

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

ПРОГРАММА

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

на программу «Организация специальных услуг в сфере оценки и экспертизы изделий легкой промышленности»

Вступительный экзамен проводится в письменной форме в виде тестирования. В процессе тестирования оценивается уровень входных компетенций, отражающих базовую подготовленность абитуриентов к освоению программы магистратуры по направлению подготовки 43.04.01 Сервис. Тестирование направлено на проверку уровня базовых знаний по основным разделам программы Сервис и сформированности компетенция претендентов в объеме образовательной программы бакалавра. В содержание экзамена включены вопросы и задания по дисциплинам – «СЕРВИСОЛОГИЯ», «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА В СЕРВИСЕ», «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА В СЕРВИСЕ», «ТЕХНОЛОГИИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ» которые составляют основу подготовки будущего магистра в области «Сервис». Контрольно-измерительные материалы (экзаменационный билет) включают 2 части:

Часть 1. - Задания № 1-25. Содержит задания с выбором ответа из 4-х предложенных. Правильное выполнение каждого задания оценивается 2 баллами.

Часть 2 - Задания № 26-35. Содержит задания на выявление ориентированности абитуриента в основных понятиях. Требуется выделение базовых понятий, установление соответствия позиций. Правильный ответ на каждое задание оценивается 5 баллами.

Продолжительность междисциплинарного вступительного испытания, проводимого в форме тестирования - 60 минут.

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

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «СЕРВИСОЛОГИЯ»

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

30	Позиционирование современной сферы сервиса в структуре национальной экономики
----	---

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА В СЕРВИСЕ»

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

	29	Процедура разработки и утверждения планов
	30	Виды рисков в сервисе. Выбор конкретных мер, способствующих устранению или минимизации возможных отрицательных последствий риска.

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА В СЕРВИСЕ»

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

25	Целевые аудитории потребителей рекламного продукта. Брэндинг: основные термины и определения.
26	Процесс создания брэнда: позиционирование, стратегия.
27	Специфика высокотехнологичных брэндов.
28	Общественное мнение: понятие, структура, механизмы формирования.
29	Место связей с общественностью в структуре современных компаний. Процесс влияния PR-служб на общественное мнение.
30	Целевая аудитория, виды и категории целевых аудиторий, ключевая аудитория, внешняя и внутренняя аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения.
31	Виды PR-текстов.
32	Оценка эффективности PR-мероприятий.

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ТЕХНОЛОГИИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

	РАЗДЕЛ 1. Материаловедение в производстве изделий легкой промышленности»
1	Основные виды материалов легкой промышленности. Классификация изделий и материалов, применяемых в продукции легкой промышленности.
2	Основные виды воздействий на материалы легкой промышленности при их производстве и эксплуатации.
3	Текстильные волокна, классификация натуральных и химических волокон.
4	Ткани, трикотажные и нетканые полотна
5	Характеристики строения кожи, методы их определения. Классификация кож по назначению. Основные свойства кож
6	Искусственный мех, основные способы получения и характеристики строения
7	Эффекты отделки материалов (тиснение, вытравка, перфорация, мятость, жатость, гофре, клоке, шанжан, броше и т.п.).
8	Характеристика ассортимента отделочных материалов и фурнитуры.
9	Выбор материалов для коллекции моделей.
10	Комплексные и пленочные материалы.
11	Проблемы утилизации и рециклинга отходов переработки при потреблении материалов в легкой промышленности
	РАЗДЕЛ 2. «Конструирование изделий легкой промышленности
12	Ассортимент швейных изделий.
13	Проектирование швейных изделий. Развитие методов и основные положения проектирования.
14	Характеристика внешней формы и конструкции рукава. Размерно-ростовочно-полнотный ассортимент одежды
15	Детали швейных изделий
16	Возможные дефекты в одежде
17	Классификация свойств и показателей качества швейных и трикотажных изделий.
18	Признаки, характеризующие правильность посадки изделия на фигуре и факторы их определяющие.

