комплексный анализ и прогнозирование развития рынка товаров / услуг / работ
- Маркетинговая стратегия деятельности сервисной организации

- Материализация процесса обслуживания в сервисе
- Новые формы продвижения услуг предприятия
- Оптимизация системы управления предприятием ресторанного бизнеса
- Оптимизация деятельности структурного подразделения организации
- Оптимизация инновационного потенциала организации сферы услуг
- Оптимизация логистических процессов на предприятии розничной торговли
- Оптимизация транспортной логистики торговой организации
- Оптимизация сбытовой деятельности коммерческого предприятия
- Оптимизация сбытовой деятельности на рынке B2B
- Организационная культура учреждения
- Организационная приверженность как фактор стабилизации трудового коллектива
- Организационные инновации на предприятии: социально-экономический аспект
- Организация PR-акций в сервисной организации
- Организация деятельности малого предприятия сферы услуг
- Организация и внедрение системы контроллинга на коммерческом предприятии
- Организация работы с клиентами учреждений культуры
- Организация управления малым предприятием
- Организационно-административные методы в управлении туристским предприятием
- Организационно-управленческая структура туристской фирмы и основные направления ее совершенствования
- Организация делового общения в туристской (сервисной) фирме
- Организация нового предприятия в туристическом бизнесе
- Организация работы в контактной зоне
- Организация сервиса по работе с клиентами в крупном торговом центре
- Организация труда менеджера туристской (сервисной) фирмы: особенности и основные направления оптимизации
- Организация рекламного отдела фирмы
- Организация рекламной деятельности фирмы
- Организация рекламной компании фирмы
- Организация сбыта продукта
- Оценка эффективности рекламной деятельности фирмы
- Особенности мотивации персонала туристской (сервисной) фирмы
- Особенности продвижения туристского продукта
- Оценка эффективности сервисной системы предприятия
- Планирование деятельности предприятия сервиса
- Повышение конкурентоспособности торгового предприятия
- Построение системы маркетинговых коммуникаций организации
- Продвижение услуг фирмы
- Проектирование рекламной кампании организации
- Проектирование новой услуги
- Проектирование сервисной системы
- Предотвращение конфликтов в условиях реструктуризации организации
- Применение современных моделей менеджмента как фактор конкурентоспособности организации
- Проектирование системы управления качеством товара / услуги
- Проектирование сервисного продукта
- Проектирование фирмы сферы (.....) сервиса

- Процесс обслуживания клиентов предприятия сервиса.
- Работа с клиентами сервисной организации.
- Разработка процесса обслуживания потребителя. Инжиниринг бизнес-процессов.
- Разработка и внедрение стандартов обслуживания для сервисной системы
- Разработка стратегии развития промышленного предприятия
- Разработка PR-кампании в сервисной организации
- Реализация основных функций менеджмента в туристской фирме
- Ребрендинг предприятия сферы услуг как метод оптимизации маркетинговой деятельности
- Реклама как метод оптимизации деятельности на рынке B2B
- Рекламное продвижение сервисной услуги
- Роль управления персоналом в сфере услуг
- Регулирование занятости в городе с градообразующим предприятием
- Риск-менеджмент в страховой организации
- Разработка и реализация ценовой стратегии на промышленном предприятии
- Разработка концепции рекламной деятельности фирмы
- Разработка программы продвижения новой информационной услуги
- Разработка социально-этической концепции маркетинга промышленного предприятия
- Сбытовая политика промышленного предприятия
- Создание и функционирование маркетинговой службы на предприятии
- Стратегия продвижения брэнда на рынке товаров
- Сервисное обслуживание совещаний, выставок, конференций
- Система менеджмента промышленной безопасности и охраны труда предприятия
- Совершенствование деятельности фирмы в рамках менеджмента изменений
- Совершенствование контроля качества на промышленном предприятии
- Совершенствование организационной структуры предприятия
- Совершенствование маркетинговой деятельности торговой организации
- Совершенствование системы документирования в коммерческой организации
- Совершенствование системы качества в торговой организации
- Совершенствование структуры управления организацией в новых условиях хозяйствования
- Совершенствование деятельности сервисной организации
- Совершенствование качества обслуживания в сфере гостеприимства
- Совершенствование работы с клиентами в страховой компании
- Совершенствование технологий работы с клиентами в сервисной организации
- Стратегическое планирование деятельности сервисного предприятия
- Стратегическое планирование деятельности сервисного предприятия
- Сущность клиентурных отношений и пути их формирования
- Технологии разработки и реализации инновационных проектов
- Технология формирования позитивного имиджа организации
- Технологии организационного проектирования в современном сервисе
- Технологии проектирования новых услуг
- Технологии разработки и коммерциализации новой услуги
- Технологии проектирования сервисных систем
- Управление конфликтами в учреждениях
- Управление корпоративной культурой организации
- Управление бизнес-процессами в сервисной системе
- Управление рисками предпринимательской деятельности

- Управление конфликтами в социально-культурной сфере
- Управление потребительской лояльностью в сервисе
- Управление продвижением продукции компании на рынке
- Управление качеством в сфере услуг
- Управление инновациями в сфере услуг.
- Управление имиджем сервисной организации
- Управление репутацией сервисной организацией
- Управление предприятием сферы услуг на инновационной основе
- Управление процессом сертификации предприятия гостиничных услуг
- Управление фирменным сервисом
- Фирменный стиль как составная часть рекламной деятельности организации
- Формирование лояльности клиентов сервисной организации
- Формирование лояльности персонала в сфере гостиничного сервиса
- Формирование политики продвижения предприятия сферы гостеприимства
- Формирование организационной культуры в условиях реорганизации фирмы
- Формирование системы контроля в сервисной организации
- Формирование коммуникативной политики как фактор успешной работы торговой (сервисной) организации
- Формирование конкурентной стратегии организации на рынке услуг
- Формирование товарной политики компании
- Экономические методы управления персоналом туристской (сервисной) организации
- Экономический анализ деятельности сервисной организации
- Эффективность деятельности рекламного отдела компании
- Эффективность деятельности рекламной фирмы

2.2. Итоговый государственный экзамен

На подготовку и сдачу итогового государственного экзамена отводится одна неделя (54 часа/ 1,5 з.е.), в течение которой студенты могут прослушать обзорные лекции по всем разделам программы экзамена.

