

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

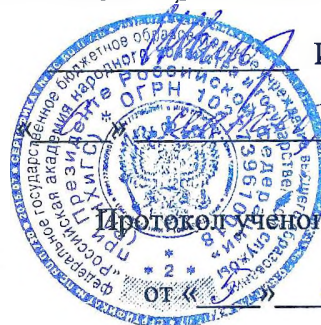
**Институт отраслевого менеджмента
Факультет маркетинга, рекламы и сервиса
Кафедра Сервиса**

УТВЕРЖДЕНО

Директор
института отраслевого менеджмента

Иванкина Е.В.

2017 г.



Протокол ученого совета ИОМ

2017 г.

№ 1

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

направление подготовки

43.03.01 – Сервис

направленность (профиль) "Социально-культурный сервис"

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очно-заочная

Москва, 2017 г.

Автор–составитель:

Д.э.н., профессор кафедры сервиса Г.М.Дехтярь

Заведующий кафедрой сервиса,
канд. экон. наук, профессор



И.Н.Красюк

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

1. Виды и объем государственной итоговой аттестации
2. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы
 - 2.1. Перечень профессиональных компетенций, владение которыми должен продемонстрировать обучающийся в ходе ГИА:
 - 2.1.1. При защите выпускной квалификационной работы
 - 2.1.2. При сдаче государственного экзамена
 - 2.2. Перечень общепрофессиональных компетенций, на основе которых были освоены профессиональные компетенции
 - 2.3. Перечень универсальных компетенций, подтверждающих наличие у выпускника общих знаний и социального опыта
3. Показатели и критерии оценивания компетенций
 - 3.1. Выпускная квалификационная работа
 - 3.2. Государственный экзамен
4. Шкалы оценивания
 - 4.1. Выпускная квалификационная работа
 - 4.2. Государственный экзамен
5. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы
 - 5.1. Содержание государственного экзамена
 - 5.2. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен
 - 5.3. Общая характеристика выпускной квалификационной работы
 - 5.4. Перечень рекомендуемых тем ВКР
6. Методические материалы
 - 6.1. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену
 - 6.2. Порядок подготовки и выполнения выпускной квалификационной работы. Требования по оформлению выпускной квалификационной работы.
 - 6.3. Руководство и консультирование
 - 6.4. Процедура защиты выпускной квалификационной работы
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение государственного экзамена
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
 - 7.3. Нормативные правовые документы

Введение

Программа государственной итоговой аттестации предназначена для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению «Сервис», направленность (профиль) «Социально-культурный сервис» и включает в себя вопросы, связанные с подготовкой и проведением государственного экзамена, а также разработкой и защитой выпускной квалификационной работы (ВКР).

Программа разработана на основании Федерального закона от 27 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (далее Федеральный закон), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации (Приказ от 5 апреля 2017 года № 301), Положения о проведении в РАНХиГС государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, образовательного стандарта Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (далее – Академия), утвержденного приказом ректора Академии от 11 августа 2016 г. № 01-4395 и разработанного на основе федерального государственного образовательного стандарта 43.03.01 Сервис, учебных планов, календарных учебных графиков.

Государственная итоговая аттестация выпускника Академии осуществляется государственными аттестационными комиссиями, организуемыми по каждой образовательной программе.

1. Виды и объем государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация включает государственный экзамен и защиту выпускной квалификационной работы.

Общая трудоемкость итоговой государственной аттестации:

9 зачетных единиц – 324 академических часа,

из них:

подготовка и сдача государственного экзамена - 3 зачетные единицы – 108 академических часов,

подготовка к защите выпускной квалификационной работы - 3 зачетные единицы – 108 академических часов,

защита выпускной квалификационной работы - 3 зачетные единицы – 108 академических часов.

2. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы

2.1. Перечень профессиональных компетенций, владение которыми должен продемонстрировать обучающийся в ходе ГИА:

2.1.1. При защите выпускной квалификационной работы

1.1.1. При защите выпускной квалификационной работы

Организационно-управленческая деятельность:

Готовность к организации контактной зоны предприятия сервиса (ПК-1);

Готовность к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-2);

Научно-исследовательская деятельность:

Готовность к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности (ПК-3);

Готовность к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов (ПК-4);

Готовность к выполнению инновационных проектов в сфере сервиса (ПК-5);

Производственно-технологическая деятельность:

Готовность к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей (ПК-6);

Готовность к разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий (ПК-7);

Сервисная деятельность:

Способность к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями (ПК-8);

Способность выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности (ПК-9);

Готовность к проведению экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса (ПК-10);

Готовность к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса (ПК-11);

Готовность к осуществлению контроля качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов (ПК-12);

Готовность к организации клиентоориентированного сервиса (ДПК-1).

2.1.2. При сдаче государственного экзамена

Организационно-управленческая деятельность:

Готовность к организации контактной зоны предприятия сервиса (ПК-1);

Готовность к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-2);

Научно-исследовательская деятельность:

Готовность к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности (ПК-3);

Готовность к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов (ПК-4);

Готовность к выполнению инновационных проектов в сфере сервиса (ПК-5);

Производственно-технологическая деятельность:

Готовность к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей (ПК-6);

Готовность к разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий (ПК-7);

Сервисная деятельность:

Способность к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями (ПК-8);

Способность выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности (ПК-9);

Готовность к проведению экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса (ПК-10);

Готовность к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса (ПК-11);

Готовность к осуществлению контроля качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов (ПК-12);

Готовность к организации клиентоориентированного сервиса (ДПК-1).

Перечень ПК подтверждает готовность выпускника выполнять обобщённые трудовые и трудовые функции, на которые ориентирована образовательная программа.

2.2. Перечень общепрофессиональных компетенций, на основе которых были освоены профессиональные компетенции

Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту сервиса (ОПК-1);

Готовность разрабатывать технологии процесса сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя (ОПК-2);

Готовность организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя (ОПК-3);

Способность выявлять, определять и предлагать социально значимые виды сервиса для потребителя, общества и государства (ОПК ОС-4).

2.3. Перечень универсальных компетенций, подтверждающих наличие у выпускника общих знаний и социального опыта

Способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции (УК ОС-1);
 Способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений (УК ОС-2);
 Способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе (УК ОС-3);
 Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках (УК ОС-4);
 Способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества (УК ОС-5);
 Способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК ОС-6);
 Способность поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК ОС-7);
 Способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК ОС-8);
 Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (УК ОС-9);
 Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (УК ОС-10).

