

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: «Банковский сервис в условиях глобальных изменений»

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 – «Экономика предприятия», «Сервисология» и «Маркетинг сервисных услуг», которые составляют основу подготовки будущего магистра в области банковского сервиса. Контрольно-измерительные материалы (экзаменационный билет) включает 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.

Время выполнения задания – 60 минут.

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

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ»

РАЗДЕЛ 1. Организационно-правовые основы деятельности организаций сервиса	
1	Сервисная деятельность как предпринимательская деятельность. Понятие «предпринимательская деятельность».
2	Субъекты предпринимательской деятельности – юридические лица, порядок их государственной регистрации.
3	Юридические лица: учредительные документы, органы управления, наименование, местонахождения, ответственность.

4	Коммерческие организации, их виды, характеристики, особенности.
5	Этапы создания организации.
6	Постановка на учет в налоговых органах, в государственных внебюджетных фондах, в органах статистики.
7	Порядок открытия расчетного счета.
РАЗДЕЛ 2. Понятие и виды планирования.	
8	Понятие планирования как одной из функций менеджмента.
9	Этапы развития корпоративного планирования.
10	Виды и принципы планирования при осуществлении сервисных услуг
11	Стратегическое и тактическое планирование в сервисных услугах.
12	Задачи и процесс планирования при осуществлении сервисных услуг
13	Корпоративная культура как условие эффективного планирования.
14	Кодексы корпоративной этики: сущность и задачи.
15	Подходы к планированию в компании: виды, характеристика.
16	Понятие бизнес-плана как комплексного документа, цели и функции бизнес-плана
17	Этапы разработки и реализации бизнес-плана (подготовка программ; планирование рынка; оформление документа).
18	Структура и содержание бизнес-плана
РАЗДЕЛ 3. Особенности налогообложения предприятий сервиса.	
19	Понятие налогового права.
20	Субъекты налогового права: налогоплательщики и плательщики сборов, налоговые агенты
21	Современное состояние системы налогообложения в РФ.
22	Права и обязанности налогоплательщика.
23	Налоговые органы, таможенные органы, органы государственных внебюджетных фондов, их права и обязанности.
24	Система налогов и сборов: виды и порядок установления.
25	Элементы налогообложения: объект налогообложения, налоговая база, налоговый период, налоговая ставка, порядок и сроки уплаты, льготы.
26	Принципы определения цены товаров, работ, услуг для целей налогообложения. Общие правила исполнения обязанности по уплате налогов и сборов
27	Налоговая отчетность и налоговый контроль.
28	Налоговая декларация.
29	Учет налогоплательщиков.
30	Общие положения об ответственности за налоговые правонарушения. Виды налоговых правонарушений и ответственность за их совершение.
РАЗДЕЛ 4. Трудовое законодательство в сфере сервиса.	
31	Понятие системы трудового права и классификация его источников. Система законодательства о труде. Локальные нормативные акты: понятие, особенности разработки и принятия.

32	Субъекты трудового права, их классификация
33	Социальное партнерство: понятие коллективного договора и его место в правовом регулировании трудовых отношений.
34	Трудовой договор, его отличительные признаки, стороны и формы, порядок заключения
35	Испытание при приеме на работу.
36	Трудовые книжки: порядок ведения и выдачи.
37	Виды переводов на другую работу. Отличие перевода от перемещения и командировки.
38	Заместительство временно отсутствующего работника.
39	Совмещение профессий и должностей. Понятие и правовые нормы рабочего времени.
40	Право граждан на отпуск и условия его реализации. Ежегодные основные и дополнительные отпуска, их виды и порядок предоставления.
41	Система оплаты труда и ее разновидности. Формы материального стимулирования труда работников.
42	Содержание и значение дисциплины труда, методы ее обеспечения. Материальная ответственность сторон трудового правоотношения.

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	История развития сервиса. Виды сервисной деятельности, понятие услуги
13	Классификация услуг и их характеристика, теория организации обслуживания
14	Общие методы оказания услуг
РАЗДЕЛ 3. Теория организации обслуживания различных групп потребителей. Особенности индивидуального обслуживания клиентов предприятий сервиса.	
15	Роль услуги в жизни человека.
16	Материальные и социально-культурные услуги. Социальное значение услуги.

