

ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Высшая школа бизнеса

Утверждаю
И.о. Директора
Высшей школы бизнеса


С.Г. Горяйнов

15.11.2016

ПРОГРАММА
вступительных испытаний

**ОСНОВЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ТУРИЗМА И
ГОСТЕПРИИМСТВА**

для поступающих в Южный федеральный университет

на базе среднего профессионального образования
на 2016/2017

Ростов-на-Дону-2016

ВВЕДЕНИЕ

Бакалавр – первая учёная степень. Степень бакалавра, принятая в современных системах учёных званий и степеней многих зарубежных стран, присваивается окончившим университеты и другие вузы после сдачи специальных экзаменов.

Академическая степень бакалавра соответствует требованиям Болонского соглашения.

Правом обучения по образовательным программам бакалавра обладают лица, успешно завершившие обучение на базе среднего (полного) общего, среднего профессионального или высшего профессионального образования.

Направление «Сервис» нацелено на подготовку сотрудников управленческого состава предприятий любой организационно-правовой формы в рамках сервисной деятельности, а также структур, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

Подготовка бакалавров по направлению «Сервис» обеспечивает освоение методик проведения экспертизы и диагностики объектов сервиса, выбора необходимых методов и средств процесса сервиса, разработки процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя, мониторинга и контроля качества процесса сервиса и обслуживания.

Направление «Туризм» нацелено на подготовку бакалавров для туроператорских и турагентских предприятий, учреждений управления туристскими ресурсами, а также структур, обеспечивающих оказание услуг в сфере формирования, продвижения и реализации туристских продуктов. Сферой деятельности выпускников по данному направлению являются турагентские и туроператорские компании, туристско-экскурсионные бюро, туристско-гостиничных комплексы, территориальные органы управления, связанные с развитием туризма, туристские союзы и объединения, туристские аналитические центры, туристские клубы и других предприятия и организации туристской индустрии и социального сервиса.

Направление «Гостиничное дело» нацелено на подготовку бакалавров в области индустрии гостеприимства; формирование управленцев в сфере гостиничной деятельности; включенное обучение в российских и зарубежных вузах-партнерах; практика в ведущих отечественных и зарубежных предприятиях гостиничного сервиса. Выпускники направления имеют необходимые знания и навыки для организации и ведения собственного бизнеса в сфере гостеприимства, проектирования оптимальных технологических процессов и инновационного гостиничного продукта для потребителей с разными традициями, культурными и религиозными особенностями в соответствии с международнопризнанными стандартами качества в сфере гостеприимства.

Выпускник, обладающий академической степенью бакалавра, эрудирован, владеет навыками профессионального использования

информационных технологий, подготовлен к эффективной организационно-управленческой, информационно-аналитической, предпринимательской и научно-педагогической деятельности. Бакалавр сервиса, специализирующийся в сфере управления организации и управления процессами сервиса, обладает комплексом знаний в области сервисной деятельности, управления рестораном, гостиницей, выставочной или риелторской организацией, салоном красоты и другими сервисными предприятиями, бизнес-планирования, экономического анализа, менеджмента малого бизнеса, психологии работы с клиентами, бизнес-коммуникаций, способен обеспечить стандарты качества обслуживания. Бакалавр туризма реализует задачи проектирования туристского продукта с использованием инновационных и информационных технологий, способен к принятию оперативных управленческих решений в области туристской деятельности, проводит исследование и мониторинг рынка туристских услуг, способен самостоятельно разрабатывать внутренние нормативные документы по обеспечению качества и стандартизации услуг туристской индустрии.

Кроме того, бакалавр подготовлен к обучению в магистратуре по направлению «Сервис», «Туризм», «Гостиничное дело» и другим профильным программам.

Целью вступительных испытаний по «Основам сервисной деятельности, туризма и гостеприимства» является предоставление возможности абитуриенту продемонстрировать освоение программы среднего профессионального образования и подтвердить соответствие приобретенных знаний уровню требований для дальнейшего обучения по программе бакалавриата.

Задачами вступительных испытаний по «Основам сервисной деятельности, туризма и гостеприимства» являются: изучение человека как индивида, как личность – субъекта общественно-исторической деятельности и носителя определенных ролей; исследование системы потребностей человека, их формирования и динамики; изучение структуры потребностей; изучение классификации потребностей в разных аспектах: философском, социально-психологическом и экономическом; рассмотрение места и роли сервиса в удовлетворении человеческих потребностей.

Требования к абитуриенту, проверяемые на вступительных испытаниях. Вступительный экзамен носит комплексный, системный характер. При подготовке к вступительному экзамену абитуриенты должны в полном объеме изучить все темы и вопросы, предусмотренные программой, воспользовавшись рекомендуемым списком литературы.

1. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1.1 ОСНОВЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Сущность сервисной деятельности. Основные цели и функции сервисной деятельности в современном обществе. Роль сервиса в современном обществе. Факторы, способствующие развитию сферы услуг. Сервис как деятельность. Сервис как потребность. Потребности и ценности. Классификация потребностей. Иерархия потребностей. Роль сервиса в удовлетворении потребностей человека.