Критерии оценки знаний бакалавров на итоговом государственном экзамене:

- **полнота знаний** – количественная полнота знаний по предметам междисциплинарного цикла;
- **глубина знаний** – способность соотносить их с соответствующим предметом;
- **оперативность знаний** – способность использовать знания при анализе конкретных ситуаций;
- **прочность знаний** – знания на уровне актуальной памяти;
- **связь с профессиональной деятельностью** — способность показать возможность использования знаний в практической профессиональной деятельности.

Оценка «отлично» ставится, если студент демонстрирует глубину и полноту овладения материалом, вынесенных на комплексный государственный экзамен дисциплин, в которых он легко ориентируется, владеет понятийным аппаратом, умеет связать знания с практикой профессиональной деятельности, решает практические задачи, высказывает и обосновывает свои суждения грамотно, умеет логично изложить материал.

Оценка «хорошо» – студент полно освоил материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в материале, умеет связать знания с практикой, решает

практические задачи, обосновывает свои суждения, грамотно и логично излагает материал, но содержание ответа имеет отдельные неточности.

Оценка «удовлетворительно» – есть знание и понимание основных положений учебных курсов и дисциплин, вынесенных на комплексный государственный экзамен, но изложение материала неполно, непоследовательно, допускаются неточности в определениях понятий, в применении знаний для решения практических задач, не умеет обосновать свои выводы и заключения.

Оценку «неудовлетворительно» получает студент, обнаруживший незнание существа вопроса, не владеющий базовыми понятиями и категориями, не умеющий связать знания с практикой менеджмента.

Тематика государственного экзамена

Раздел 1. Теория и методология современного менеджмента

- 1. Менеджмент как наука и профессия.** 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.
- 2. 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.
- 3. 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: STEP/ PEST – анализ, EFAS – анализ, SNW – анализ, SWOT / OTSW – анализ и т.д.
- 4. 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.
- 5. 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. Особенности традиционной (тарифной) системы оплаты. Бестарифная система оплаты труда. Новые подходы в системе оплаты труда.
- 6. Управленческий контроль.** Роль и функции контроля в управлении организацией. Основные виды контроля. Структура контроля. Процесс контроля. Поведенческие аспекты контроля.
- 7. 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.

- 8. 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.
- 9. Социология и психология менеджмента.** Формальные и неформальные группы, их характеристика. Факторы, влияющие на эффективность работы группы. Управление развитием коллектива, группы. Команда как разновидность коллектива. Власть, лидерство и стиль управления. Конфликты в организации. Виды организационных конфликтов. Стратегии поведения в конфликтной ситуации. Методы разрешения конфликтов.
- 10. Менеджмент персонала в современной организации.** Место и роль менеджмента персонала в системе управления организацией. Понятие и виды кадровой стратегии и кадровой политики. Эффективность кадровой политики. Персонал как важнейший ресурс организации. Численность персонала, основные категории персонала. Структура персонала, ее основные виды. Методы управления персоналом: административные, экономические, социально-психологические.
- 11. Технологии управления персоналом в современной организации.** Понятие и методы кадрового планирования. Нормирование труда. Анализ и описание работы: основные направления и методы. Структура и значение должностной инструкции. Личностная спецификация (профессиограмма), ее основные разделы. Технология найма и отбора. Анализ потребности в кадрах. Организация набора кадров. Источники привлечения кандидатов: их достоинства и недостатки. Методы отбора кандидатов. Трудовой контракт. Адаптация персонала. Деловая оценка персонала в организации. Аттестация как форма оценки: ее достоинства и недостатки.
- 12. Движение и развитие трудовых ресурсов организации.**оборот персонала, его причины и последствия. Основные направления профессионального развития персонала. Профессиональное образование, обучение, профессиональная мобильность внутри организации. Структура и методы обучения. Управление деловой карьерой персонала организации. Технология формирования резерва руководителей. Оценка эффективности управления персоналом. Кадровый аудит.
- 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. **Инновационная деятельность предприятия сферы услуг.** Новшество и инновация. Классификация инноваций. Инновационный менеджмент. Инновационный процесс: формы, стадии. Разработка программ и проектов нововведений. Семь источников инновационных идей. Методы генерирования идей: метод «мозгового штурма», метод морфологического анализа, метод синектики и др. Маркетинг инноваций. Диффузия инноваций. Коммерциализация инноваций. Особенности управления венчурным бизнесом. Особенности малых фирм.
18. **Кризисы в развитии организации и антикризисный менеджмент.** Понятие и виды кризисов в организации: эндогенный кризис, финансовый кризис, производственный кризис, экономический кризис, управленческий кризис. Основные черты и функции антикризисного управления. Эффективность антикризисного управления, принципы антикризисного управления, система мониторинга кризисных ситуаций.
19. **Технологии антикризисного управления.** Общая технологическая схема антикризисного управления. Диагностика кризисов в процессах управления. Сущность диагностики и ее параметры. Виды и методы диагностики несостоятельности организации. Проблема и модели предсказания банкротства. Роль стратегии в антикризисном управлении.
20. **Теоретические основы проектной деятельности.** Определение проекта. Системный и деятельностный подходы. Основные характеристики и измерения проекта. Элементы проектной деятельности. Классификация проектов. Проектная деятельность в системе ГМУ. Предмет управления проектами. Жизненный цикл проекта. Структура жизненного цикла проекта.
21. **Технология проектной деятельности.** Предпроектный анализ. Формулировка концепции проекта. Устав проекта. План управления проектом. Разработка целевой структуры проекта. Правила декомпозиции. Ресурсное обеспечения проекта.
22. **Разработка институциональных подсистем проекта.** Организационное моделирование проекта. Управление командой проекта. Управление временем проекта. Управление стоимостью проекта. Управление рисками проекта.