3. Показатели и критерии оценивания компетенций

3.1. Выпускная квалификационная работа

Код компетенции	Наименование компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Способ/средство оценивания
ПК-1	Готовность к организации контактной зоны предприятия сервиса	Использует различные методы для создания текстов с помощью программных средств; основные факторы, влияющие на формирование контактной зоны	Выбраны методы и направления ведения предпринимательской деятельности; проведено сравнение различных методов персональных продаж, их сильные и слабые стороны; сформированы клиентурные отношения	Самостоятельная работа во время написания ВКР, коммуникации с научным руководителем, главы ВКР, текст ВКР, выводы по ВКР, предложенные варианты (мероприятия)
ПК-2	Готовность к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения	Определяет направления бизнес планирования предприятия сервиса; определяет особенности, преимущества и недостатки	Рассчитаны основные показатели эффективности деятельности предприятия, рассчитана прибыль и рентабельность; проведена оценка используемых	по повышению эффективности конкретной проблемы, иллюстративный материал работы, графики,

	конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства	управления по системе бизнес-процессов; обобщает необходимые варианты процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя, разрабатывает регламент	ресурсов предприятий сервиса	диаграммы, расчеты, литература, отзыв руководителя, презентация, процесс защиты и ответы на вопросы во время защиты
ПК-3	Готовность к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности	Опирается на знания источников получения профессиональных знаний и умений на иностранном языке; составляет отчеты, доклады, презентации; обобщает необходимые варианты процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя, разрабатывает регламент на основе обобщенного отечественного и зарубежного опыта	Приобретены, использованы и обновлены профессиональные знания в соответствии с актуальными тенденциями в конкретной области профессиональных знаний, и использованием оригинальных иностранных источников	
ПК-4	Готовность к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов	Анализирует интересы и запросы потребителей на основе региональных факторов; анализирует процессы и явления, происходящие в обществе; ориентируется в системе страноведческих понятий и умеет их применять в практической деятельности	Использованы методы институционального анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства; проведена оценка природно-ресурсного, культурно-исторического и социально-экономического потенциала для	

			целей развития туризма
ПК-5	Готовность к выполнению инновационных проектов в сфере сервиса	Применяет количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строит экономические, финансовые и организационно-управленческие модели; характеризует инновационные процессы и явления, происходящие в сфере услуг	Разработаны и приняты инновационные управленческие решения в сфере сервиса; разработаны, реализованы и оценены инновационные проекты в сфере сервиса
ПК-6	Готовность к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей	Выбраны оптимальные процессы сервиса, соответствующие запросам потребителя; проведены исследования по определению особенностей требований потребителей	Внедрены и использованы современные сервисные технологии в процессе предоставления услуг потребителю; проведены исследования по определению особенностей требований потребителей
ПК-7	Готовность к разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий	Свободно ориентируется по физическим, политическим и социально-экономическим картам, дает характеристику отдельным элементам природной среды, устанавливает систему взаимосвязей между природной средой и хозяйственной деятельностью	Спрогнозированы возможные затруднения в международных коммуникационных операциях в ситуациях кросс-культурных различий; внедрены и использованы в профессиональной деятельности информационные системы с учетом процесса сервиса

		предприятия социально-культурного сервиса		
ПК-8	Способность к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурным и, историческими и религиозными традициями	Установлены и налажены деловые отношения и взаимодействие с представителями деловых кругов из других стран с учетом этнокультурных и религиозных различий; проведены исследования особенностей потребителя и проанализированы этнокультурные, исторические и религиозные традиции	Определены особенности диверсификации сервисной деятельности; разработаны элементы оптимизации сервисной деятельности, соответствующие запросам потребителя с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций	
ПК-9	Способность выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности	Исследованы вопросы обеспечения качества услуг в сервисной деятельности; применены основные положения и методы социально-психологического исследования и анализа при решении социальных и профессиональных задач	Использованы методы социально-психологического анализа при решении социальных и профессиональных задач; учтены социально значимые факторы в жизни инвалидов; выявлены с помощью психодиагностических методик психологические особенности личности	
ПК-10	Готовность к проведению экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса	Составляет или вводит коррективы в документы в соответствии с требованиями Национальных государственных стандартов; своевременно распознает	Составлен пакет документов в соответствии с нормативной базой стандартов РФ; применена информация о механизмах международного сотрудничества в	

		проблемы, связанные с поиском средств повышения качества туристского продукта	области туризма; спланированы этапы реализации проекта предприятия сервиса
ПК-11	Готовность к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса	Определяет ключевые факторы, влияющие на привлечение и удержание клиентов; логически выстраивает выводы для повышения эффективности имиджа	Выявлены ключевые факторы, влияющие на привлечение и удержание клиентов; проанализирована экономическая и социальная эффективность деятельности подразделений по управлению персоналом и сделаны соответствующие выводы
ПК-12	Готовность к осуществлению контроля качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов	Анализирует количественные и качественные показатели; обобщает необходимые варианты процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя, разрабатывает регламент	Проанализированы количественные и качественные показатели; осуществлен контроль качества процесса сервиса, технологические процессы, используемые ресурсы
ДПК-1	Готовность к организации клиентоориентированного сервиса	Проводит диагностику делового партнера и анализирует ситуации межличностного взаимодействия; обобщает необходимые варианты процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя, разрабатывает регламент	Проанализированы покупательские сигналы клиента, проведено исследование покупательского поведения; использованы современные технологии эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации

1.1. Государственный экзамен

Код компетенции	Наименование компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Способ/средство оценивания
ПК-1	Готовность к организации контактной зоны предприятия сервиса	Использует различные методы для создания текстов с помощью программных средств; основные факторы, влияющие на формирование контактной зоны	Выбраны методы и направления ведения предпринимательской деятельности; проведено сравнение различных методов персональных продаж, их сильные и слабые стороны; сформированы клиентурные отношения	Ответы на вопросы билета и дополнительные вопросы членов ГЭК
ПК-2	Готовность к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства	Определяет направления бизнес планирования предприятия сервиса; определяет особенности, преимущества и недостатки управления по системе бизнес-процессов; обобщает необходимые варианты процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя, разрабатывает регламент	Рассчитаны основные показатели эффективности деятельности предприятия, рассчитана прибыль и рентабельность; проведена оценка используемых ресурсов предприятий сервиса	
ПК-3	Готовность к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности	Опирается на знания источников получения профессиональных знаний и умений на иностранном языке; составляет отчеты, доклады, презентации; обобщает необходимые варианты процесса	Приобретены, использованы и обновлены профессиональные знания в соответствии с актуальными тенденциями в конкретной области профессиональных знаний, и использованием	

		сервиса, соответствующего запросам потребителя, разрабатывает регламент на основе обобщенного отечественного и зарубежного опыта	оригинальных иностранных источников	
ПК-4	Готовность к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов	Анализирует интересы и запросы потребителей на основе региональных факторов; анализирует процессы и явления, происходящие в обществе; ориентируется в системе страноведческих понятий и умеет их применять в практической деятельности	Использованы методы институционального анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства; проведена оценка природно-ресурсного, культурно-исторического и социально-экономического потенциала для целей развития туризма	
ПК-5	Готовность к выполнению инновационных проектов в сфере сервиса	Применяет количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строит экономические, финансовые и организационно-управленческие модели; характеризует инновационные процессы и явления, происходящие в сфере услуг	Разработаны и приняты инновационные управленческие решения в сфере сервиса; разработаны, реализованы и оценены инновационные проекты в сфере сервиса	
ПК-6	Готовность к применению современных сервисных технологий в	Выбраны оптимальные процессы сервиса, соответствующие запросам	Внедрены и использованы современные сервисные технологии в	

	процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей	потребителя; проведены исследования по определению особенностей требований потребителей	процессе предоставления услуг потребителю; проведены исследования по определению особенностей требований потребителей	
ПК-7	Готовность к разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий	Свободно ориентируется по физическим, политическим и социально-экономическим картам, дает характеристику отдельным элементам природной среды, устанавливает систему взаимосвязей между природной средой и хозяйственной деятельностью предприятия социально-культурного сервиса	Спрогнозированы возможные затруднения в международных коммуникационных операциях в ситуациях кросс-культурных различий; внедрены и использованы в профессиональной деятельности информационные системы с учетом процесса сервиса	
ПК-8	Способность к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурным и, историческими и религиозными традициями	Установлены и налажены деловые отношения и взаимодействие с представителями деловых кругов из других стран с учетом этнокультурных и религиозных различий; проведены исследования особенностей потребителя и проанализированы этнокультурные, исторические и религиозные традиции	Определены особенности диверсификации сервисной деятельности; разработаны элементы оптимизации сервисной деятельности, соответствующие запросам потребителя с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций	

ПК-9	Способность выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности	Исследованы вопросы обеспечения качества услуг в сервисной деятельности; применены основные положения и методы социально-психологического исследования и анализа при решении социальных и профессиональных задач	Использованы методы социально-психологического анализа при решении социальных и профессиональных задач; учтены социально значимые факторы в жизни инвалидов; выявлены с помощью психодиагностических методик психологические особенности личности
ПК-10	Готовность к проведению экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса	Составляет или вводит коррективы в документы в соответствии с требованиями Национальных государственных стандартов; своевременно распознает проблемы, связанные с поиском средств повышения качества туристского продукта	Составлен пакет документов в соответствии с нормативной базой стандартов РФ; применена информация о механизмах международного сотрудничества в области туризма; спланированы этапы реализации проекта предприятия сервиса
ПК-11	Готовность к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса	Определяет ключевые факторы, влияющие на привлечение и удержание клиентов; логически выстраивает выводы для повышения эффективности имиджа	Выявлены ключевые факторы, влияющие на привлечение и удержание клиентов; проанализирована экономическая и социальная эффективность деятельности подразделений по управлению персоналом и сделаны соответствующие выводы
ПК-12	Готовность к осуществлению	Анализирует количественные и	Проанализированы количественные и

	контроля качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов	качественные показатели; обобщает необходимые варианты процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя, разрабатывает регламент	качественные показатели; осуществлен контроль качества процесса сервиса, технологические процессы, используемые ресурсы	
ДПК-1	Готовность к организации клиентоориентированного сервиса	Проводит диагностику делового партнера и анализирует ситуации межличностного взаимодействия; обобщает необходимые варианты процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя, разрабатывает регламент	Проанализированы покупательские сигналы клиента, проведено исследование покупательского поведения; использованы современные технологии эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации	

4. Шкалы оценивания

4.1. Выпускная квалификационная работа

Оценка	Требования к знаниям
«отлично»	ВКР написана на надлежащем уровне, использованы труды отечественных и зарубежных ученых: монографические источники, периодическая печать, возможности интернет, статистическая информация, собственные расчеты студента, выполненные на персональном компьютере. Отражены: практическая значимость (ценность) работы; применение современной методологии исследования; умение работать со статистическими источниками и экономической литературой; использование для расчетов персональных компьютеров; комплексный, системный подход к разработке и решению темы; наличие элементов творчества; умение грамотно, стройно и логически обоснованно излагать свои мысли, исследования и результаты, обобщать расчеты, строить графики и диаграммы по экономическим показателям. Присутствует анализ с выявлением причинно-следственных связей между событиями, показателями, факторами. Указанные факторы оцениваются, приводятся собственные

	выводы, авторская позиция по отношению к предмету исследования. Разработаны конкретные меры (организационные, практические) по улучшению положения объекта исследования.
«хорошо»	Раскрыты наиболее существенные, значимые аспекты ВКР. Выявлены основные проблемы, связанные с темой, показаны предпосылки их возникновения и сущность. Выработаны конкретные организационные, технико-экономические и иные рекомендации по совершенствованию деятельности предприятия хотя бы по одной из ключевых проблем, поставленных в теоретическом разделе.
«удовлетворительно»	ВКР носит исследовательский характер, содержит теоретические положения, базируется на практическом материале, но отличается поверхностным анализом практического опыта по исследуемой проблеме, имеет заметные отклонения от темы, неполноту и нарушение последовательности изложения, беден терминологический словарь и однообразны теоретические конструкции, отсутствуют содержательное и стилевое единство (переход к публицистике), допущены серьезные фактические и теоретические ошибки, недостаточно доказательны выводы.
«неудовлетворительно»	Цели и задачи ВКР не соответствуют утвержденной теме работы. Достоверность результатов ставится под сомнение, оригинальность и новизна результатов отсутствует. Результаты не представляют практической ценности. ВКР не соответствует требованиям. Презентация и/или доклад не отражает сути выпускной работы. Не продемонстрировано владение материалом работы. Ответы на вопросы не даны.

4.2. Государственный экзамен

Оценка	Требования к знаниям
«отлично»	<ul style="list-style-type: none"> • Приводятся полные сведения по вопросам билета. • Демонстрируются глубокие знания по вопросам билета. • Ответы на поставленные вопросы в билете излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. • Даются ответы на все вопросы членов ГЭК.
«хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> • Приводятся основные сведения относительно вопросов билета. • Демонстрируются неполные знания по вопросам билета. • Ответы на заданные вопросы даются с незначительными ошибками или неточностями.
«удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> • Приводятся скудные сведения по вопросам билета. • Демонстрируются поверхностные знания вопросов в билете. • Имеются затруднения с ответами на вопросы членов ГЭК.

«неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> • Не продемонстрировано владение материалом работы. • Ответы на вопросы не даны.
-----------------------	---

5. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы

5.1. Содержание государственного экзамена

Государственный экзамен представляет собой итоговый экзамен, который должен наряду с требованиями к содержанию отдельных дисциплин, перечень которых определяется вузом, учитывать также общие требования к выпускнику, предусмотренные образовательным стандартом Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ по направлению Менеджмент.