17	Специфика и свойства услуги как товара. Основные группы характеристик качества услуг. Различие понятий «услуга» и «работа».
18	Факторы социального роста услуг.
19	Нормативно-правовые акты в сфере услуг.
20	Конкурентная борьба в сфере услуг
21	Причины появления новых видов услуг. Особенности услуг и их влияние на характер работ по стандартизации и сертификации сферы сервиса.
22	Понятие оптимальной инфраструктуры обслуживания (с учетом природных и социальных факторов).
23	Методы бесконфликтных взаимоотношений с потребителем в процессе сервисной деятельности.
24	Процесс обслуживания клиентов и его этапы.
25	Позиционирование современной сферы сервиса в структуре национальной экономики

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ»

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

17	Потребительское поведение: основные модели и определяющие факторы.
РАЗДЕЛ 4. Реклама и связи с общественностью в сфере сервиса: характеристика основных приемов и методов.	
18	Современные рекламные и PR-технологии, их значение в продвижении товаров и услуг. Виды рекламы.
19	Целевые аудитории потребителей рекламного продукта. Брэнддинг: основные термины и определения
20	Процесс создания брэнда: позиционирование, стратегия. Специфика высокотехнологичных брэндов.
21	Общественное мнение: понятие, структура, механизмы формирования.
22	Место связей с общественностью в структуре современных компаний. Процесс влияния PR-служб на общественное мнение
23	Целевая аудитория, виды и категории целевых аудиторий, ключевая аудитория, внешняя и внутренняя аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения.
24	Виды PR-текстов. Оценка эффективности PR-мероприятий.

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 5 баллами.

Максимальное количество баллов по 2 части - 50.

Общее максимальное количество баллов по всем заданиям - 100.

Список рекомендованной литературы:

НАЗВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ»

1 Веретенникова, И.И. Экономика организации (предприятия): Учебное пособие для бакалавров / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова; Под ред. И.В. Сергеев. — М.: Юрайт, 2018. — 671 с.

2 Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. Учеб. пособ. — М. Аспект Пресс, 2007. -318 с.

3 Афилов Э.А. Планирование на предприятии: учебник для студентов вузов / Э.А. Афилов. - М.: Новое знание: ИНФРА-М, 2015. - 344 с.

4 Слак Н. Организация, планирование и проектирование производства. Операционный менеджмент: учеб. пособие / Н. Слак, С. Чеймберс, Р. Джонстон; пер. с 5-го англ. изд. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 790 с.

5 Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): Учебник для бакалавров / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. — М.: ИТК Дашков и К, 2018. — 372 с.

6 Грибов, В.Д. Экономика организации (предприятия): Учебное пособие / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. — М.: КноРус, 2018. — 416 с.

7 8 Лопарева, А.М. Экономика организации (предприятия): Учебно-методический комплекс / А.М. Лопарева. — М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2017. — 400 с.

8.Городецкая, М.И. Бухгалтерский учет и налогообложение в индустрии туризма: Учебное пособие / М.И. Городецкая. - М.: Вузовский учебник, Инфра-М, 2012. - 304 с.

9 Качур, О.В. Налоги и налогообложение (для бакалавров) / О.В. Качур. - М.: КноРус, 2018. - 480 с.

10 Левкевич, М.М. Малый бизнес: учет и налогообложение: Учебное пособие / М.М. Левкевич. - М.: Инфра-М, 2013. - 432 с.

НАЗВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «СЕРВИСОЛОГИЯ»

1 Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. Учеб. пособ. – М. Аспект Пресс, 2007. -318 с.

2 Коноплева Н.А. Сервисология (человек и его потребности): Учеб. пособ. – М., Флинта: МПСИ, 2008. -248 с.

3 Романович Ж.А., Калевич С.Л. Сервисная деятельность. Учебник \Под ред. Романовича Ж.А. -3-е изд., перераб. и доп. -М. Изд.-торг. корпор. "Дашков и К",2008. -268 с.

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, 2012.— 220 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14621>

6 Балакин Ю.Ю. Человек и его потребности(Сервисология). Учеб.пособ. -Ростов-на-Дону. Феникс, 2010. -285 с.

7 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 «МАРКЕТИНГСЕРВИСНЫХ УСЛУГ»

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 Савчук Г.А., Управление маркетингом на предприятии, учебное пособие, Савчук Г.А., Мокерова Ю.В., М, 2014 – 220 с

4 Безрутенко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие, 2-е изд.(изд:2) / Ю.В. Безрутенко. - М.: ИТК Дашков и К, 2016. - 232 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 Азарова С. П. Маркетинговые исследования: теория и практика: учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 314 с.

8 Смирнов, А. Лидовое побоище. Маркетинговые инструменты для продвижения бизнеса в Интернете / А. Смирнов, Ю. Суздаль. - СПб.: ИГ Весь, 2015. - 176 с.