	РАЗДЕЛ 3. «Технология изделий легкой промышленности»
19	Ниточные соединения. Стежки, строчки, швы, применяемые при изготовлении швейных изделий.
20	Клеевые соединения. Виды клеевых соединений и клеевых материалов, применяемых при изготовлении швейных изделий.
21	Технологические процессы обработки деталей и узлов и изготовления швейных изделий, способы и методы их осуществления.
22	Технологические процессы настиления и раскроя материалов для швейных изделий.
23	Технологические причины возникновения дефектов и брака выпускаемой продукции, мероприятия по их предупреждению.
24	Обоснование выбора ресурсосберегающих технологических процессов производства швейных изделий.
25	Отделочные процессы в производстве изделий
	РАЗДЕЛ 4. Экспертиза и товароведение изделий текстильной и легкой промышленности
26	Особенности маркировки, упаковки, транспортирования и хранения одежды.
27	Особенности идентификации швейных и трикотажных изделий.
28	Основные группы требований к изделию и их характеристика.
29	Стандартные методы отбора проб для испытаний из материалов или изделий легкой промышленности
30	Анализ нормативно-технической документации на швейные товары при экспертизе
31	Товарная экспертиза швейных и трикотажных товаров.
32	Знаки соответствия и знаки обращения продукции на рынке в Таможенном союзе и РФ
33	Испытания при подтверждении соответствия
34	Информация о нарушении требований технических регламентов.
35	Закон о защите прав потребителей. Основные понятия. Право потребителя на безопасность товара (работы, услуги).
36	Законодательство Российской Федерации о техническом регулировании
37	Документы в области стандартизации

Критерии оценки выполнения заданий

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

Часть 2. Задания № 26-35. Правильный ответ за каждое выполненное задание оценивается 4 баллами. Максимальное количество баллов по 2 части - 50.

Общее максимальное количество баллов по всем заданиям - 100.

Список рекомендуемой литературы

НАЗВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «СЕРВИСОЛОГИЯ»	
1	Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. Учеб. пособ. – М. Аспект Пресс, 2010. -318 с.
2	Бражников, М. А. Сервисология : учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 144 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13343-1
3	Черников, В. Г. Сервисология : учебное пособие для вузов / В. Г. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 252 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13272-4.
4	Руденко Л.Л. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Руденко Л.Л.— Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 208 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/4968 .
5	Свириденко Ю.П. Сервисная деятельность в обслуживании населения [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Свириденко Ю.П., Хмелев В.В.— Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2021.— 220 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/14621
6	Неретина, Т. Г. Организация сервисной деятельности: Учеб.-метод. комплекс для студентов высших профессиональных учреждений дневной и заочной форм обучения специальности «Социально- культурный сервис и туризм» / Т. Г. Неретина. - 3-е изд., стереотип. - М.: ФЛИНТА, 2014 - 102 с.

НАЗВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА В СЕРВИСЕ»	
1	Марусева, И. В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) / И. В. Марусева, А. В. Кокарева. – Москва-Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 591 с.
2	Мотышина, М. С. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учебник / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 282 с. – (Университеты России).
3	Егоршин А.П. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учеб. пособие для студентов вузов / А. П. Егоршин. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 378с.
4	Зайцев Л.Г. Стратегический менеджмент: учебник для студентов вузов / Л.Г. Зайцев, М. И. Соколова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: Инфра-М, 2015. - 528 с.
5	Мотивация трудовой деятельности: учеб. пособие / авт.: О. К. Минева, О. И. Горелова, Н. Н. Кочегкова и др. - М.: Астрахань: КНОРУС : ИД Астрахан. ун-т, 2016. – 160 с.
6	Веселков, С.Н. Стратегический менеджмент. Успешное управление бизнесом в России: Учебно-практическое пособие / С.Н. Веселков, Ю.А. Цыпкин. - М.: Юнити, 2019. - 606 с.

