

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Тамбовский государственный университет имени Г.Р.Державина»

Институт управления и сервиса

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института управления и сервиса

_____ Кожевникова Т.М.

«21» января 2014г.

ПРОГРАММА АТТЕСТАЦИОННЫХ ИСПЫТАНИЙ

**для лиц, поступающих в порядке перевода из других образовательных организаций
высшего образования,**

по направлению подготовки бакалавров

«Сервис»

Квалификация «бакалавр»

Программа аттестационных испытаний для лиц, поступающих в порядке перевода из других образовательных организаций высшего образования, по направлению подготовки бакалавров «Сервис» составлена профессорско-преподавательским составом кафедры сервиса и торгового дела и утверждена на заседании Ученого совета института Управления и сервиса Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина.

Протокол № 4 от «21» января 2014 г.

ПЕРЕВОД НА 1 КУРС

Аттестационное испытание по дисциплине «Профессиональная этика и этикет»

1. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Раздел 1. Понятие этики и этикета как науки и явления духовной культуры

Тема 1. Предпосылки возникновения этики

Понятие этики. Объект, предмет и задачи этики как науки. Познавательная и нормативная функции этики. Основные категории этики. Предпосылки возникновения этики. Место этики в системе наук. Взаимосвязь между этикой и философией, этикой и психологией. Этика – одна из древнейших отраслей философского знания. Этика в трудах Аристотеля. Учение Сократа. Этические аспекты Платона. Этические учения выдающихся мыслители разных эпох и народов – Демокрит, Конфуций, Эпикур, Гельвеций, Кант, В. Соловьев и многие другие. Морально-этическое размышление занимает важное место в творчестве многих деятелей мирового искусства, таких как Данте, Леонардо да Винчи, Шекспир, Ф. Достоевский, Н. Рерих и др.

Тема 2. Этика как наука о морали

Этика, мораль и нравственность. Сущность и функции морали. Моральная регуляция поведения людей. Роль морали в человеческом обществе. Мораль и право.

Характеристика историческое изменение предмета этики с точки зрения развития ее методологических возможностей. Христианское вероучение.

Творчество крупнейших философов (Ф. Бэкона, Р. Декарта, Т. Гоббса и др.) кардинально меняется как понимание задач этики, так и способы обоснования моральных представлений (XVII в.). Новыми веяниями в развитии этической мысли XVIII столетие. Эпоха Нового времени XIX век.

Тема 3. История мирового этикета

Термин этикет и его значение. Эталон древнего международного этикета. История мирового этикета.

Первый свод правил на Руси – «Домострой». Петр 1 как основоположник нового этикета на Руси. В 1717 г. книга «Юности честное зеркало, или Показания к житейскому обхождению, собранное у разных авторов»; издана работа Эразма Роттердамского «О правилах хорошего тона».

Лучшие традиции русского национального этикета развились в XIX века.

Тема 4. Особенности и роль этики деловых отношений в современном обществе

Понятие общения. Функции общения. Структура и содержание общения. Межличностное общение: модели поведения, принципы построения. Общие закономерности межличностных отношений. Механизмы взаимовосприятия. Закономерности формирования первого впечатления.

Специфика деловых отношений. Основные этапы делового общения. Основные формы делового общения.

Сущность и содержание этики деловых отношений. Этика деловых отношений и общественно-экономический строй общества. Современные взгляды на место и роль этики деловых отношений в обществе. Роль этики деловых отношений в профессиональной деятельности менеджера.

Раздел 2. Социально-психологические закономерности делового этикета

Тема 5. Этика деловых контактов

Понятие и функции деловой беседы. Основные этапы деловой беседы. Правила подготовки и проведения деловой беседы. Условия успешного проведения деловой беседы.

Переговоры как разновидность общения. Стратегии ведения переговоров и динамика переговоров. Подготовка к переговорам. Проведение переговоров с деловыми партнерами. Тактические приемы ведения переговоров. Анализ результатов переговоров и выполнение достигнутых договоренностей. Национальные стили ведения переговоров.

Правила подготовки и проведения служебных совещаний. Виды совещаний. Формы поведения участников на совещании.

Правила конструктивной критики. Рекомендации руководителю по тактике разговора с персоналом. Правила деловой переписки.

Тема 6. Деловой этикет

Этикет как часть нормативной этики. Виды этикета в разных сферах деятельности: служебный (деловой), дипломатический, церковный (православный), воинский, педагогический, врачебный, этикет в общественных местах, придворный и т.д.

Функции делового этикета. Система обращения в обществе. Новые официальные обращения («сограждане», «соотечественники», «россияне»).