Раздел 2. Сфера услуг и управленческие аспекты сервисной деятельности

1. **Роль сферы услуг в современном обществе. Процессы и факторы сервисизации экономики и общественной жизни.** Возрастание роли услуг в постиндустриальном обществе. Место услуг в мировой экономике. Факторы ускорения процесса сервисизации: научно-технический прогресс, экономические, социально-демографические, политико-правовые, экологические факторы. Своеобразие услуги как экономической категории. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей. Функции сферы услуг: экономические и социальные.
2. **Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг. Рынок услуг.** Структура сферы услуг: модель Фишера-Кларка, модель Дугласа Нортон. Классификации типов и видов услуг. Классификация услуг К.Лавлока; классификация услуг по Р.Чейзу; классификация деловых услуг В.Николайчука. Общероссийские и международные классификаторы услуг. Особенности действия рыночного механизма в сфере услуг. Особенности рынка услуг.
3. **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. Составные

части системы деятельности организации. Внутреннее обслуживание организации. Задачи и функции фэсилити-менеджмента. Обеспечение деятельности персонала. Управление проектами по развитию инфраструктуры организации и эксплуатация объектов инфраструктуры. Информационное обеспечение разработки и принятия управленческих решений на предприятиях сферы услуг.

4. **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.
5. **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. Конфликты и способы их разрешения в зоне контакта. Работа с жалобами потребителей. Принципы эффективного разрешения конфликтных ситуаций.
6. **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. Концепция внутреннего маркетинга в управлении персоналом сферы услуг. Критерии отбора сервисных служащих. Подготовка и обучение кадров. Система стимулирования служащих сервисных служащих.
7. **Развитие теории и практики маркетинга услуг.** Понятие маркетинга услуг. Стадии развития маркетинга услуг за рубежом. Проблемы развития теории маркетинга услуг. Международные модели маркетинга услуг: модель Джона Ратмелла; модель Пьера Эйглие и Эрика Ланггарда (Serviceaction); модель Кристиана Грёнрооса; модель Мэри Битнер; треугольная модель Филиппа Котлера; модель «8Р» Кристофера Лавлока и «дилемма двух боссов», модель качества услуг RBZ.
8. **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. Системный взгляд на услугу в маркетинге (по Ф.Котлеру – Т. Левитту; по Ж.Ж.Ламбену). Ценность услуги. Модель ценности услуги. Жизненный цикл услуги: основные этапы и их характеристики. Управление этапами жизненного цикла сопутствующих услуг.
9. **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.
10. **Анализ потребителей и потребительского поведения. 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. Определение потребительской среды в сфере услуг. Факторы, влияющие на покупательское

поведение. Процесс принятия решения потребителем. Специфические аспекты покупки услуг. Поведения потребителей деловых услуг. Группа закупки и её состав.

- 11. Сущность и элементы клиентской политики в сервисной организации.** Клиент - ядро менеджмента услуг. Классификация клиентов. Клиенты и их потребности. Клиентская политика - основа эффективной работы с клиентами, основные элементы клиентской политики. Стратегии сохранения и привлечения новых клиентов. Подразделения организации, непосредственно работающие с клиентами, их функции. Отдел клиентских отношений.
- 12. Разработка и создание новых услуг.** Категории новой продукции. Факторы, являющиеся причиной создания новых услуг. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия. Инструменты для разработки услуги: комплексное проектирование, надежное проектирование, бенчмаркинг. Возможности франчайзинга в сфере услуг. Принципы разработки услуг. Процесс разработки услуги: модель Шуинга-Джонсона.
- 13. Качество услуг. Стандартизация и сертификация услуг. Общероссийские стандарты качества.** Проблема качества в сфере услуг. GAP-модель оценки качества услуг. Критерии качества услуг. Модели качества услуг: функционально-инструментальная модель качества услуг К.Грэнрооса, модель SERVQUAL, модель RBZ. Стандарты обслуживания. Концепция «Нейтральных зон» Чарльза Бернарда. Типология эффективности элементов обслуживания Е. Кедотта и Н.Терджена. Модель Нориаки Кано. Алгоритм формирования оценки качества услуг. Сервисные гарантии. Качество обслуживания и производительность труда в сфере услуг. Пути улучшения качества услуг. Объекты стандартизации и номенклатура показателей качества услуг. Методы определения величины показателей качества. Ответственность продавца (исполнителя) перед потребителем.
- 14. Клиентоориентированный подход в маркетинге услуг.** Понятие и сущность «Маркетинга взаимоотношений с потребителями». Категории маркетинга взаимоотношений: взаимоотношение, стратегия удержания, лояльность, удовлетворенность. Виды лояльности. Поведенческая лояльность. Воспринимаемая лояльность. Классификация лояльности. Программы привлечения и удержания постоянных клиентов. Метод критических событий. Стадии менеджмента отношений с клиентами. Маркетинг баз данных. CRM-технологии в управлении современными предприятиями. Классификация клиентов в системе CRM. ABC-анализ клиентов; XYZ-анализ; RFM-анализ. Классификация клиентов «рентабельность – требовательность».
- 15. Особенности стратегии сбыта и дистрибуции услуг. Управление спросом в сфере услуг.** Канал распределения в комплексе маркетинга товаров и в маркетинге услуг. Решения по сбыту услуг: дилемма «Магомет и гора», выбор внешнего местоположения бизнес-единицы, решение о внутреннем местоположении оборудования. Метод OPQRST (аббревиатура ключевых слов «цели», «люди», «количество», «маршрутизация», «пространство» и «время»). Прогнозирование спроса на услуги. Стратегии управления спросом в сфере услуг. Матрица процесса оказания услуг по трудоемкости и степени кастомизации.
- 16. Социальные технологии как фактор оптимизации управления сервисом.** Сущность и виды социальных технологий. Понятие социальной технологии. Социальная технология как процесс и как вид деятельности. Классификация социальных технологий. Социальные технологии в сфере услуг. Социальное содержание управления сервисом и необходимость технологизации управления в этой сфере. Условия технологизации управления сервисной сферой. Основные элементы процесса технологизации. Критерии и показатели эффективности использования социальных технологий. Условия эффективности социальных технологий в управлении сервисной деятельностью.

