

**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: «Управление бизнес проектами в креативных индустриях»**

**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 маркетинга и менеджмента в сервисе» и «Основы бизнес-планирования», которые составляют основу подготовки будущего магистра в области 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 выбор и запись нескольких правильных ответов из предложенных, задание на выявление понятий с помощью схем и таблиц; задание на установление соответствия позиций, представленных в двух множествах, задание на определение терминов и понятий, соответствующих предлагаемому контексту, задания на решение задач и т.п. Правильный ответ на каждое задание оценивается 5 баллами.

Время выполнения – 60 минут.

Максимальное количество баллов за вступительный экзамен – 100 баллов, минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительных испытаний – 40 баллов.

## ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «СЕРВИСОЛОГИЯ»

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
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
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. Нормативно-правовые акты в сфере услуг.
22. Особенности услуг и их влияние на характер работ по стандартизации и сертификации сферы сервиса.
23. Понятие оптимальной инфраструктуры обслуживания (с учетом природных и социальных факторов).
24. Методы бесконфликтных взаимоотношений с потребителем в процессе сервисной деятельности.
25. Процесс обслуживания клиентов и его этапы.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА 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.
10. Понятие организационных сред, их характеристика и взаимосвязь.
11. Значение анализа организационных сред для формирования стратегии.
12. Анализ отрасли и конкурентной ситуации: основные этапы и методы.
13. Анализ ресурсов и конкурентных возможностей компании.
14. Базовые стратегии конкуренции: характеристика, область применения.
15. Разработка стратегии с учетом специфики отрасли сервиса и ситуации.
16. Внутренний маркетинг.
17. План маркетинга.
18. Контактная зона
19. Мотивация персонала.
20. Интерактивный маркетинг.
21. Потребительское поведение: основные модели и определяющие факторы.
22. Современные рекламные и PR-технологии, их значение в продвижении товаров и услуг.
23. Виды рекламы.
24. Целевые аудитории потребителей рекламного продукта. Брэндинг: основные термины и определения.
25. Процесс создания бренда: позиционирование, стратегия.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ»**

1. Основные аспекты бизнес-планирования в креативных индустриях.
2. Факторы, которые играют роль при разработке бизнес-плана для креативных стартапов.
3. Стратегии привлечения инвестиций в креативные проекты.
4. Методы оценки рыночного потенциала креативных продуктов или услуг.
5. Эффективные маркетинговые стратегии для продвижения креативных продуктов.
6. Управление рисками при запуске креативного бизнеса и их управление.
7. Финансовые показатели, важные при разработке бизнес-плана для креативной компании.
8. Особенности управления персоналом в креативных отраслях.
9. Методы исследования рынка, применимые для креативных проектов.
10. Инновационные подходы к развитию креативного бизнеса.
11. Оценка конкурентной среды в креативной индустрии и разработка стратегии конкурентного преимущества.
12. Финансовые источники, доступные для креативных предпринимателей.
13. Определение целевой аудитории и их потребностей в креативном бизнесе.
14. Технологические тенденции, влияющие на креативные индустрии и их использование в проектах.
15. Правовые аспекты, регулирующие креативные бизнесы, и соответствующее соблюдение.
16. Оценка эффективности маркетинговых кампаний в креативных отраслях.
17. Этапы развития бизнеса, учитываемые при создании бизнес-плана для креативных проектов.
18. Эффективные каналы дистрибуции для продвижения креативных продуктов или услуг.
19. Особенности учета и финансового анализа в креативной индустрии.
20. Стратегии удержания клиентов, применимые в креативных бизнесах.
21. Важные аспекты управления финансами в креативном бизнесе.
22. Основные шаги при создании маркетингового плана для креативных проектов.
23. Ключевые моменты при выборе бизнес-модели для креативной компании.
24. Как оценить потенциал роста для креативного стартапа?
25. Эффективные стратегии продаж в креативных отраслях.

## Список рекомендуемой литературы:

### 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 «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА 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 Савчук Г.А., Управление маркетингом на предприятии, учебное пособие, Савчук Г.А., Мокерова Ю.В., М, 2014 – 220 с
- 4 Безругченко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие, 2-е изд.(изд:2) / Ю.В. Безругченко. - 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.

### НАЗВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ»

1. Абрамс Р. Бизнес-план на 100%. Стратегия и тактика эффективного бизнеса / Р. Абрамс. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 486 с.
2. Будович Л. С. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности. Учебное пособие для вузов, 2-е изд. — М.: Лань, 2023. — 180 с.
3. Буров В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учебное пособие / В.П. Буров, А.Л. Ломакин, В.А. Морошкин. — М.: Инфра-М, 2019. — 352 с.
4. Гладкий А.А. Бизнес-план: Делаем сами на компьютере / А.А. Гладкий. — М.: Рид Групп, 2017. — 240 с.
5. Купцова Е. В. Бизнес-планирование. — М.: Юрайт, 2020. — 436 с.
6. Купцова Е. В., Степанов А. А. Бизнес-планирование. — М.: Юрайт, 2024. — 436 с.
7. Лопарева А. М. Бизнес-планирование. — М.: Юрайт, 2023. — 273 с.
8. Петров К.Н. Бизнес-план на одной странице / К.Н. Петров. — М.: Диалектика, 2019. — 144 с.
9. Сергеев А. А. Бизнес-планирование. — М.: Юрайт, 2023. — 443 с.
10. Юхин Г.П. Бизнес-планирование в выпускных квалификационных работах. Учебное пособие. — М.: Лань, 2020. — 288 с.