Внешний облик делового человека. Требования к поведению и внешнему виду делового человека.

Тема 7. Этические принципы деловых отношений

Основные этические принципы деловых отношений. Ключевые принципы взаимоотношений на макроуровне и микроуровне.

Этические проблемы этики служебных отношений. Взаимное доверие как основа этики деловых отношений. Этические нормы в деятельности организаций. Структура правил этики организации. Способы повышения уровня этичности персонала в организации. Корпоративные кодексы. Профессиональные кодексы.

Тема 8. Этика партнерских отношений в сфере сервиса.

Понятие профессиональной этики. Виды профессиональной этики. Управленческая этика как вид профессиональной этики. Значение управленческой этики. Специфика профессиональной этики специалиста сервиса. Функции управленческой этики. Нормы этичного поведения менеджера.

Юридическая и социальная ответственность. Элементы социально ответственного менеджмента. Программы, разрабатываемые организациями в рамках социальной ответственности. Забота организаций о благосостоянии своего персонала.

Формы организации встреч в учреждениях социально-культурного сервиса. Форма составления письменных приглашений на различные мероприятия. Сценарий проведения различных форм делового общения в сфере сервиса.

Требования этикета к одежде в сфере партнерских отношений.

Тема 9. Тенденции развития Российского делового и общественного этикета

Общая характеристика российской деловой культуры. Сила неформальных отношений. Избирательная этика в деловых отношениях. Создание «команд» и централизация управленческих функций. Основные этические нормы в российских деловых кругах.

Взаимное влияние этики и политики. Политические настроения и моральный климат общества.

Мораль и равенство в этике национальных отношений. Демократические корни: гуманизма, коллективизма, индивидуализма, патриотизма, альтруизма.

Тема 10. Профессиональная этика и этикет персонала гостиниц

Организаторская этика специалиста сервиса. Профессиональная этика обслуживающего персонала гостиниц и других средств размещения кодекса профессиональной этики.

Морально-этические нормы работника гостиницы. Должностные инструкции работника гостиничного хозяйства.

2. ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

1. Назовите объект и функции этики как науки.
2. Назовите факторы, мешающие установлению делового контакта.
3. Охарактеризуйте метод принципиальных переговоров.
4. Охарактеризуйте роль этикета и культуры поведения в бизнесе.
5. Перечислите разделы, входящие в структуру правил этики организации.
6. В чем специфика профессиональной этики менеджеров?
7. Этика официальных приемов в сфере социально-культурного сервиса.
8. Основные тенденции развития российской деловой культуры.
9. Назовите современные этические принципы делового поведения.
10. Назовите основные требования разговора по телефону.

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

Основная литература:

1. Деловое общение : учебник для вузов / Под ред. П.И. Сидорова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 384 с.: ил. - (Высшее образование). ISBN 978-5-16-003843-8
2. Давыдова, Ю.А. Деловое общение : учеб.-метод. пособие / Ю.А. Давыдова ; Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина. – Тамбов : [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2011.– 110 с.
3. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник / под ред. Кибанова А.Я. - 2-е изд., исправ. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 424 с. - (Высшее образование: бакалавриат).
4. Кузнецов И.Н. Деловое общение: Учебное пособие. М. Издательство: Дашков и К, 2012, 528 с.
5. Лукаш Ю.А. Начальники и подчинённые: кто есть кто, взаимоотношения и конфликты: учебное пособие. М.: Издательство: ФЛИНТА, 2012. 101 с.
6. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учебное пособие М.: Изд-во: Логос, 2011. 223 с.
7. Персикова Т.Н. Корпоративная культура: учебник. М.: Изд-во: Логос, 2011. 286 с.
8. Речевая коммуникация в бизнесе. М.: Издательство МГУ, 2011, 152 с.
9. Труфанова Т.А. Практикум по психофизиологии профессиональной деятельности: учеб.-метод. пособие / Т. А. Труфанова. - Тамбов, 2010. - 121 с.

Дополнительная литература:

10. 30 главных правил делового этикета / Авт.-сост. Т. И. Ревяко. – М.: АСТ, 2006.
11. Борисов В. К. Этика деловых отношений: Учебник / В. К. Борисов, Е.М. Панина, М. И. Панов и др.- М.: 2006.
12. Ботавина Р. Н. Этика деловых отношений / Р. Н. Ботавина. - М.: Академия, 2003.
13. Бэннет К. Деловой этикет и протокол: краткое руководство для профессионала / Бэннет К. - М.: Омега-Л, 2006. – 96 с.
14. Власова Т.И. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма / Т.И.Власова, А.П. Шарухин, М.М.Данилова. - М: Издательский центр «Академия». – 2010, 256 с.
15. Ворожейкин И. Е., Кибанов А. Я., Захаров Д. К. Конфликтология. - М.: ИНФРА-М, 2001.
16. Голубева Л. Ф. Этика и культура управления / Тамбов: Изд-во ТГУ, 2005
17. Де Джордж Р. Т. Деловая этика / Де Джордж Р. Т.- М., 2001.
18. Кибанов А. Я., Захаров Д. К., Коновалова В. Г. Этика деловых отношений: Учебник / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова. - М.: ИНФРА-М, 2006 – 368 с.
19. Ковальчук А. С. Основы имиджологии и делового общения / А. С. Ковальчук Р-н-Д.: Феникс, 2004.
20. Коллинз Д. 2 э: этика и этикет в бизнесе / Д.Коллинз - Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 160 с.
21. Кузнецов И. Н. Технология делового общения / Кузнецов И.Н. - М.: ИКЦ «МарТ», 2004. – 128 с.
22. Панкратов В.Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация / В.Н. Панкратов.- М.: Академия, 2000.
23. Смирнов Г. Н. Этика деловых отношений: Учебник / Г. Н. Смирнов М.: Изд-во Проспект, 2006. – 184 с.
24. Яковлев И.П. Ключи к общению. Основы теории коммуникации / И.П. Яковлева.– СПб, 2006.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Скаженик Е.Н. Деловое общение: Учебное пособие / Е.Н. Скаженик.- Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006 // Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m161/>
2. www.catalog.iot.ru – каталог образовательных ресурсов сети Интернет
3. www.college.ru – открытый колледж
4. <http://dic.academic.ru> – словари и энциклопедии он-лайн
5. <http://www.rubicon.com/> - Интернет-энциклопедии

ПЕРЕВОД НА 2 КУРС

Аттестационное испытание по дисциплине «Сервисология»

1. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Раздел 1. Историко-философские и современные представления о сущности и природе человека, роли его потребностей.

Тема 1. Комплексный подход исследования человека как целостности.

Представление о человеке как социально-природном существе. Общности и различия социальной сущности и биологической природы человека.

Исторические и современные представления о взаимосвязи человеческой сущности и существования. Исследование общественной сущности человека. Понятие «существование человека».

Тема 2. Человек в системе общественных отношений и деятельности.

Общественное отношение и деятельность как свойства человеческой жизни. Отношение и деятельность - наиболее фундаментальные способы существования, или атрибуты общества. Человек как субъект, и объект общественного отношения. Культура и контркультура.

Деятельность как способ самодвижения и саморазвития общества. Деятельность, как динамичный тип общественной связи, процесс бесконечного общественного изменения. Деятельность и творчество.

Тема 3. Потребность, интерес, идеал как структурные компоненты общественного отношения.

Структура общественного отношения: потребность, интерес и идеал. Типичные отношения, связи между субъектом (личностью, социальной группой, социумом как целым) и объектом (внешними природно-социальными реальностями). Родовые потребности, интересы и идеалы человека и общества. Потребность, интерес и идеал как меры взаимозависимости объективного и субъективного.

Детерминирующая роль потребностей, интересов и идеалов на макро- и микроуровне. Проблема иерархии и взаимосвязи, единства и специфика различных составных человеческой мотивации.

Раздел 2. Потребности как фактор социальной активности

Тема 4. Классификация потребностей человека и оценка их социальной значимости.

Проблема классификации потребностей. Потребности биологические и социальные, действительные, разумные, естественные и мнимые, иллюзорные, искусственные, извращенные, патологические.

Структура и критерии базовых потребностей по Маслоу. Физиологические потребности; потребности в безопасности и самосохранении; потребности в любви и признании; потребности в самоуважении; потребность в самоактуализации.

Тема 5. Основные индивидуальные потребности и психофизиологические возможности человека и их связь с социальной активностью.

Понимание потребностей в психологии. Деятельная, побудительная сила потребностей. Потребности как устойчивые образования человеческой психики и их особая динамичность, связанная с определенными фазами в их развитии.

Потребности, интересы, ценности и деятельность человека. Взаимодействие потребностей и производства. Индивидуальная деятельность и потребности. Закон возвышения потребностей.

Раздел 3. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребности человека.

Тема 6. Контактная зона как сфера реализации сервисной деятельности.

Понятие «контактная зона». Требования к поведению обслуживающего персонала. Атмосфера пространственной среды контактной зоны. Расстояния между потребителем и специалистом по сервису.

Этапы взаимодействия в рамках пространственной среды между специалистом и клиентом. Современный тип обслуживания клиентов.