Значение услуг на современном этапе. Состояние современного рынка услуг. Проблемы и перспективы развития современного сервиса.

Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Услуга как категория философская и экономическая. Природа услуг. Услуги материальные и нематериальные. Особенности их оказания. Отличие услуги от товара, основные характеристики услуг.

Правовое регулирование сервисной деятельности. Организационная структура сервисной системы. Сервисная организация как система, ее подсистемы и элементы. Основные задачи системы современного сервиса. Возможные организационные формы реализации сервиса. Основные положения Закона РФ «О защите прав потребителей», регулирующие сервисную деятельность. Правила оказания отдельных видов услуг как нормативные документы, регулирующие сервисную деятельность.

Психологическая культура сервиса. Психологическая культура сервиса. Психология сервиса. Коммуникативная компетентность. Трудовая деятельность работников службы сервиса, психологические компоненты деятельности работников контактной зоны. Психология процесса обслуживания при совершении заказа. Этапы совершения заказа и действия обслуживающего персонала на каждом из них.

Этическая культура сервиса. Профессиональная этика работников предприятий сервиса. Профессиональное поведение работников контактной зоны. Формы коммуникации в сервисе. Требования к культуре общения персонала предприятий сервиса с клиентами.

Эстетическая культура сервиса. Роль технической эстетики, дизайна и эргономики в сервисной деятельности. Объекты дизайна на предприятиях сервиса. Эстетика внешнего оформления, интерьера и рекламы на предприятиях сервиса. Эстетика внешнего облика обслуживающего персонала.

Организационно-техническая культура сервиса. Основные задачи предприятия сервиса в условиях рынка. Ассортимент услуг. Этапы процесса обслуживания. Совершенствование процесса обслуживания. Возрастание

значения сервисного обслуживания. Прогрессивные формы обслуживания потребителей. Внедрение новых видов услуг и форм обслуживания. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид деятельности.

Качество услуг как объективная необходимость повышения эффективности деятельности сервисного предприятия. Качество обслуживания с позиции исполнителя. Качество обслуживания с позиции потребителя. Основные направления совершенствования качества обслуживания потребителей.

Конкурентоспособность услуг. Виды и особенности конкуренции в сфере сервиса. Конкурентные стратегии на рынке услуг. Критерии конкурентоспособности услуг: критерии результата, критерии культуры обслуживания, критерии условий обслуживания, критерии доступности. Цели, задачи и принципы оценки конкурентоспособности услуг. Методы оценки конкурентоспособности услуг, характеристика расчетных методов оценки: дифференциального, комплексного, смешанного и интегрального. Отличительные особенности оценки конкурентоспособности товара и услуги.

Основные виды туризма. Понятийный аппарат туризма. Виды туризма. Внутренний туризм. Международный въездной и выездной туризм. Социальный туризм. Познавательный туризм. Самостоятельный туризм. Экологический туризм. Промышленный туризм. Событийный и паломнический туризм. Многообразие видов туризма.

Факторы и условия развития современного международного туризма. Экономическая, политическая и социокультурная база современного туризма. Межкультурная коммуникация как основа развития современного международного туризма. Государственная политика по стимулированию туристской деятельности.

Историко-культурные объекты – фактор развития туризма. Памятники истории и культуры. Историко-музейные комплексы как объект туристского интереса. Характеристика основных историко-культурных ресурсов России и мира.

Уникальные памятники природы их виды и значение в развитии туризма. Природные, климатические и биосферные заповедники Российской Федерации и мира как объекты туристского интереса, их характеристика. Развитие экологического туризма и его популяризация.

Этнографический туризм. Понятие этноса и этнографического туризма. Особенности организации этнографических туров. Этнографические фестивали и праздники. Этнографические музеи.

Понятие туристского продукта и его особенности. Понятие туристского продукта как комплекса услуг. Характеристика турпродукта на основе ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ». Альтернативные теории понятия турпродукта. Особенности формирования, продвижения и реализации туристского продукта. Турпродукт как дестинация.

Промышленный туризм. Популяризация туризма на действующие предприятия. Эготуризм и работа на винодельческих предприятиях. Программы work and travel. Объекты промышленного туризма в России и за рубежом.

Туристские предприятия: особенности функционирования и управления. Порядок создания и регистрации туристского предприятия. Специфика деятельности туристского предприятия. Виды услуг, оказываемых туристскими предприятиями. Особенности управления туристской компанией.

Деловой туризм. Понятие MICE в туризме. Особенности организации делового туризма.

Событийный туризм. Понятие событийного туризма. Особенности формирования и реализации туристского продукта в сфере событийного туризма. Перманентный туристский продукт в сфере событийного туризма.

Транспортное обеспечение в туризме. Виды перевозок в туризме. Правовое обеспечение перевозок в туризме. Требования к безопасности перевозок в туризме. Индивидуальные и групповые трансферы.

Инновации в развитии индустрии туризма. Понятие инноваций в туризме. Инновации в маркетинге. Инновационные виды туристского продукта. Инновационные методы создания и продвижения туристского продукта.