- 17. Управление офисом сервисной организации.** Понятие офиса. Модели офиса: информационная, коммуникационная, системная. Функции офиса и виды офисных работ. Функциональные службы офиса. Офис-менеджмент. Виды офисов (традиционный, электронный, нетрадиционные (виртуальный, мобильный)) и их оборудование. Эргономика офиса. Организация рабочих мест. Планировка и интерьер офиса. Информационное и документационное обеспечение офиса. Конфиденциальные информационные ресурсы. Внутриофисные отношения: манипуляции, проблемы моббинга, конфликты в офисе и пути их разрешения.
- 18. 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.
- 19. 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. Гражданско-правовая и материальная ответственность субъектов предпринимательской деятельности. Сущность, виды, формы ответственности предпринимателей (уголовная, административная, налоговая, дисциплинарная). Ответственность за лжепредпринимательство.
- 20. Коммерческая информация и ее защита.** Понятие коммерческой информации и коммерческой тайны. Роль информации в управлении коммерческой деятельностью. Источники информации и требования, предъявляемые к ней. Технические средства для сбора информации. 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.
- 21. Связи с общественностью как коммуникативная технология в сервисе. Программа PR-деятельности.** Сущность PR деятельности, специфика PR в сервисной деятельности. Основные виды PR. Инструменты PR. Технологии разработки PR-кампании. Методы исследований целевых аудиторий в PR. Планирование связей с общественностью. Разработка плана, Стратегии и тактики PR-деятельности. Календарный план. Планирование бюджета пиар-кампании. Процесс коммуникации с целевыми аудиториями. Специфика коммуникаций с аудиториями. Выбор каналов коммуникации. Типы и виды аудиторий. Инструменты коммуникации: релиз, бэкграундер, медиа-кит, пресс-конференции, презентации и др. Оценка эффективности PR-деятельности. Проблема измерения эффективности PR-деятельности.
- 22. Основные направления PR-деятельности.** Управление общественным мнением: изучение и формирование общественного мнения, средства PR в управлении общественным мнением, лидеры общественного мнения, манипулирование общественным мнением. Управление имиджем, фирменным стилем и корпоративной репутацией: понятие и структура корпоративного имиджа, методы диагностики имиджа, приемы конструирования и коррекции. Корпоративная репутация и репутационный менеджмент. Антикризисные связи с общественностью. Основные PR-классификации кризисов: по степени прогнозируемости, по динамике протекания, по источникам возникновения и последствиям. Основные этапы антикризисного PR.

Правила «Тайленола». Типовой план действий при проявлении кризисной ситуации. Условия успешной коммуникации со СМИ в рамках антикризисного PR.

Вопросы к итоговому государственному экзамену по направлению подготовки 100100.62 «Сервис», по профилю «Управление сервисом»

1. Менеджмент как наука и профессия.
2. Организация как объект управления и как функция.
3. Понятие, структура и характеристика организационной среды.
4. Планирование как функция управления.
5. Мотивация и стимулирование деятельности в менеджменте.
6. Управленческий контроль.
7. Коммуникации как связующие процессы в менеджменте.
8. Разработка и принятие управленческих решений как связующие процессы в менеджменте.
9. Социология и психология менеджмента.
10. Менеджмент персонала в современной организации.
11. Технологии управления персоналом в современной организации.
12. Движение и развитие трудовых ресурсов организации.
13. Маркетинг: философия и методология рыночного управления.
14. Маркетинговая информация и технологии маркетинговых исследований.
15. Исследование рынка и конкурентной среды.
16. Маркетинговые коммуникации в деятельности организации.
17. Инновационная деятельность предприятия сферы услуг.
18. Кризисы в развитии организации и антикризисный менеджмент.
19. Технологии антикризисного управления.
20. Теоретические основы проектной деятельности.
21. Технология проектной деятельности.
22. Разработка институциональных подсистем проекта.
23. Роль сферы услуг в современном обществе. Процессы и факторы сервисизации экономики и общественной жизни.
24. Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг. Рынок услуг.
25. Сущность менеджмента в сфере услуг.
26. Теория организации обслуживания.
27. Контактная зона сервисной организации.
28. Управление персоналом в сфере услуг.
29. Развитие теории и практики маркетинга услуг.
30. Специфика услуги как товара.
31. Дополнительные элементы комплекса маркетинга услуг («7Р»): процесс взаимодействия, персонал, среда обслуживания.
32. Анализ потребителей и потребительского поведения. Поведение потребителей услуг и процесс принятия ими решения.
33. Сущность и элементы клиентской политики в сервисной организации.
34. Разработка и создание новых услуг.
35. Качество услуг. Стандартизация и сертификация услуг. Общероссийские стандарты качества.
36. Клиентоориентированный подход в маркетинге услуг.
37. Особенности стратегии сбыта и дистрибуции услуг. Управление спросом в сфере услуг.
38. Социальные технологии как фактор оптимизации управления сервисом.
39. Управление офисом сервисной организации.
40. Содержание предпринимательской деятельности в сервисе.

41. Технологические аспекты создания предпринимательской структуры в сервисе.
42. Коммерческая информация и ее защита.
43. Связи с общественностью как коммуникативная технология в сервисе. Программа PR-деятельности.
44. Основные направления PR-деятельности.