Тема 7. Социальные и экономические зависимости различных видов бытового обслуживания.

Структура обслуживания с учетом природных и социальных факторов. Методы удовлетворения потребностей сферой сервиса; обеспечение оптимальной инфраструктуры обслуживания с учетом природных и социальных факторов.

Быт как сфера человеческой жизни. Его связь с удовлетворением повседневных нужд и потребностей человека.

Влияние быта на настроение личности, социальных групп населения в целом. Влияние на настроение человека системы социального обслуживания. Учреждения социально-культурного сервиса и туризма, их ориентация на выживание и приоритетное развитие услуг.

Разнообразные социально-педагогические и психологические методики, направленные на изучение вкусов и предпочтений посетителей, развитие их талантов и способностей.

Раздел 4. Процесс принятия потребительских решений.

Тема 8. Мотивация индивидуального потребления. Факторы внешнего и внутреннего влияния на потребителя.

Понятие «потребитель», «индивидуальное потребление», «мотивация личности». Предмет исследования поведение потребителя: влияние на потребителя, новейшие исследования, межкультурная перспектива.

Общие направления мотивации потребления, представляющие собой факторы, способствующие объяснению общего благополучия индивида: комфорт, наслаждения и стимуляция.

Типология внешнего группового влияния на потребительское поведение индивидуумов: факторы культуры, социальные факторы. Механизм восприятия и обработки информации потребителем.

Внутреннее влияние на потребителя: психологические и личностные факторы. Алгоритм передачи интерпретации информации в долгосрочную память. Детерминанты, формирующие стиль жизни потребителя.

Тема 9. Поэтапное моделирование процесса принятия потребительского решения.

Процесс покупательского выбора. Понятия «потребительское решение» и «потребительское предпочтение». Схема осознания потребности. Источники информации при принятии потребительских решений.

Поэтапная модель процесса принятия решения потребителем. Типы потребительских решений. Континуум оценки потребителем товаров и услуг.

2. ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

1. Историко-философские и современные представления о сущности и природе человека.
2. Индивид и его индивидуальность.
3. Личность – способ бытия человека в обществе
4. Взаимосвязь потребности с понятием «нужда», «желание», «стремление» и др.
5. Понятие мотивация. Важнейшие мотиваторы человека.
6. Классификация потребностей человека и оценка их социальной значимости.
7. Основные индивидуальные потребности и их связь с социальной активностью.
8. Содержательные концепции мотивации.
9. Характеристика процессуальных теорий мотивации (Л. Портер и Э. Лоулер)
10. Мотивация и теория равенства С. Адамса.

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

Основная литература:

1. Балакина Ю.Ю. Человек и его потребности (Сервисология): Учебное пособие. М. Издательство: Феникс, 2010, 285 с.
2. Лукиянчук И.Н., Ульяновская О.А. Человек и его потребности. Сервисология. Учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования. Серия: Высшее профессиональное образование. Бакалавриат. Издательство: Academia, 2012, 272 с. ISBN: 978-5-7695-5710-1
3. Назиров А.Э. Человек и его потребности. Изд-тво: ИЦ Интермедия, 2012, 438 с.
4. Садохин А.П. Сервисология: человек и его потребности [Текст] : учеб.пособие / А. П. Садохин. - 2-е изд., стер. - М.: Омега-Л, 2010. - 141 с.
5. Тарасова О.Ю., Морева С.Н., Любимова Л.А. Сервисология: учеб.пос. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2012. 216 с.
6. Удальцова М.В., Наумова Е.В. Человек и его потребности. Сервисология: учеб. пос.Изд-во Омега – Л, 2012, 105 с.
7. Шиповская Л.П. Человек и его потребности: учебное пособие. М.: Альфа-М. 2013, 432 с.
8. Шиповская Л.П. Человек и его потребности. Изд-во: Альфа-М, 432 с.

Дополнительная литература:

1. Блэкуэлл Д., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей / СПб.: Питер, 2002.
2. Иванова Н. М. Человек и его потребности. – М., 2003.
3. Коноплева Н.А. Сервисология (человек и его потребности): учебное пособие /Н.А. Коноплева. – М.: Флинта: МПСИ, 2008.
4. Маслоу А. Новые рубежи человеческой природы. /А. Маслоу.- М., 1999.
5. Фрейд З. Введение в психоанализ: Лекции. /З. Фрейд.- М., 1991.
6. Фромм Э. Мужчина и женщина. /Э. Фромм.- М., 1998.
7. Шиповская Л.П. Человек и его потребности. Изд-во: Альфа-М, 432 с.
8. Булычев И.И. Основы философии, изложенные методом универсального логического алгоритма. /И.И. Булычев.- Тамбов: ТГУ, 1999.
9. Бережной Н.М. Человек и его потребности. – М.: Форум, 2000.
10. Удальцова М.В. Человек и его потребности: учебное пособие /М.В. Удальцова, Л.К. Аверченко. – Новосибирск, 2002.
11. Балашов Л.Е. Практическая философия. /Л.Е. Балашов. – М., 2001.
12. Кумбанов В.В. Маркетинг: сервисная деятельность /В.В. Кумбанов. – СПб.; М.; Харьков; Минск: Питер, 2000.
13. Лосев А.Ф. Страсть к диалектике. /А.Ф. Лосев. - М., 1990.