Государственный экзамен осуществляется в форме устного опроса по экзаменационному билету, включающему два раздела, позволяющих выявить теоретическую подготовку к решению профессиональных задач.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	<p style="text-align: center;">1 раздел Экономика предприятия, Менеджмент в сервисе, Основы предпринимательской деятельности, Налоги и налогообложение, Экономическая теория, Маркетинг в сервисе, Метрология, стандартизация и сертификация.</p>	<p><u>Экономика предприятия</u> Организация деятельности предприятия в системе рыночной экономики. Особенности организации деятельности предприятий сервиса. Предприятие сервиса как самостоятельный хозяйствующий субъект. Виды и структура предприятий сервиса. Организационные структуры предприятий сервиса Организация основного производства и производственной инфраструктуры на предприятиях сервиса. Типы и методы организации выполнения услуг. Организация труда на предприятиях сервиса. Показатели оценки уровня организации основного производства. Организация производственной инфраструктуры предприятий сервиса. Организация контроля качества услуг и продукции. Понятие и показатели качества услуг и продукции. Факторы, формирующие качество услуг и продукции. Задачи и формы организации контроля качества услуг и продукции. Организация обслуживания потребителей. Организация обслуживания потребителя. Характеристика видов услуг и форм обслуживания потребителя. Организация заработной платы на предприятиях сервиса. Содержание тарифной системы. Формы и системы оплаты труда. Премирование персонала, доплаты и надбавки к заработной плате. Понятие планирования, его задачи, основные принципы и методы. Методология прогнозирования как начального этапа обоснования плана. Классификация прогнозов. Методология (основные принципы, методы, показатели и меры), методика и технология планирования. Система планов предприятия сервиса, их взаимосвязь. Факторы, влияющие на выбор формы планирования. Классификация видов планирования. Основные плановые документы предприятия. Плановые расчеты и показатели. Планирование производства и сбыта продукции, оказания услуг. Структура и порядок разработки плана реализации услуг. Планирование производственной программы предприятия. Производственная мощность предприятия. Показатели</p>

	<p>производственной программы и плана реализации услуг, работ и продукции.</p> <p>Планирование ресурсного обеспечения деятельности на предприятиях сервиса. План материально-технического обеспечения. План по труду и персоналу. Планирование фонда рабочего времени и численности персонала предприятия. Планирование производительности труда. Планирование фонда заработной платы. Планирование издержек деятельности предприятия сервиса. Финансовое планирование.</p> <p>Классификация издержек на производство продукции, оказание услуг. Калькулирование себестоимости услуг, работ, продукции. Смета затрат на производство. Планирование снижения себестоимости услуг, работ, продукции. Финансовое планирование деятельности предприятия.</p> <p><u>Менеджмент в сервисе</u></p> <p>Основные направления развития управленческой мысли. Зарубежные школы управления: научного менеджизма, классическая административная, человеческих отношений, социальных систем, новая. Ситуационный подход.</p> <p>Развитие науки менеджмента в нашей стране. Основные этапы и концепции менеджмента, разработанные в России.</p> <p>Понятия: цель, целеполагание. Миссия, цели, ценности организации. Требования к целям. Классификация целей организации. Управление по целям и результатам: понятие и характеристика систем управления по целям и результатам.</p> <p>Понятие и классификация организационных структур Требования, предъявляемые к организационной структуре управления. Этапы формирования организационных структур управления.</p> <p>Мотивация персонала сервисных организаций: особенности и методы. Понятие и классификация контроля в организации. Этапы и принципы эффективного контроля.</p> <p>Свойства и характеристики процесса менеджмента. Содержание процесса менеджмента в сервисе. Типы процесса менеджмента, условия их использования и влияние на организацию менеджмента. Принципы организации процесса менеджмента.</p> <p>Управленческие решения в сервисных организациях: понятие, сущность, особенности. Методология разработки, принятия и реализации управленческих решений.</p> <p>Коммуникации в сервисе: виды и особенности. Методы снижения коммуникативных барьеров.</p> <p>Пути совершенствования процесса менеджмента обслуживания. Эффективность управления в сервисе.</p> <p>Основные параметры и свойства организационного поведения. Типология организационного поведения. Методы управления организационным поведением в организации.</p> <p><u>Основы предпринимательской деятельности</u></p> <p>ТЕМА 1. Теоретические и организационные основы предпринимательской деятельности в сервисе.</p> <p>Общая характеристика предпринимательства. Личность предпринимателя и предпринимательское поведение. История развития предпринимательства в России. Факторы, определяющие развитие предпринимательства на современном этапе.</p> <p>Общие принципы типологии предпринимательства. Производственное предпринимательство, посредническое, финансово-кредитное предпринимательство, их общие черты и различия. Консультационное предпринимательство. Сферы предпринимательской деятельности. Виды предпринимательства.</p> <p>Характеристика субъектов предпринимательской деятельности: физические и юридические лица. Индивидуальное предпринимательство. Личностные характеристики предпринимателей. Характерные черты предпринимателей, постоянно добивающихся успеха. Мотивы к занятию</p>
--	--

	<p>предпринимательской деятельностью. Особенности мотивации российских предпринимателей.</p> <p>ТЕМА 2. Организация предпринимательской деятельности. Механизм создания собственного дела.</p> <p>Процесс создания собственного дела: общая характеристика. Характеристика жизненного цикла предпринимательской фирмы. Выбор бизнес-идеи, отбор наиболее перспективных идей. Формы создания собственного дела: бизнес «с нуля», выкуп партнерской доли, покупка или аренда функционирующей фирмы (предприятия), франчайзинг.</p> <p>Формирование первоначального предпринимательского капитала. Источники средств для формирования начального капитала. Способы снижения потребности в размере начального капитала. Механизм регистрации собственного дела. Документы, необходимые для регистрации юридического лица. Учредительные документы. Устав предприятия, учредительный договор – структура и содержание.</p> <p>Лицензирование предпринимательской деятельности.</p> <p><u>Налоги и налогообложение сервисных компаний</u></p> <p>Понятие налогового права. Субъекты налогового права: налогоплательщики и плательщики сборов, налоговые агенты. Современное состояние системы налогообложения в РФ. Бухгалтерский учет и налоговый учет. Права и обязанности налогоплательщика. Налоговые органы, таможенные органы, органы государственных внебюджетных фондов, их права и обязанности. Система налогов и сборов: виды и порядок установления. Элементы налогообложения: объект налогообложения, налоговая база, налоговый период, налоговая ставка, порядок и сроки уплаты, льготы. Принципы определения цены товаров, работ, услуг для целей налогообложения. Общие правила исполнения обязанности по уплате налогов и сборов. Налоговая отчетность и налоговый контроль. Налоговая декларация. Учет налогоплательщиков. Общие положения об ответственности за налоговые правонарушения. Виды налоговых правонарушений и ответственность за их совершение.</p> <p><u>Экономическая теория</u></p> <p>Тема 1. Теория рыночного равновесия</p> <p>Понятие рыночного спроса. Факторы спроса. Предположение о прочих равных условиях. Функция спроса и кривая спроса, их свойства. Закон спроса, проблема исключений. Понятие рыночного предложения. Факторы предложения. Функция предложения и кривая предложения, их свойства. Закон предложения.</p> <p>Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие, его свойства. Алгебраическое выражение равновесия. Дефициты и излишки, области экономической активности. Понятие выигрыша общественного продавца и покупателя.</p> <p>Сравнительная статика и рыночная динамика. Механизм установления равновесия - модели Вальраса и Маршалла. Паутинообразная модель. Государственное регулирование ценообразования - цели, формы, инструменты. Административное ценообразование. Налоги и субсидии. Регулирование объемов - квоты, лицензирование, рacionamento, контроль качества. Теневое равновесие и проблема “черного рынка”</p> <p>Измерение взаимосвязей экономических величин, абсолютные и относительные показатели. Понятие экономической эластичности. Классификация эластичности. Эластичность и предельный анализ.</p> <p>Тема 2. Макроэкономические показатели.</p> <p>Национальные потоки доходов и расходов. Валовой внутренний продукт (ВВП), валовой национальный доход (ВНД), национальный доход (НД), чистый национальный доход (ЧНД), личный доход (ЛД), располагаемый личный доход (РЛД) и их взаимосвязь. Другие макроэкономические показатели: валовая прибыль экономики, валовой национальный располагаемый доход, валовое национальное</p>
--	--