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ

3.1. Рекомендуемая литература

3.1.1. Основная литература

1. Абдукаримов И.Т. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций: анализ деловой активности. - М.: Инфра-М, 2012.
2. Алексеева М. М. Планирование деятельности организаций: Уч.-метод. пособие. М.: Финансы и статистика, 2010.
3. Анализ финансовой отчетности / Под ред. Вахрушиной М.А. Гриф – М.: Инфра-М, 2011
4. Анализ хозяйственной деятельности / под ред. В.И. Бариленко. – М.: Омега-Л, 2009. – 416 с.
5. Антикризисное управление: Учебник / Под ред. Э.М. Короткова. -М.:ИНФРА-М, 2013
6. Багиев Г. В., Тарасевич В. Ю. Маркетинг: Учебник для вузов. М.: Экономика, 2011, 465 с.
7. Бараненко С.П., Дудин М.Н., Лясников Н.В. Инновационный менеджмент. М.: Центрполиграф, 2010. 288 с.
8. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Гриф.-М.:Инфра-М, 2011.
9. Бизнес-планирование / под ред. В.М. Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. М., Финансы и статистика, 2012.
10. Бовин А.А., Чередникова Л.Е., Якимович В.А. Управление инновациями в организациях: Учебное пособие по специальности «Менеджмент организации». М.: Омега, 2011. 416 с. (Гриф УМО).
11. Велединский В.Г. Сервисная деятельность. Учебник. – М.: Кнорус, 2013 – с.17.
12. Веснин В. Р. Основы менеджмента. М., Триада, ЛТД, 2011.
13. Веснин В.Р. Управление человеческими ресурсами Теория и практика: учебник / В. Р. Веснин. - Москва: Проспект, 2014. - 688 с.
14. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования: теория и практика. М., Юрайт, 2014.
15. Гамаюнов Б., Дятлова Г. Маркетинг и продажа услуг. (Серия «Бизнес-класс»). – М.: Феникс, 2010. –с.416
16. Гарина Е.П., Медведева О.В., Шпилевская Е.В. Антикризисное управление. Ростов-на-Дону: Феникс, 2011
17. Гительман Л.Д. Менеджмент - твоя работа. Создай ноу-хау и действуй! / Л.Д. Гительман. - М.: Дело, 2011. ЗНБ
18. Грибов В. Д.. Экономика предприятия сервиса : [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / В. Д. Грибов, А. Л. Леонов .— М. : КНОРУС, 2011 .— 274 [2] с.
19. Егоров Ю. Н., Варакута С. А. Планирование на предприятии. М.: ИНФРА-М, 2010.
20. 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.
21. Ефимов В.В. Средства и методы управления качеством: учебное пособие / В.В. Ефимов. – М.: КНОРУС, 2010.

22. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: актуальные технологии найма, адаптации и аттестации/ А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова ; Москва: КноРус, 2014. - 368 с
23. Котлер Ф. и др. Основы маркетинга. М., Вильямс, 2012.
24. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. СПб., Питер, 2015.
25. 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.
26. Лапидус В.А.Всеобщее качество (TQM) в российских компаниях. Москва: Изд-во «Типография «Новости», 2010. 431с. (Гриф УМО)
27. Маслова В.М.Управление персоналом; учебник для бакалавров / В.М.Маслова.- М.:Юрайт.2013-492с.
28. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., Дело ЛТД, 2010.
29. Неретина Т.Г. Основы сервисной деятельности. Учебно-методический комплекс. – М., 2013.
30. Ноздрева Р.Б. Антикризисное управление: учебное пособие. М.: Проспект, 2011
31. Орехов В.И., Балдин К.В., Орехова Т.Р. Антикризисное управление: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2013
32. Панина Э. И., Виноградова М. В. Организация и планирование деятельности предприятия сферы сервиса: Практикум. М.:Изд. «Дашков и К», 2010.
33. Поздняков В.Я.Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий.- М.:Инфра-М, 2013
34. Резник Г.А. Сервисная деятельность. Учебник. – М., 2013.
35. 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)
36. Руденко Л.Л. Сервисная деятельность. Учебное пособие. - М., 2013.
37. Свириденко Ю.П., Хмелев В.В. Сервисная деятельность. Учебное пособие. – М.: Альфа-М, Инфра-М, 2012.
38. Синяева И.М., Романенкова О.Н. Маркетинг: теория и практика. М., Юрайт, 2013.
39. Скрынникова И. Маркетинг в сфере услуг. – М.: Изд-во МГУ, 2012. – с.208
40. Советов В.М. Основы функционирования систем сервиса / В.М. Советов, В.М. Артюшенко. - М.: Альфа-М : ИНФРА-М, 2010. - 624 с. ЗНБ
41. Третьякова Т.Н. Сервисная деятельность. Учебное пособие. – М., 2013. (Гриф МО РФ)
42. Трудовой кодекс Российской Федерации. Новая редакция. Екатеринбург: Изд. дом Ажур, 2008, 212с.
43. ФЗ "О несостоятельности (банкротстве)" от 26.10.2002 г.
44. Шапкин И.Н. Менеджмент. Теория и практика. М., Юрайт, 2014.
45. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. Гриф - М.: ИНФРА-М, 2013
46. Шоул Д. Первокласный сервис как конкурентное преимущество / Д. Шоул. - М.: Альпина Паблишер, 2013. - 338 с. ЗНБ

3.1.2. Дополнительная литература

1. Аванесова, Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: учебное пособие / Г.А. Аванесова. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 320 с.
2. Алешина И.В. Поведение потребителей. М., ФАИР-ПРЕСС, 1999.
3. Анискин Ю. П. Внутрифирменное планирование: Уч. пособие/ МГИЭТ. – М., 2009.
4. Аристов О.В. Управление качеством: Учеб. пособие для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2009.- 240с. (Серия «Высшее образование»).
5. Аширов Д.А. Управление персоналом. - М.: ТК Велби,2010. (гриф УМО) – 510с.
6. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент. М., Финансы и статистика, 2006.