14. Чалдини Р. Психология влияния. /Р. Чалдини. - 3-е междунар. изд. - СПб., 1999.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

- www.catalog.iot.ru – каталог образовательных ресурсов сети Интернет
- www.college.ru– открытый колледж
- www.ed.gov.ru– сайт Федерального агентства по образованию МоиН РФ
- <http://dic.academic.ru>– словари и энциклопедии он-лайн
- <http://www.rubicon.com/>- Интернет-энциклопедии
- <http://www.russiatourism.ru> – Федеральное агентство по туризму
- www.losev-library.ru – Библиотека истории рус. Философии и культуры «Дом

А.Ф. Лосева»

- [www vphil.ru](http://www.vphil.ru)– журнал «Вопросы философии»
- www.delpress.ru – электронные версии журналов
- bookz.ru – электронная библиотека

ПЕРЕВОД НА 3 КУРС

Аттестационное испытание по дисциплине «Сервисная деятельность»

1. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Раздел 1. Историко-теоретические основы сервисной деятельности

Тема 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека

Цели и задачи предмета «сервисная деятельность». Теоретические подходы к понятию «сервисная деятельность». Определение значения сервисной деятельности в инфраструктуре туристической индустрии. Сервис как потребность. Объективная и субъективная сторона в потребностях. Роль сервисной деятельности в удовлетворении потребностей человека.

Тема 2. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности

Эволюция развития сферы услуг. Древний период, отличительные особенности и характеристика. Средневековье. Новое время. Трансформация сервисной деятельности. Современные тенденции развития сферы сервиса.

Тема 3. История развития сервисной деятельности в России

Зарождение и развитие сервисной деятельности в России. Просветительский период. Предпринимательский период. Организационно-централизованный период. Административно-нормативный период. Переходный период. Исторический аспект возникновения и формирования предприятий сервисного обслуживания в России. Стратегия развития сервисной деятельности в России. Современное состояние и перспективы развития гостиничного и ресторанного сервиса и рынка услуг.

Раздел 2. Технологические механизмы организации сервисной деятельности

Тема 4. «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности

Понятие «контактная зона». Основная характеристика, особенности организации. Характеристика понятия «сжатая контактная зона». Влияние внешних и внутренних факторов на организацию контактной зоны. Виды межличностных расстояний.

Тема 5. Формы коммуникации в сервисе

Взаимосвязанные стороны общения. Виды общения. Типы соотношений между речевым и неречевым сообщениями. Этические и психологические аспекты общения. Универсальные правила общения.

Тема 6. Виды и формы сервисной деятельности

Виды сервиса по времени осуществления, по содержанию работ. Фирменный сервис. Формы обслуживания: обслуживание потребителей в стационарных условиях, обслуживание с выездом на дом, экспресс-обслуживание, бесконтактное обслуживание, обслуживание с использованием обменных фондов товаров и др. Виды сервисного обслуживания на предприятиях гостинично-туристического бизнеса. Виды сервиса на предприятиях питания. Французский сервис. Английский сервис. Американский сервис. Русский сервис. Их основная характеристика и особенности. Национальные, региональные, этнические, демографические, природно-климатические особенности организации сервисного обслуживания.

Тема 7. Социально-психологические основы процесса взаимодействия «специалист-клиент» в сервисной деятельности

Единство этики и психологии в сервисной деятельности. Понятие коммуникативной компетенции. Общие рекомендации использования своего влияния. Теория о доминирующей модальности. Типология потребителей и приемы обслуживания. Психометрическая характеристика личности.

Тема 8. Государственное и региональное регулирование сервисной деятельности

Проблемы регулирования сервисной деятельности на федеральном уровне. Формирование региональной кадровой политики малого предпринимательства в сервисной деятельности. Качество услуги в сервисной деятельности. Стандартизация, сертификация в управлении качеством услуг. Лицензирование видов деятельности.