		<p>сбережение, валовое накопление. Способы измерения ВВП: метод конечного использования, распределительный метод, производственный метод. Конечная и промежуточная продукция. Добавленная стоимость. Номинальный и реальный ВВП. Дефлятор ВВП и индексы цен.</p> <p>Тема 3. Деньги и банковская система. Сущность и функции денег. Способы измерения денежной массы (денежные агрегаты). Факторы, влияющие на спрос, предъявляемый на денежном рынке. Модель формирования денежного предложения. Равновесие на денежном рынке.</p> <p>Проблема ликвидности и денежные агрегаты. Количественная теория денег. Уравнение Фишера. Монетаризм и явление "нейтральности денег". Кейнсианская теория предпочтения ликвидности. Ставка процента, курс облигаций и спрос на деньги. Функция спроса на деньги. Функция предложения денег. Чувствительность спроса на деньги к доходу и к процентной ставке. Денежная база. Обязательные банковские резервы. Коэффициент депонирования. Норма резервирования. Денежный мультипликатор. Равновесие на рынке денег.</p> <p>Маркетинг в сервисе Эволюция концепций маркетинга. Функции маркетинга в управлении производством и сбытом продукции. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности, виды стратегий и процедуры их выбора. Характеристика внешней и внутренней среды маркетинга. Характеристика макро- и микро-среды фирмы. Рынки B2C, B2B, B2G и их маркетинговые особенности. Этапы целевого маркетинга. Сегментация рынка, цели и задачи. Понятие «сегмент рынка», методы сегментирования. Критерии сегментации и выбор целевых сегментов. Позиционирование продукции: критерии и методы. Понятие «конкурентоспособность» и подходы к ее оценке. Получение и использование конкурентных преимуществ, их виды. Комплекс маркетинга и его разработка для конкретного предприятия. Состав элементов комплекса маркетинга, их взаимовлияние. Комплекс маркетинга как основа принятия решений при управлении рыночной деятельностью предприятия. Понятие продукта и классификация продуктов в маркетинге. Уровни продукта. Жизненный цикл продукта, его стадии и выработка маркетинговых решений. Продуктовая линия, ассортиментный ряд. Формирование продуктовой политики предприятия. Продуктовые стратегии, продуктовый портфель. Цена и маркетинговые подходы к ценообразованию. Выбор методов ценообразования в различных рыночных условиях. Функции цены на рынке. Модификация цен. Виды скидок, формы их предоставления. Сбытовая политика фирмы. Каналы распределения и их типы. Издержки обращения и методы их оценки. Уровни каналов товародвижения и функции участников каналов товародвижения. Оптовая и розничная торговля, принципы организации.</p>
2	<p><i>2 раздел.</i> Сервисная деятельность, Правовое регулирование сервисной деятельности, Метрология, стандартизация и</p>	<p>Сервисная деятельность Сущность понятий "сервис" и "сервисная деятельность". Основные функции сервиса. Основные подходы к осуществлению сервиса. Основные структурные элементы системы сервиса. Классификация сервиса. Социально-культурная сфера: элементы, структура и функции. Объективные факторы, определяющие развитие сферы услуг в современном российском обществе, функции сервиса. Сущность понятия "услуга". Основные характеристики и классификация услуг. Причины роста количества услуг и типы услуг. Жизненный цикл услуги (ЖЦУ). Особенности покупки услуги. Специфика рынка услуг. Особенности рынка услуги формы</p>

<p>сертификация, Франчайзинг на рынке услуг, Инновации в социально- культурном сервисе, Организация персональных продаж, Информационные технологии в сервисе, Деловые коммуникации</p>	<p>воздействия на услуги. Понятие "культура сервиса". Философия обслуживания. Этический аспект культуры сервиса. Эстетический аспект культуры сервиса. Модель качества обслуживания. Цели и задачи психологии сервиса. Сущность понятия "контактная зона". Модель принятия решения на покупку услуг. Тактика обслуживания на этапах совершения заказа. Жалобы и конфликты при обслуживании клиентов. Сущность понятия "качество услуги". Факторы, влияющие на качество услуг. Защита прав потребителей. Общество защиты прав потребителей образовательных услуг (ОЗППОУ). Требования к услугам общественного питания. Классификация предприятий общественного питания. Методы и формы обслуживания. Виды столовой посуды и столовых приборов. Меню и прејскуранты. Подготовка к обслуживанию потребителей. Встреча и размещение гостей. Обслуживание. Квалификационные требования к персоналу. Обслуживание иностранных туристов. Виды туристских услуг. Специфика туристских услуг. Тур как комплекс услуг. Программа обслуживания. Класс обслуживания. Ваучер. Понятие рекреации. Фазы рекреации. Виды рекреации. Санаторий как средство рекреационной деятельности. Курортология. Классификация видов отдыха. Рекреационные функции и основные услуги для отдыхающих. Принципы организации лечебной работы санатория. Рекреационная деятельность. Рекреационные ресурсы. Анимация в туризме. Гостиничная анимация. Рекреационная анимация. Виды анимационных программ <u>Правовое обеспечение СКСТ</u> Цели и задачи правового обеспечения социально-культурного сервиса и туризма. Классификация направлений правового обеспечения социально-культурного сервиса. Оказание правовых и консалтинговых услуг населению. Правовое регулирование взаимоотношений в социально-культурном сервисе и туризме. Виды договоров аренды. Законодательные и иные нормативные акты в сфере туристской деятельности. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Основные понятия, принципы, цели, задачи. Права и обязанности туриста. Закон РФ «О защите прав потребителей». Право потребителя на безопасность товаров, работ, услуг. Режим работы продавца (исполнителя) и его ответственность за нарушение прав потребителей. Компенсация морального вреда. Судебная защита прав потребителей. Федеральные законы и иные нормативные акты, регулирующие безопасность, страхование, стандартизацию, сертификацию, рекламу туристских услуг. Федеральные целевые программы развития туризма в РФ. Региональные законы и иные нормативные акты в сфере туризма. Органы исполнительной власти, осуществляющие регулирование и координацию туристской деятельности в РФ: федеральные, региональные. <u>Метрология, стандартизация и сертификация</u> Стандартизация сервисной деятельности: понятие и базовые принципы. Техническое регулирование. Федеральный закон от 27.12.2002 г. № 184-ФЗ "О техническом регулировании". Технические регламенты. Стандартизация: цели, функции, методы, уровни. Документы в области стандартизации. Общие требования к туристским услугам в соответствии с ГОСТами. Роль международных стандартов в определении конкурентоспособности услуги. Международные организации по стандартизации. Международные стандарты серии 9000. Понятие и оценка качества услуги на предприятиях сферы СКСТ. Федеральный закон "О защите прав потребителей" - один из основных регуляторов качества услуг. Оценка соответствия в соответствии с Федеральным законом от 27.12.2002 г. № 184-ФЗ "О</p>
---	--