7. Бассовский Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Уч. пос. М.: ИНФРА-М, 2009
8. Бедяева Т.В. Управление персоналом на предприятии туризма: учебник/Т.В. Бедяева, А.С. Захаров; под ред. проф. Е.И. Богданова. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. 180с.
9. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. — М., 1999.
10. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. М., Финансы и статистика, 2001.
11. Бляхман, Л.С. Основы функционального и антикризисного менеджмента: Учеб. пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 1999. – 380 с.
12. Бовыкин, В.И. Новый менеджмент: (управление предприятиями на уровне высших стандартов: теория и практика эффективного управления). – М.: Экономика, 1997. – 368 с.
13. Большаков А.С. Менеджмент. СПб., Питер, 2008.
14. Ботавина, Р.Н. Этика деловых отношений: Учеб. пособие – М.: Финансы и статистика, 2001. – 208 с.
15. Бугаков В.П. Особенности маркетинга услуг. // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. - №2. – с.106-111.
16. Бурменко, Т.Д. Сфера услуг: экономика: учебное пособие / Т.Д. Бурменко, Н.Н. Даниленко, Т.А. Туренко; под ред. Т.Д. Бурменко. – М.: КНОРУС, 2007. – 328 с.
17. Ворачек Х. О состоянии «теории маркетинга услуг» // Проблемы теории и практики управления. — 2002. — № 1.
18. Гембл П., Стоун М., Вудкок Н. Маркетинг взаимоотношений с потребителями. Пер. с англ. В.Егорова. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002.
19. Гордон Ян Х. Маркетинг партнерских отношений. Пер. с англ. под ред. О.А.Третьяк. – СПб.: Питер, 2001.
20. Гембл, П., Стоун М., Вудкок Н. Маркетинг взаимоотношений с потребителями / П. Гембл, М. Стоун, Н. Вудкок. - М., «Гранд», 2001.
21. ГОСТ Р 50646 - 94 Услуги населению. Термины и определения.
22. ГОСТ Р 50779.11-2000 Статистическое управление качеством. Термины и определения.
23. ГОСТ Р 50762-95 Общественное питание. Классификация предприятий.
24. ГОСТ Р 50935-96 Общественное питание. Требования к обслуживающему персоналу.
25. ГОСТ Р 51303-99 Торговля. Термины и определения.
26. ГОСТ Р 51304 – 99. Услуги розничной торговли. Общие требования.
27. ГОСТ Р 52113 - 2003 Услуги населению. Номенклатура показателей качества.
28. ГОСТ Р ИСО 9004-94. Общее руководство качеством и элементы системы качества. Часть 1: Руководящие указания.
29. ГОСТ Р ИСО 9000-2001. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. – М.: Изд-во стандартов, 2001. – 26 с.
30. ГОСТ Р ИСО 9001-2001. Системы менеджмента качества. Требования. – М.: Изд-во стандартов, 2001. – 21 с.
31. ГОСТ Р ИСО 9004-2001. Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности. – М.: Изд-во стандартов, 2001. - 45 с.
32. Грибов, В.Д. Экономика предприятия сервиса: учебное пособие / В.Д. Грибов, А.Л. Леонов. – М.: КНОРУС, 2006. – 280 с.
33. Данбар Я., Макдоналд М. Сегментирование рынка. Практическое руководство. М., 2002.
34. Дафт Р. Менеджмент. СПб., Питер, 2010.
35. Дерюгина, С. Комплекс маркетинговых коммуникаций: элементы, их формы и содержание / С. Дерюгина // www.marketing.spb.ru.
36. Джи, Б. Имидж фирмы - путь к успеху/ Б. Джи - СПб: Питер Ком, 1998.
37. Дятлов А.Н. Современный менеджмент. М.ВШЭ, 1996-1999.

38. Дятлов А.Н., Плотников М.В., Мутовин И.А. Общий менеджмент: Концепции и комментарии: Учебник. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
39. Зайцева Н.А. Управление персоналом в гостиницах: учебное пособие/Н.А.Зайцева.-М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М,2013.416 с
40. Егорова С. Основы бухгалтерского учета и аудита в сфере сервиса. — М., 2000.
41. Карнаухова, В.К. Сервисная деятельность: учебное пособие / В.К. Карнаухова, Т.А. Краковская - М.: ИКЦ МарТ; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2006. – 256 с.
42. Кляйнальтенкамп М. Синергетический потенциал исследований в области маркетинга промышленных товаров и услуг // Проблемы теории и практики управления. — 2002. — № 1.
43. Киреев И.В. Содержание отдельных составляющих маркетингового комплекса компаний, работающих в сфере услуг. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. - №3. – с.3-12.
44. Комплексный экономический анализ предприятия: учебник / под ред. Н. В. Войтоловского, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. – СПб.: Питер, 2009. – 576 с.
45. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: электрон. учеб. / А. И. Алексеева и др. – М.: КНОРУС, 2008.
46. 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.
47. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Д. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов. / Пер. с англ. под ред. Р.Б.Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 1998.
48. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2008. (Серия «Классический зарубежный учебник»).
49. Кулибанова В.В. Маркетинг: сервисная деятельность. Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2000.
50. Кулибанова В.В. Маркетинг сервисных услуг. – СПб.: Вектор, 2006.
51. Ковалев А.И., Войтенко В.В. Маркетинговый анализ. М., Центр экономики и маркетинга, 2002.
52. Кузнецов Б.Т., Кузнецов А.Б. Инновационный менеджмент: Учебник. М.: Юнити-Дана 2009. 368 с.
53. Лавлок, К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия / К. Лавлок // 4-е изд.: пер. с англ. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.- 1008 с.
54. Ламбен Ж.Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2008.(Серия «Классика МВА»).
55. Ламбен Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и тактический маркетинг. – СПб.: Питер, 2004.
56. Лапуста М. К. Предпринимательство. М.: ИНФРА, 2000.
57. Лойко О.Т. Сервисная деятельность. Учебное пособие. – М., 2008
58. Лопатинская И.В. Лояльность как основной показатель удержания потребителей банковских услуг. // Маркетинг в России и за рубежом. - № 3. – 2002. – с.20-32.
59. Мазур И.И. Управление качеством: Учеб. пособие/ И.И. Мазур, В.Д.Шапиро. – 4-е изд., стер. – Москва :Омега – Л.,2009. – 400 с.
60. Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерроге Н.Г. Управление проектами, М., 2008. – 342 с.
61. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 1996.
62. Маркетинг. Энциклопедия. / Под ред. М.Бейкера. – СПб.: Питер, 2002.
63. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах. Учебник. Под ред. Проф. Л.А.Данченко. – М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн», 2004 (Университетская серия).
64. Майдебура, Е.В. Маркетинг услуг / Е.В. Майдебура – Киев: ВИРА-Р, 2001.
65. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Под ред. В.А. Алексунина. М., «Маркетинг», 2001.