Раздел 3. Предприятия в системе сервисного обслуживания

Тема 9. Классификация предприятий сервисного обслуживания

Индустрия размещения туристов. Классификация, основная характеристика, состав. Системы классификации гостиниц. Питание как комплекс сервисных услуг. Классификация предприятий питания. Принципы функционирования предприятий питания. Транспортные услуги.

Тема 10. Разновидность услуг и их характеристика в сервисной деятельности

Качество услуги как объект управления. Характеристика услуг: надежность, предупредительность, доверительность, доступность, коммуникативность, внимательное отношение. Качество услуги с точки зрения потребителя. Базовое качество. Требуемое качество. Желаемое качество. Относительное качество. Характеристика основных видов сервисных услуг.

Тема 11. Особенности обслуживания в сервисной деятельности

Типология элементов обслуживания. Обслуживание в гостиничных номерах. Способы производства и реализации основных и дополнительных услуг и товаров в сервисной деятельности. Требования к обслуживающему персоналу в индустрии сервиса. Квалификация. Поведение. Медицинские требования. Униформа. Общие требования, предъявляемые к персоналу предприятий питания, обслуживающих гостиничные комплексы. Индивидуальное обслуживание как вид профессиональной деятельности.

Тема 12. Сервисная деятельность в гостиницах

Основные сервисные службы гостиницы. Организационная структура гостиничного предприятия. служба управления номерным фондом. административная служба. служба общественного питания. коммерческая служба. инженерные (технические) службы. вспомогательные и дополнительные службы. их характеристика, назначение и состав. Производство и реализация гостиничных услуг.

2. ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

1. Понятие «сервисная деятельность».
2. Виды и формы сервисной деятельности.

3. Предпосылки возникновения сервисной деятельности.
4. Современный сервис: проблемы и перспективы развития.
5. Типология потребителей в сервисной деятельности.
6. Культура обслуживания клиента на предприятиях сервиса.
7. Особенности общения в сервисной деятельности.
8. Качество услуги в сервисной деятельности.
9. Принципы и задачи современного сервиса.
10. Какова роль сервисной деятельности в удовлетворении потребностей человека и туристической индустрии?

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

Основная литература:

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2010.
2. Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие / Г.А. Бондаренко. – 2-е изд., стер. – М.: Новое знание, 2011. – 365 с.
3. Буйленко В.Ф. Сервисная деятельность: организационные, этические и психологические аспекты: Учебное пособие для вузов /В. Ф. Буйленко. – Ростов н/Д: Феникс; Краснодар: Неоглори, 2011.
4. Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность: учебное пособие /Под общ.ред. Ю.М. Краковского. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2010.
5. Лойко.О.Т. Сервисная деятельность: учеб.пособие для вузов / О.Т. Лойко. – Издательский центр «Академия», 2012. – 304с.
6. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2010.
7. Романович Ж.А. , Калачев С.Л. Сервисная деятельность: Учебник /Под общ.ред. проф. Ж.А. Романовича. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2011.
8. Туризм и гостиничное хозяйство: Учеб./Под ред. А.Д. Чудновского. – М., 2010.
9. Федцов В.Г. Культура сервиса: Учеб.-практич. пособие. – М.: ПРИОР, 2010.

Дополнительная литература:

1. 1 Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания: учебник / Ю.Ф. Волков. – Изд. 2-е. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – 384 с.
2. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: Учебник для проф. Образования / И.Ю. Ляпина; Под ред. к.п.н., А.Ю. Лапина. – 2-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 208 с.
3. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 288 с.
4. Туризм и гостиничное хозяйство: учебное пособие. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003. – 352 с.

Интернет-ресурсы:

<http://www.twirpx.com/>

<http://dic.academic.ru> – словари и энциклопедии он-лайн

<http://www.rubicon.com/> - Интернет-энциклопедии

www.catalog.iot.ru – каталог образовательных ресурсов сети Интернет

ПЕРЕВОД НА 4 КУРС

Аттестационное испытание по дисциплине «Оценка предприятия сервиса»

1. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Раздел 1. Общетеоретические основы оценки предприятий сервиса

Тема 1. Введение в теорию оценки предприятий сервиса

Место оценки объектов и прав собственности в современной рыночной экономике. Основные этапы становления профессиональной оценочной деятельности за рубежом и в России. Направления оценочной деятельности. Понятие объекта оценки. Нормативно-правовые акты, регулирующие оценочную деятельность. Международные и российские стандарты оценки. Требование к оценщику и государственное регулирование оценочной деятельности.