Маркетинговые исследования в туризме. Понятие маркетинга. Виды маркетинговых мероприятий. Важность маркетинговых мероприятий в туризме. Прямой маркетинг. Инструменты маркетинга и их применение в туризме.

Социальный туризм в мире и России. Понятие социального туризма. Государственная политика в области социального туризма. Особенности формирования турпродукта в сфере социального туризма.

Основы туроператорской деятельности. Понятие туроперейтинга. Единый федеральный реестр туроператоров в РФ. Крупнейшие туроператорские компании России и их роль в туроператорском рынке.

Понятие турагентской деятельности. Турагентская деятельность в соответствии с ФЗ «Об основах туристской деятельности». Требования к деятельности турагентов. Специфика работы турагентского предприятия. Механизм взаимодействия туроператоров и турагентов.

Особенности индустрии гостеприимства. Понятие о гостиницах и их функциональное назначение. Основные тенденции развития мировой гостиничной индустрии. Гостиничные цепи: возникновение и пути развития (на примере любой из гостиничных цепей). Характеристика и особенности гостиничных услуг. Классификация средств размещения. Основные службы гостиницы и принципы их функционирования. Служба приема и размещения. Служба хозяйственного обеспечения. Инженерно-техническая служба. Служба питания и напитков. Медицинская служба в гостинице. Служба маркетинга и продаж. Финансовая служба. Служба безопасности. Кадровая служба. Технологический цикл обслуживания клиентов. Этика работы с клиентами

гостиницы. Состояние и перспективы развития российского гостиничного хозяйства.

ФОРМА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ И ЕГО ПРОЦЕДУРА:

Вступительное испытание проводится в письменной форме и состоит из тестирования для определения уровня сформированности у абитуриента необходимых компетенций.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент : учеб. пособие для вузов/Г.А. Аванесова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 320 с.
2. Баранова А. Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма: учебное пособие / А. Ю. Баранова. - М.: Инфра-М, 2012. 180 с.
3. Барчуков И. С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов: учебное пособие / И. С. Барчуков, Л. В. Баумгартен, Ю. Б. Башин, А. В. Зайцев. - М.: КноРус, 2012. 168 с.
4. Баумгартен Л. В. Управление качеством в туризме. Практикум: учеб. пособие / Л. В. Баумгартен. - М.: КноРус, 2008. - 284 с. - У9(2)433/Б 29-чз1
5. Безрутченко Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие / Ю. В. Безрутченко. - М.: Дашков и Ко, 2012. 232 с.
6. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Учебник. САП. Питер, 2012. 480 с.
7. Буйленко В.Ф. Сервисная деятельность: организационные, этические и психологические аспекты. – М.: Феникс, 2008. – 156 с.
8. Васильев Г.А., Деева Е.М. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг: учебное пособие ЮНИТИ-ДАНА, 2010 г.
9. Велединский В.Г. Сервисная деятельность. – М. Кнорус, 2010. – 176 с.
10. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятия сферы сервиса: Практикум Дашков и К, 2010 г.
11. Горенбургов М. А. Технология и организация услуг питания: учебник / М. А. Горенбургов, Г. С. Сологубова. - М.: Академия, 2012. 238 с.
12. Дмитриев М.Н., Забаева М.Н., Малыгина Е.Н. Экономика туристского рынка: учебник ЮНИТИ-ДАНА, 2012 г.
13. Есаулова С. П. Информационные технологии в туристической индустрии: учебное пособие / С. П. Есаулова. - М.: Дашков и Ко, 2012. 152 с.
14. Карнаухова В.К. Сервисная деятельность : учеб. пособие / Карнаухова В.К., Краковская Т.А. – М.: Феникс, 2010. – 254 с.
15. Кобяк М. В. Управление качеством в гостинице: учеб. пособие / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин. - М.: Магистр, 2008. - 510 с. У9(2)432 К 55
16. Косолапов А. Б. Управление рисками в туристском бизнесе: учебное пособие / А. Б. Косолапов. - М.: КноРус, 2012. 286 с.

17. Кусков А. С. Курортное дело: учебник / А. С. Кусков, И. Ю. Булкин, П. С. Ширинкин. - Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co, 2012. 380 с.
18. Лойко О.Т. Сервисная деятельность: учеб. пособие для вузов / О.Т. Лойко. – М.: Академия, 2008. – 304 с.
19. Недбаев Д. Н. Управление персоналом: учебное пособие / Д. Н. Недбаев, И. В. Дикая. - М.: Илекса, 2012. 378 с.
20. Руденко Л. Л. Сервисная деятельность: учебное пособие / Л. Л. Руденко. - М.: Дашков и Ко, 2012. 208 с.
21. Саак А.Э., Якименко М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны). – Питер, 2012
22. Чудновский А. Д. Управление индустрией туризма: электронный учебник / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. - М.: КноРус, 2012.
23. Щелчкова Е. С. Механизмы повышения конкурентоспособности в гостиничном бизнесе: автореф... канд. экон. наук: 08.00.05 / Е. С. Щелчкова; Рос. экон. акад. им. Г. В. Плеханова, Рос. экон. акад. им. Г. В. Плеханова. - М.: [Б. и.], 2008. - 28 с.