66. Маркин Ю.П. Экономический анализ: учеб. пособие. – М.: Омега-Л, 2009. – 450 с.
67. Миронова Н.В. Дифференцированный подход к маркетингу услуг // www.marketologi.ru/lib.
68. Немченко Г. И., Лузина Т. В. Организация предпринимательской деятельности: Учеб. Пособие. – Тюмень: Изд. ТюмГУ, 2009.
69. Николаева, М.А. Маркетинг товаров и услуг: учебник / М.А. Николаева. – М.: Изд. дом «Деловая литература», 2005. – 448 с.
70. Николайчук, Н.Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис / Н.Е. Николайчук. – СПб.: Питер, 2005. – 608 с.
71. Новаторов Э.В. Международные модели маркетинга услуг. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. - №3. – с.91-97.
72. Новаторов Э.В. Становление маркетинга услуг как самостоятельной научной дисциплины за рубежом. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. - №4. – с.3-7.
73. Новаторов Э.В. Методы разработки и анализа процесса обслуживания в маркетинге услуг. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. - №1. – с.50-57.
74. Новаторов Э.В. Стратегия материализации обслуживания в маркетинге услуг. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. - №2. – с.66-71.
75. Новаторов Э.В. Ревизия внутреннего маркетинга методом анализа «важность-исполнение». // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. - №1. – с.117-125.
76. Новаторов Э.В. Особенности поведения потребителей услуг. // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. - № 1. – 2002. – с.24-31.
77. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг ОК 004-93
78. Общероссийский классификатор услуг населению ОК-002-93
79. Огвоздин В.Ю. Управление качеством. Основы теории и практики.: Учебное пособие. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2009.
80. Оголева Л.Н. Инновационный менеджмент. М.: Инфра-М, 2009. 238 с. (Гриф УМО).
81. Орлова Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании. М., Омега-Л, 2012.
82. ОСТ 28-1-95 Общественно питание. Требования к производственному персоналу.
83. Панина З. И., Виноградова М. В. Организация и планирование деятельности предприятия сферы сервиса: Учеб. Пособие. – М.: Изд. «Дашков и К», 2009.
84. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг. Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2000.
85. Правила бытового обслуживания населения в РФ от 8.06.93 № 536.
86. Правила торговли. – М.: ИНФА-М, 2000.
87. Правила оказания услуг общественного питания, утв. постановлением Правительства от 15 августа 1997 г. №1036.
88. Предводителева, М.Д. Организация сферы услуг: экономика и управление: Конспект лекций / М.Д. Предводителева, О.Н. Балаева. – М.: Госуниверситет «Высшая школа экономики», 2002. –52 с.
89. Прищипенко В.В. Семантика, дефиниции и соотношение понятий «продукт», «товар», «услуга». Маркетинг в России и за рубежом, №2(22), 2001, с.12.
90. Прищипенко, В.В. О противоречиях и относительности понятий и терминологии маркетинга (с учетом концептуального подхода) / В.В. Прищипенко, М.В. Прищипенко. // Маркетинг в России и за рубежом. 2004. №4.
91. Разумовская, А.Л. Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога-практика / А.Л. Разумовская, В.М. Янченко. – М.: Вершина, 2006. -496 с.
92. Романович, Ж.А. Сервисная деятельность: Учебник / Ж.А. Романович, С.Л. Калачев. Под общ. ред. Ж.А. Романовича. – М.: ИТК Дашков и К°, 2006. – 268 с.
93. СанПиН 2.3.2.560-96 «Гигиенические требования к качеству безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов».

94. Семенов, В.М. Сервис промышленных товаров / В.М. Семенов, О.Е. Васильева. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2001.
95. Семин, О.А. Сервис в торговле. В трех книгах: учебное пособие / О.А. Семин, В.А. Сайдашева, В.В. Панюкова. – М.: Изд-во Дело и сервис, 2006.
96. Сен. А. Об этике и экономике / А. Сен. – М.: Наука, 1996. – 160 с.
97. Смирнова, Е.Т. Сервисная деятельность (введение в сервисологию): учебное пособие / Е.Т. Смирнова. – М.: ГОУ ВПО «МГУС», 2004. – 84 с.
98. Стандартизация и сертификация в сфере услуг / Под ред. А. Ракова.- М.: Мастерство, 2002.
99. Стаханов, Д. В. Маркетинг сферы услуг: Учебное пособие. / Д.В. Стаханов. - М.: Экспертное бюро, ПРИОР, 2001.
100. Стандартизация и сертификация в сфере услуг /Под ред. А. Ракова — М., 2002.
101. Статистика рынка товаров и услуг / Под ред. И. Беляевского — М., 1997.
102. Стаханов В. Маркетинг сферы услуг. — М., 2001.
103. Стоун М., Вудкок Н., Мэчтингер Л. Маркетинг, ориентированный на потребителя. Пер. с англ. М.Веселковой. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003.
104. Сфера услуг: менеджмент: учебное пособие / кол. авт.; под ред. Т.А. Бурменко. – М.: КНОРУС, 2007. – 416 с.
105. Сфера услуг: Проблемы и перспективы развития / кол. авт.; под ред. Ю.П. Свириденко: В 4 т. – М.: 2000- 2001.
106. Сфера услуг: Экономика, менеджмент, маркетинг. Электронный учебник. – Изд-во: Кнорус, 2009.
107. Токарев Б.Е. Методы сбора и использования маркетинговой информации. М., Юристъ, 2001.
108. Уокер, Дж. Р. Введение в гостеприимство: Учебник / Дж. Р. Уокер - М.: ЮНИТИ, 1999.
109. Уткин Э.А. Бизнес-план компании. М., ЭКМОС, 2012.
110. Уткин Э.А. Управление фирмой. М., Акалис, 2007.
111. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент. Учебник. – 6-е изд., испр. и доп. М.: Дело, 2004. – 448 с.
112. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент: Учеб. – 2-е изд. – М.: ЗАО «Бизнес-школа», «Интел-Синтез», 2000. – 624 с.
113. Федеральный закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.92, №2300.-1(в ред. федеральных законов от 09 января 1996 г. №2 - ФЗ, от 17 декабря 1999 г. №212 – ФЗ и от 27.07.2006 г. № 140-ФЗ).
114. Федорова Н.В Управление персоналом: учебник/ Н.В.Федорова, О.Ю. Минченкова.- М.:КноРус.-432с.
115. Федцов, В.Г. Культура сервиса / В.Г. Федцов – М.: «Изд-во ПРИОР», 2001. – 208 с.
116. Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р.С., Мердик Р.Г. Управление и организация в сфере услуг. Теория и практика. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2002.
117. Хачатуров А.Е., Куликов Ю.А. Основы менеджмента качества: Учебное пособие. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2009.-304с.
118. Хлебович Д.И. Сфера услуг: маркетинг: учебное пособие / Д.И.Хлебович; под ред. Т.Д.Бурменко. – М.: КНОРУС, 2007. – 240 с.
119. Хоскинг А. Курс предпринимательства. М.: Международные отношения, 2003.
120. Челенков А.П. Маркетинг услуг: макросреда индустрии сервиса. // Маркетинг.- 1997. - №2. - с.108-116; 1997. - №3. – с.98-108.
121. Челенков А.П. Маркетинг услуг: продукт. // Маркетинг. - 1998. - №1. - с.116-120.
122. Челенков А.П. Основы классификации услуг как маркетингового продукта. // Маркетинг. - 1998. - №3. - с.117-122.
123. Челенков А.П. Специфика управления сервисными продуктами.// Маркетинг. - 2000. - №1. - с. 117-122.