Предприятия сервиса как объект оценки. Основные цели оценки предприятий сервиса: продажа, налогообложение, выпуск акций, их конвертация, залог, страхование, инвестирование, реструктуризация. Определение стоимости бизнеса и ее использование для принятия управленческих решений. Основные применяемые стандарты стоимости: обоснованная рыночная стоимость, обоснованная стоимость, инвестиционная стоимость, стоимость действующего сервисного предприятия, внутренняя стоимость, ликвидационная стоимость, балансовая стоимость. Области применения того или иного стандарта стоимости. Факторы, влияющие на величину стоимости: внутренние - доход, время получения дохода, риск, ликвидность активов, степень контроля собственника; внешние - общая экономическая ситуация в стране, величина платежеспособного спроса, наличие альтернативных инвестиционных возможностей, политическая ситуация. Принципы оценки, их классификация. Основные понятия оценки предприятий сервиса. Основные этапы процесса оценки. Подходы к оценке сервисных предприятий: доходный, затратный и сравнительный; их взаимосвязь и область применения.

Тема 2 Подготовительный этап оценки, сбор, подготовка и анализ исходной информации

Требования к информации: достоверность, точность, полнота. Источники информации: внешние и внутренние. Внешние источники: данные периодической печати, информационных и финансовых агентств, Internet. Внутренние источники: финансовая и бухгалтерская отчетность, опросы персонала. Содержание внутренней информации: предыстория деятельности сервисного предприятия, ассортимент продукции и услуг предприятия, характеристика поставщиков и партнеров компании, производственные мощности, финансовая информация за последние 5 лет.

Первичный анализ отчетности. Нормализация и трансформация финансовой отчетности, инфляционная корректировка отчетности. Система показателей, характеризующих финансовое состояние сервисного предприятия (ликвидности, платежеспособности, оборачиваемости активов, материальных запасов, оборотного капитала, рентабельности).

Раздел 2. Подходы к оценке предприятий сервиса

Тема 3. Временная оценка денежных потоков предприятий сервиса

Понятие денежного потока. Денежный поток для собственного капитала, денежный поток для инвестированного капитала. Номинальный и реальный денежные потоки. Неравноценность денег во времени. Использование таблиц, финансового калькулятора, Excel для расчетов. Сложный процент (будущая стоимость единицы), дисконтирование (текущая стоимость единицы, текущая стоимость аннуитета (текущая стоимость единичного аннуитета), периодический взнос на погашение кредита (взнос за амортизацию денежной единицы), будущая стоимость аннуитета (накопление единицы за период), периодический взнос фонд накопления (фактор фонда возмещения). Взаимосвязь между различными функциями.

Тема 4 Доходный подход к оценке предприятий сервиса

Метод дисконтированного денежного подхода. Сущность метода. Точность прогнозирования будущих доходов. Выбор длительности прогнозного периода. Сценарный подход при использовании метода ДДП. Основные этапы метода. Выбор модели денежного потока. Прогнозирование доходов и расходов предприятия, анализ и прогнозирование инвестиций. Расчет денежного потока для каждого прогнозного года.

Определение ставки дисконта. Соответствие ставки дисконта денежному потоку. Модель оценки капитальных активов. Бета-коэффициент. Систематический и несистематический риск. Поправки к CAPM. Метод кумулятивного построения. Метод средневзвешенной стоимости капитала. Методы определения денежного потока в постпрогнозный период: модель Гордона, метод «предполагаемой продажи», по стоимости чистых активов, по ликвидационной стоимости. Расчет текущей стоимости будущих денежных потоков, денежных потоков в постпрогнозный период, их суммарного значения. Внесение заключительных поправок в полученную величину и процедуры проверки. Метод капитализации доходов. Характеристика метода, его ограничения. Основные этапы метода. Выбор продолжительности прогнозируемого временного периода. Определение базы прибыли. Методы определения капитализируемого дохода: среднеарифметический, средневзвешенный, трендовый. Определение ставки капитализации. Соотношение между ставкой капитализации и ставкой дисконта.

Тема 5 Затратный подход к оценке предприятий сервиса

Метод чистых активов. Сущность рыночного метода, условия его применения. Адекватность оценки по методу чистых активов реальной стоимости бизнеса. Основные этапы оценки. Оценка недвижимости предприятий сервиса. Оценка нематериальных активов. Оценка машин и оборудования. Оценка товарно-материальных запасов. Оценка дебиторской задолженности. Оценка финансовых активов. Оценка обязательств. Получение итоговой величины. Метод замещения. Общая характеристика. Метод ликвидационной стоимости. Сущность метода ликвидационной стоимости. Понятие ликвидационной стоимости. Внеплановая и плановая ликвидации. Условия применения метода. Основные этапы метода ликвидационной стоимости. Разработка календарного плана ликвидации

активов предприятия. Коррекция активной части баланса. Определение затрат, связанных с ликвидацией предприятия. Корректировка величины обязательств предприятия. Расчет ликвидационной стоимости.