7	Макарова, И.К. Управление человеческими ресурсами: уроки эффективного HR-менеджмента: Учебное пособие / И.К. Макарова. - М.: Дело АНХ, 2015. - 422 с.
8	Менеджмент в сервисе: учебник / М. В. Виноградова, О. В. Каурова, А. А. Ларионова [и др.]. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "КноРус", 2021. – 248 с.
9	Данилова-Волковская, Г. М. Менеджмент качества выполнения работ, услуг и сервиса / Г. М. Данилова-Волковская, Г. И. Молчанов. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "КноРус", 2020. – 282 с.
10	Коргова, М.А. Актуальные вопросы менеджмента и управления персоналом в современных организациях / М.А. Коргова. - М.: Русайнс, 2018. - 288 с.
11	Савельев, И.И. Менеджмент персонала: основы управления в аспекте организационного поведения / И.И. Савельев, Ш.З. Мехдиев. - М.: Русайнс, 2017. - 192 с.
12	Палий, Н. Основы предпринимательской деятельности в сфере сервиса: учебное пособие / Н. Палий. – Донецк: Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, 2021. – 96 с.

НАЗВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА В СЕРВИСЕ»

1	Лукичёва Т. А. Маркетинг: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 370 с.
2	Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.
3	Плешивцева, А. А. Маркетинг в сервисе и туризме: учебное пособие / А. А. Плешивцева. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2021. – 144 с. – ISBN 978-5-9275-4064-8.
3	Сервис: организация, управление, маркетинг: учебник / Е. Н. Волк, А. И. Зырянов, А. А. Лимпинская, Н. В. Харитонова. – 3-е издание. – Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2022. – 248 с.
5	Карпова С. В.Маркетинг. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 325 с.
6	Карпова С. В.Маркетинг. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 325 с.
7	Сервис: организация, управление, маркетинг: Учебник для бакалавров / Е. Н. Волк, А. И. Зырянов, А. А. Лимпинская, Н. В. Харитонова. – 2-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021. – 248 с.
8	Брагин, А. Ю. Основы маркетинга / А. Ю. Брагин, Г. С. Дудаков. – Санкт-Петербург: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный морской технический университет", 2023. – 81 с.

НАЗВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕХНОЛОГИИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

1	Теоретические и правовые вопросы дизайна и технологий в легкой промышленности : Учебное пособие (спецкурс) для академического бакалавриата / С. С. Алеева, Л. В. Щербачева, А. Г. Дейнеко [и др.] ; Под редакцией Л.В. Щербачевой. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "КОНВЕРТ", 2020. – 272 с.
2	Бесшапошникова, В. И. Инновационные технологии изделий текстильной и легкой промышленности / В. И. Бесшапошникова, М. В. Федоров, Т. В. Александрова. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2023. – 222 с.
3	Морозов, Р. В. Цифровые решения в легкой промышленности / Р. В. Морозов. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2022. – 236 с.
4	Махоткина, Л. Ю. Конструирование изделий легкой промышленности: конструирование швейных изделий: Учебник / Л. Ю. Махоткина, Л. Л. Никитина, О. Е. Гаврилова. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2019. – 324 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).
5	Энциклопедия технологий 2.0: Легкая промышленность. – Москва; Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное учреждение "Научно-исследовательский институт "Центр экологической промышленной политики", 2022. – 340 с.
6	Текстильное материаловедение: лабораторный практикум / Ю. С. Шустов, С. М. Кирюхин, А. Ф. Давыдов [и др.]. – Изд. 4-е, испр. и доп.: Общество с ограниченной ответственностью «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2021. – 357 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).
7	Стельмашенко, В. И. Материаловедение для одежды и конфекционирование : Учебник / В. И. Стельмашенко, Т. В. Розаренова. – 3-е изд., пер. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 308 с. – (Профессиональное образование).
8	Метрология, стандартизация и сертификация швейных изделий: курс лекций. – Чебоксары: Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева, 2020. – 136 с.
9	Добровольская, Т. А. Формирование ассортимента и конкурентоспособности изделий легкой промышленности / Т. А. Добровольская. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. – 212 с.
10	Шустов, Ю. С. Текстильное материаловедение и управление качеством / Ю. С. Шустов, С. М. Кирюхин : ООО "Научно-издательский центр Инфра-М", 2022. – 386 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).