	<p>техническом регулировании". Подтверждение соответствия: цели и формы. Обязательное и добровольное подтверждение соответствия. Системы сертификации. Участники процесса сертификации. Принципы TQM (Total Quality Management). Цели, принципы и формы подтверждения соответствия услуг. Оценка соответствия. Подтверждение соответствия: цели и формы. Обязательное и добровольное подтверждение соответствия. Системы сертификации. Схемы сертификации услуг. Органы по сертификации. Сертификация систем качества.</p> <p><u>Франчайзинг на рынке услуг</u> Франчайзинг как форма организации бизнеса. Характеристика особых отношений партнеров в системе франчайзинга. Преимущества франчайзинга для сторон, участвующих в нем. Права и обязанности в контрактах типа «франчайзи». Виды франчайзинга. Виды франшиз и плата за ее использование. Договор коммерческой концессии. Механизм разработки франшизы для сервисных предприятий.</p> <p><u>Документационное обеспечение СКСТ</u> Выбор организационно - правовой формы для открытия бизнеса. Учредительные документы предпринимателя и предприятия. Штатное расписание, должностные инструкции персонала. Разработка порядка предоставления услуг, правил обслуживания, правил продаж. Доска работы с потребителем. Разработка пакета документов для клиента в соответствии с правилами работы в конкретном виде услуг. Платежные документы клиента. Виды внутренних документов предприятия.</p> <p><u>Инновации в социально-культурном сервисе</u> Инновации как элемент развития. Определение понятий "инновация" Определение понятий "инновация" или "нововведение". Основные черты нововведений: рыночная и научно-техническая новизна. Приоритет рыночной новизны. Нововведения в узком и широком смысле. Инновации в сервисной деятельности и их значение для развития бизнеса. Отличие инноваций от нововведений в сфере сервиса. Методы генерирования идей. Проект как основа инновационной деятельности. Определение понятия «проект». Виды проектов. Структура проекта. Финансирование проектов. Рыночные способы привлечения средств под инновационные проекты. Стадии инновационного проектирования. Экспертиза и отбор проектов. Критерии отбора: соответствие целям предприятия, социальные, рыночные, научно-технические, финансовые, производственные критерии. Учет фактора риска. Экономическая оценка проекта. Аспекты реализации проекта: сроки, расходы и качество. Методы и процедуры управления проектами и контроль за ходом их реализации. Инновационный проект в социально-культурном сервисе и основные критерии его оценки. Социально-культурный сервис и туризм как мобильно развивающаяся область сервиса. Инновационные процессы в социально-культурном сервисе и туризме. Перспективные инновационные проекты в социально-культурном сервисе и туризме.</p> <p><u>Организация персональных продаж</u> Особенности и организация персональных продаж. Достоинства и недостатки персональных продаж. Базисные принципы современной организации персональных продаж. Создание потребительской ценности. Ключевые факторы, влияющие на привлечение и удержание клиентов. Организация торгового персонала. Процесс привлечения торгового персонала. Обучение и мотивация торгового персонала. Оценка эффективности работы торгового персонала.</p> <p><u>Информационные технологии в сервисе</u> Сущность понятий информация, информатизация, информационные процессы, информационные технологии. Роль информатизации в</p>
--	--

	<p>развитии общества. Виды информационных технологий. Основные этапы развития информационных технологий. Информационные системы их значение в работе сервисного предприятия.</p> <p>Информационные технологии в сервисе продаж (на примере глобальных систем бронирования авиабилетов). Использование теории баз данных для сопровождения бизнес процессов продаж.</p> <p>Информационные системы дистрибуции тарифов в структуре сервисных услуг бизнес процесса продаж (на примере глобальных систем бронирования авиабилетов).</p> <p>Информационные технологии поддержки бизнес процессов продаж (на примере продаж авиаперевозок) в глобальной сети Интернет. Инновационные направления использования современных компьютерных технологий на предприятиях социально-культурного сервиса.</p> <p>Деловые коммуникации</p> <p>Методологические основы и понятийный аппарат курса. Основные принципы этики и характер деловой коммуникации. Этика и развитие деловой культуры в России. Многомерность личности делового партнера. Невербальные аспекты деловой коммуникации. Конфликтные ситуации в деловом общении и пути их разрешения. Деловые переговоры: подготовка и проведение. Психологические аспекты деловой коммуникации при переговорах</p>
--	---

5.2. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен

Часть 1

1. Организационно-правовые формы организации. Факторы, определяющие выбор организационно-правовой формы.
2. Основные фонды организации: состав, классификация, оценка. Износ и амортизация основных фондов.
3. Основные фонды организации. Анализ эффективности использования основных фондов, пути ее повышения.
4. Оборотные фонды организации, состав, структура, источники образования. Анализ показателей эффективности использования.
5. Заработная плата в организации. Системы и формы оплаты труда.
6. Понятие затрат, расходов и себестоимости продукции. Группировка расходов организации. Точка безубыточности.
7. Показатели финансово – хозяйственной деятельности организации. Прибыль, виды прибыли. Порядок формирования и использования прибыли.
8. Прибыль и рентабельность организации, система показателей рентабельности. Анализ рентабельности, пути повышения.
9. Цена, элементы цены, классификация цен. Процесс ценообразования в организации.
10. Планирование деятельности организации, сущность и задачи планирования. Структура и показатели планов организации.
11. Основные направления развития управленческой мысли. Зарубежные школы управления: научного менеджизма, классическая административная, человеческих отношений, социальных систем.
12. Миссия, цели, ценности организации. Цели организации, цели менеджмента, цели менеджеров, их взаимосвязь. Управление по целям и результатам: понятие и характеристика систем управления по целям и результатам.

13. Общие и конкретные функции менеджмента. Их особенности, состав и содержание. Изменение состава и содержания функций менеджмента с развитием внутренней и внешней среды.
14. Основные виды организационных структур управления, их характеристика и условия применения. Факторы, влияющие на формирование и развитие организационных структур управления. Современные организационные формы управления организациями.
15. Проектирование организационной структуры управления: порядок и методы проектирования, показатели, используемые при проектировании, основные критерии формирования структурных подразделений в организационной структуре управления.
16. Направления совершенствования организационных структур управления.
17. Понятие процесса менеджмента. Свойства и характеристики процесса менеджмента. Содержание процесса менеджмента. Типы процесса менеджмента, условия их использования и влияние на организацию менеджмента.
18. Классификация и характеристика коммуникаций в процессе менеджмента. Роль и содержание межличностных коммуникаций в менеджменте. Барьеры на пути эффективных коммуникаций.
19. Виды эффективности менеджмента, их взаимосвязь и взаимозависимость. Затраты на управление: понятие, состав в общих затратах организации, тенденции изменения. Принципы, методы и показатели оценки эффективности менеджмента.
20. Элементы системы управления человеческими ресурсами. Диагностика потребности организации в персонале. Организация системы найма персонала. Технологии поиска, отбора и оценки персонала.
21. Технология оценки степени соответствия профессиональных и психологических качеств соискателей на вакансии. Метод «ассесмент-центр». Структурированное интервью. Метод кейсов.
22. Разработка системы мотивации и стимулирования персонала. Формирование системы оплаты труда. Постоянная и переменная части оплаты труда.
23. Оценка эффективности деятельности персонала на основе КРІ (ключевых показателей эффективности). Критерии измерения. Связь с вознаграждением сотрудников.
24. Основные параметры и свойства корпоративной культуры. Типология корпоративных культур. Функции корпоративной культуры в управлении организацией и ее персоналом.
25. Определение потребностей в персонале с учетом стратегических целей компании. Анализ соответствия квалификации персонала выполняемым функциям. Способы оптимизации бизнес-процессов организации с целью снижения расходов на персонал.
26. Сущность процесса сегментации. Этапы процесса целевого маркетинга.
27. Оценка и выбор целевых сегментов рынка. Стратегии охвата рынка: концентрированный, дифференцированный, массовый, нишевый и кастомизированный маркетинг.
28. Позиционирование товаров и услуг: сущность, стратегии.