Тема 6. Сравнительный подход к оценке предприятий сервиса

Общая характеристика подхода. Основные методы сравнительного подхода: метод рынка капитала, метод сделок, метод отраслевой оценки. Понятие мультипликатора. Основные виды мультипликаторов: Цена/Прибыль, Цена/Балансовая стоимость, Цена/Денежный поток, Цена/Инвестированный капитал, Цена/Дивидендные выплаты, Цена/Объем реализации. Методика расчета мультипликаторов. Основные этапы метода. Составление списка сопоставимых предприятий. Критерии отбора предприятий аналогов: сходная отрасль, сходная продукция, диверсифицированность продукции/деятельности, стратегия деятельности, финансовые характеристики, размеры. Финансовый анализ. Расчет и сравнительный анализ коэффициентов. Расчет мультипликаторов. Выбор величины мультипликатора, который целесообразно применить к оцениваемой компании. Рассмотрение итоговых поправок. Отличие метода рынка капитала и метода сделок.

Тема 7. Выбор итоговой величины об оценке стоимости и формирование отчета об оценке

Оценка контрольных и неконтрольных пакетов акций. Премия за контроль и скидка на неконтрольный характер пакета. Элементы контроля. Факторы, ограничивающие права контроля. Способы оценки стоимости контроля и скидок на неконтрольный характер. Скидки на недостаточную ликвидность. Определение итоговой величины оценки. Составление отчета об оценке. Структура и содержание отчета.

2. ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

1. Принципы оценки предприятий сервиса.
2. Использование внешней информации в оценке предприятий сервиса.
3. Использование внутренней информации в оценке предприятий сервиса.
4. Инфляционная корректировка отчетности в процессе оценки предприятия сервиса.
5. Нормализация бухгалтерской отчетности в процессе оценки предприятия сервиса.
6. Экспресс-оценка оборудования предприятия сервиса.
7. Оценка стоимости бренда предприятия сервиса.
8. Оценка патентных продуктов предприятия сервиса.
9. Оценка стоимости прав на эксплуатацию природных ресурсов предприятия сервиса.
10. Отечественный опыт оценки стоимости предприятий сервиса.

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

Основная литература:

1. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия: Учеб.пособие для студ. вузов, обуч. по экон. спец. / С. В. Валдайцев. - М.: Проспект, 2010.

2. Козырь Ю.В., Стоимость компании: оценка и управленческие решения/ Козырь Ю.В.– М.: Издательство «Альфа-пресс», 2010.

4. Оценка бизнеса: Учебник для студ. вузов / А. Г. Грязнова, М. А. Федотова, С. А. Ленская и др.; Под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. 3-е издание - М.: Финансы и статистика, 2010.

Дополнительная литература:

1. Балабанов И.Т. Операции с недвижимостью в России. М., «Финансы и статистика», 1996.

2. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент. М.: Финансы и статистика, 1996.

3. Валдайцев В.С. Оценка бизнеса и инноваций. Учебное пособие. – М.: Филинь, 1997.

4. Вопросы оценки. (Ежемесячный журнал).

5. Григорьев В.В. Оценка и переоценка основных фондов. Учебно-практическое пособие. – М., Инфра-М, 1997.

6. Григорьев В.В., Островкин И.М. Оценка предприятий имущественный подход. Учебно-практическое пособие. – М., Дело, 1998.

7. Григорьев В.В., Федотова М.А. Оценка предприятия: теория и практика. Учебное пособие. – М., Инфра-М, 1996.

8. Десмонд Г.М., Келли Р.Э. Руководство по оценке бизнеса. – М., РОО, 1996.

9. Международные стандарты оценки. В 2 томах /Под ред. И.Л. Артеменкова. М., РОО, 1995.

10. Оценка бизнеса. Под редакцией Грязновой А.Г., Федотовой М.А., М., «Финансы и статистика», 1999.

11. Российский оценщик. (Ежемесячный бюллетень).

12. Фридман Д., Ордуэй Н. Анализ и оценка приносящей доход недвижимости. М., Дело, 1995.

13. Шеннон П., Пратт. Оценка бизнеса /Под редакцией Лаврентьева.М., 1995.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

<http://dic.academic.ru>– словари и энциклопедии он-лайн

<http://www.rubicon.com/>- Интернет-энциклопедии

www.catalog.iot.ru – каталог образовательных ресурсов сети Интернет