124. Челенков А.П. Управление качеством сервисных продуктов.// Маркетинг. - 2000. - №2. - с. 115-123.
125. Челенков А.П. Инновационная составляющая сервисных продуктовых предложений. // Маркетинг. - 2000. - №3. - с. 115-122.
126. Черняк В.З. Бизнес-планирование. М., ЮНИТИ-ДАНА, 2010.
127. Шаповалов В.А. Маркетинговый анализ. Ростов-на-Дону, Феникс, 2005.
128. Шевчук Д. А. Бизнес-планирование. Ростов-на-Дону, Феникс, 2010.
129. Шеремет А. Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий. М., ИНФРА-М, 2009.
130. Энджел, Д.Ф. Поведение потребителей / Д.Ф. Энджел, Р.Д. Блэкуэлл, П.У. Миниард. - СПб: Питер Ком, 1999.

3.2. Методические разработки

1. Банникова Л.Н. Основы управления персоналом: учебное пособие / Л. Н. Банникова. Екатеринбург: ФГАОУ ВПО УрФУ, 2012. 181 с.
2. Боронина Л.Н., Сенук З.В. Основы управления проектами. Учебное пособие. Екатеринбург: УрФУ, 2010.
3. Боронина Л.Н., Сенук З.В. Основы проектного управления. Учебное пособие. Екатеринбург: УрФУ, 2011.- 119 с.
4. Гилязова О.С. Управление офисом. Учебное электронное текстовое издание. Екатеринбург, 2014. 149с. - Режим доступа: Информационный портал УрФУ <http://www.urfu.ru> (ЭОР УрФУ ЭИ № 12539).

3.3. Программное обеспечение

Microsoft Office
Project Expert

3.4. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Федеральный портал «Российское образование» – Режим доступа www.edu.ru
2. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. – Режим доступа http://window.edu.ru/library?p_rubr=2.1
3. Информационно-справочные правовые системы: «Консультант Плюс», «Гарант», «Кодекс» для работы с нормативными правовыми актами.
4. www.4p.ru - 4P МАРКЕТИНГ: е-журнал по маркетингу от ИД Гребенникова
5. www.sostav.ru - Информационно-аналитический портал по маркетингу, рекламе и PR
6. www.inforus.ru - Информационный сервер «ИНФОРУС»
7. www.gsk.ru - Госкомстат России. Основные социально-экономические показатели России. Российская государственная статистика (1802 г. – н.в.).
8. www.stat.hse.ru - Базы данных экономической статистики РФ экономики
9. www.rbc.rue - Росбизнесконсалтинг

3.5. Электронные образовательные ресурсы

1. Уфимцев Р., Уфимцева Е. Кружок «сделай сам»: 15 уроков маркетинга услуг. – Режим доступа - <http://www.metaphor.ru/er/serv/index.xml>

4. УЧЕБНО-МАТЕРИАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ

Для учебно-материального обеспечения ИГА может быть использована любая учебная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием (компьютер или ноутбук, проектор, экран).

5. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ В ПРОГРАММЕ ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ

Номер листа изменений	Номер протокола заседания кафедры	Дата заседания кафедры	Всего листов в документе	Подпись ответственного за внесение изменений

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	3
<i>Задачи итоговой государственной аттестации</i>	<i>3</i>
<i>Требования к структуре итоговой государственной аттестации</i>	<i>5</i>
<i>Требования к процедуре итоговой государственной аттестации.....</i>	<i>5</i>
Трудоемкость итоговой государственной аттестации:.....	5
<i>Время проведения итоговой государственной аттестации.....</i>	<i>6</i>
<i>Требования к оцениванию компетенций в рамках итоговой государственной аттестации.....</i>	<i>6</i>
ТРЕБОВАНИЕ К СОДЕРЖАНИЮ ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ	6
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ	17
<i>Рекомендуемая литература.....</i>	<i>17</i>
<i>Программное обеспечение.....</i>	<i>23</i>
<i>Электронные образовательные ресурсы.....</i>	<i>23</i>
УЧЕБНО-МАТЕРИАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ	24
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ В ПРОГРАММЕ ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ	24
ОГЛАВЛЕНИЕ	25