29. Этапы создания нового товара. Жизненный цикл товара как основа товарной политики фирмы. Характеристика этапов жизненного цикла товара.
30. Характеристика этапов процесса принятия решения потребителем.

Часть 2

1. Характеристика рынка маркетинговых исследований. Ситуация на рынке маркетинговых исследований. Тренды рынка.
2. Типы исследовательской информации. Первичная и вторичная информация. Проблемы и возможности использования. Источники получения.
3. Качественные маркетинговые исследования: понятие, характеристики. Основные виды качественных исследований.
4. Современные методы качественных исследований: этнография, MROC, нейромаркетинговые исследования: сущность, характеристика методов.
5. Опросы в маркетинговых исследованиях. Типы опросов. Преимущества и недостатки.
6. Основные этапы составления анкеты для проведения опроса. Типы вопросов. Порядок расположения в анкете.
7. Техника шкалирования в маркетинговых исследованиях. Основные типы шкал: характеристика.
8. Методы формирования выборочной совокупности для проведения маркетингового исследования. Характеристика методов. Определение объема выборки.
9. Проведение маркетинговых исследований посредством Интернет технологий. Типы и особенности проводимых исследований.
10. Факторы, влияющие на принятие решения покупателем о покупке. Факторы внешнего влияния и внутренние (психологические) факторы, влияющие на поведение покупателей.
11. Современные тенденции в сфере маркетинговых коммуникаций. ATL и BTL-коммуникации. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
12. Комбинированные параметры медиапланирования. Охват, частота, стоимость, избирательность. Особенности и ограничения применимости различных медиа. Критерии выбора и оптимизации медиа.
13. Этапы, задачи и факторы ценообразования.
14. Структура цены. Нижний и верхний предел цены. Оценка ценовой чувствительности и факторы ее снижения. Методы определения ценовой чувствительности.
15. Роль ценообразования в стимулировании сбыта, типы скидок.
16. Выбор метода ценообразования. Затратные методы. Параметрические методы ценообразования. Рыночные методы - учет потребительской оценки.
17. Основные характеристики услуг. Классификация услуг. Особенности маркетинга услуг.
18. Классификация договоров и порядок их заключения в коммерческой деятельности. Договор купли-продажи. Договор комиссии. Договор консигнации. Договор коммерческой концессии.
19. Ассортимент коммерческого предприятия. Промышленный и торговый ассортимент. Показатели ассортимента: широта, глубина, сбалансированность, устойчивость, степень обновления.
20. Анализ товарного ассортимента. ABC, XYZ анализ. Понятие, методика проведения. Характеристика полученных категорий. Принятие решений по ним.
21. Роль посредников в организации коммерческой деятельности: выставки-ярмарки, биржи, аукционы, тендеры. Характеристика участников.
22. Организация поставок. Этапы и критерии выбора поставщика.
23. Форматы розничной торговли. Характеристика. Принципы размещения.

24. Электронная торговля: сущность, текущее состояние, тренды развития. Новые виды Интернет-посредников.
25. Мерчандайзинг как форма поддержки продаж: характеристика, особенности в розничной торговле.
26. Организация оптовой торговли: сущность и характеристика сферы. Виды посредников в оптовой торговле.
27. Комплекс интернет-маркетинга
28. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет: основные инструменты и показатели оценки эффективности.
29. Медиа-планирование в интернет-маркетинге: основные этапы и оценка эффективности кампании по продвижению
30. Структура органов регулирования маркетинговой деятельности: состав и общие полномочия. Источники правового регулирования маркетинговой деятельности в РФ: законы, подзаконные акты, нормы международного права.

5.3. Общая характеристика выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа бакалавра представляет собой выполненную обучающимся работу, демонстрирующую уровень подготовки выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

ВКР работа должна отразить умения студента самостоятельно разработать избранную тему и сформулировать соответствующие рекомендации.

Основными целями выполнения и защиты выпускных квалификационных работ являются:

- углубление, систематизация и интеграция теоретических знаний и практических навыков по направлению подготовки высшего образования;
- развитие умения критически оценивать и обобщать теоретические положения;
- применение полученных знаний при решении прикладных задач по направлению подготовки;
- стимулирование развития навыков самостоятельной аналитической работы;
- овладение современными методами проведения научных исследований;
- выяснение подготовленности студентов к практической деятельности в условиях рыночной экономики;
- закрепление навыков презентации результатов работы, участия в публичной дискуссии, защиты научных идей, предложений и рекомендаций.

Подготовка ВКР начинается с выбора студентом предварительной темы работы и согласования ее с научным руководителем. Тематика работ с указанием научных руководителей подготавливается и утверждается кафедрой. Возможно выполнение работы по самостоятельно выбранной студентом теме с обоснованием целесообразности её разработки.

5.4. Перечень рекомендуемых тем ВКР

1. Оценка удовлетворенности клиентов деятельностью компании (на примере компании...)
2. Разработка маркетинговых стратегий выведения и продвижения нового товара (услуги) на рынок (на примере компании...)
3. Совершенствование товарной политики компании (на примере компании...)
4. Совершенствование сбытовой политики компании (на примере компании...)
5. Совершенствование коммуникационной политики компании (на примере компании...)

6. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций компании (на примере компании...)
7. Разработка маркетинговой программы привлечения клиентов компании (на примере компании...)
8. Разработка маркетинговой программы удержания клиентов компании (на примере компании...)
9. Продвижение товаров и услуг с помощью Интернета (на примере компании...)
10. Роль социальных медиа в продвижении компании и ее товаров (на примере компании...)

6. Методические материалы

6.1. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену

Государственный экзамен - это завершающий этап подготовки бакалавра, механизм выявления и оценки результатов учебного процесса и установления соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям образовательного стандарта Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, утвержденного приказом ректора Академии и разработанного на основе федерального государственного образовательного стандарта 38.03.02 Менеджмент.

Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к государственному экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На государственном экзамене студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения.

В период подготовки к государственному экзамену студенты вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют знания. Подготовка студента к государственному экзамену включает в себя три этапа: самостоятельная работа в течение всего периода обучения; непосредственная подготовка в дни, предшествующие государственному экзамену по темам разделам и темам учебных дисциплин, выносимым на государственную аттестацию.

При подготовке к государственному экзамену студентам целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, рекомендованные правовые акты, основную и дополнительную литературу.

Формулировка вопросов экзаменационного билета совпадает с формулировкой перечня рекомендованных для подготовки вопросов государственного экзамена, доведенного до сведения студентов накануне экзаменационной сессии.

При проработке той или иной темы курса сначала следует уделить внимание конспектам лекций, а уж затем учебникам, законам и другой печатной продукции. Дело в том, что "живые" лекции обладают рядом преимуществ: они более оперативно иллюстрируют состояние научной проработки того или иного теоретического вопроса, дают ответ с учетом новых теоретических разработок либо принятых новых законов, либо изменившего законодательства, т.е. отражают самую "свежую" научную и нормативную информацию. Для написания же и опубликования печатной продукции нужно время. Отсюда изложение некоторого учебного материала (особенно в эпоху перемен) быстро устаревает. К тому же объем печатной продукции практически всегда ограничен.

Чтобы быть уверенным на экзамене, необходимо при подготовке тезисно записать ответы на наиболее трудные, с точки зрения студента, вопросы. Запись включает дополнительные (моторные) ресурсы памяти.

Представляется крайне важным посещение студентами проводимой перед междисциплинарным государственным экзаменом консультации. Здесь есть возможность

здать вопросы преподавателю по тем разделам и темам, которые недостаточно или противоречиво освещены в учебной, научной литературе или вызывают затруднение в восприятии. Практика показывает, что подобного рода консультации весьма эффективны, в том числе и с психологической точки зрения.

Важно, чтобы студент грамотно распределил время, отведенное для подготовки к экзамену. В этой связи целесообразно составить календарный план подготовки к экзамену, в котором в определенной последовательности отражается изучение или повторение всех экзаменационных вопросов. Подготовку к экзамену студент должен вести ритмично и систематично.

6.2. Порядок подготовки и выполнения выпускной квалификационной работы. Требования по оформлению выпускной квалификационной работы.

После согласования с научным руководителем на кафедру подается заявление на написание ВКР. Заявление необходимо подать не позднее срока, заранее установленного кафедрой. Заявление пишется на имя заведующего кафедрой и должно содержать подписи студента и научного руководителя.

Согласование тем выпускных работ с научным руководителем производится не позднее, чем за две недели до начала производственной практики.

Подбор литературы следует начинать сразу же после выбора темы выпускной квалификационной работы.

При подборе литературы следует обращаться к предметно-тематическим каталогам и библиографическим справочникам библиотеки РАНХиГС, любых общедоступных библиотек, а также использовать Internet.

Изучение литературы по выбранной теме нужно начинать с общих работ, чтобы получить представление об основных вопросах, к которым примыкает избранная тема, а затем уже вести поиск нового материала. При изучении литературы желательно соблюдать следующие рекомендации:

- начинать следует с литературы, раскрывающей теоретические аспекты изучаемого вопроса - монографий и журнальных статей, после этого использовать инструктивные материалы (инструктивные материалы используются только последних изданий);

- детальное изучение обучающимся литературных источников заключается в их конспектировании и систематизации, характер конспектов определяется возможностью использования данного материала в работе - выписки, цитаты, краткое изложение содержания литературного источника или характеристика фактического материала; систематизацию получаемой информации следует проводить в соответствии с основными разделами выпускной квалификационной работы, предусмотренными планом;

- при изучении литературы не следует стремиться освоить всю информацию, в ней заключенную, а необходимо отбирать только ту, которая имеет непосредственное отношение к теме работы; критерием оценки прочитанного является возможность его практического использования в выпускной квалификационной работе;

- изучая литературные источники, необходимо тщательно следить за оформлением выписок, чтобы в дальнейшем было легко ими пользоваться;

- следует ориентироваться на самые авторитетные источники, например, на научные журналы; точно указывать, откуда взяты материалы.

Особой формой материала являются заимствованные утверждения – цитаты, которые используются для того, чтобы без искажений передать мысль автора первоисточника, для идентификации взглядов при сопоставлении различных точек зрения и т.д.; отталкиваясь от их содержания, можно создать систему убедительных доказательств, необходимых для объективной характеристики изучаемого вопроса; цитаты могут использоваться и для подтверждения отдельных положений работы; во всех случаях число используемых цитат должно быть оптимальным, т.е. определяться потребностями

разработки темы, цитатами не следует злоупотреблять, их обилие может восприниматься как выражение слабости собственной позиции автора.

Сбор фактического материала - один из наиболее ответственных этапов подготовки выпускной квалификационной работы. От того, насколько правильно и полно собран фактический материал, во многом зависит своевременное и качественное написание работы. Поэтому, прежде чем приступить к сбору материала, обучающемуся совместно с научным руководителем необходимо тщательно продумать, какой именно фактический материал необходим для выпускной квалификационной работы, и составить, по возможности, специальный план его сбора в период практики.

Обучающийся в период практики должен собрать статистический материал, сделать необходимые выписки из служебной документации учреждения, предприятия или организации, где он проходит практику, изучить действующие инструкции, методические указания, нормативные документы, постановления, регламентирующие работу той или иной организации или предприятия. Обучающийся должен обобщить материал, собранный в период прохождения практики, определить его достоверность и достаточность для подготовки выпускной квалификационной работы.

Источником фактического материала могут быть данные по Российской Федерации, регионам, муниципальным образованиям, отраслям, организациям, представленные в официальной статистике.

После того, как изучена и систематизирована отобранная по теме литература, а также собран и обработан фактический материал, возможны некоторые изменения в первоначальном варианте плана выпускной квалификационной работы.

ВКР должна иметь четкую структуру. В работе выделяются главы и параграфы, соответствующие цели и логике работы. Содержание работы должно продемонстрировать практические навыки студента (в том числе навыки постановки и решения аналитических, исследовательских задач).

Структура работы выглядит следующим образом:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список литературы;
- приложения.

Содержание отражает структуру работы с указанием номеров страниц.

Во Введении на 2-3 страницах обосновывается актуальность выбранной темы, формируется цель и задачи работы, определяется объект и предмет исследования. Также во введении приводится структура работы и краткая характеристика ее основных разделов и основных информационных источников.

Основная часть работы содержит главы и параграфы. Разделы работы должны быть взаимосвязаны. Каждая глава заканчивается выводами, позволяющими перейти к изложению следующей главы ВКР.

Первая глава отражает основные теоретические подходы, существующие в рамках рассматриваемой проблематики. В ней приводятся различные точки зрения по обсуждаемым вопросам. Автор работы анализирует мнения известных в данной области специалистов и обосновывает свою позицию. В данной части работы студент должен показать умения критически подходить к рассмотрению проблемы, вытекающей из целей и задач работы, обобщать, анализировать и систематизировать собранный материал, раскрывать проблемы рассматриваемого предмета исследования.

Основные теоретические положения и выводы желательно иллюстрировать цифровыми данными и материалами из статистических справочников, монографий, журнальных статей и других источников.

Материалы первой главы являются основой для будущего анализа и обоснования рекомендаций.

Вторая глава, как правило, включает анализ рассматриваемой проблемы. В зависимости от целей работы она может включать описание основных характеристик рассматриваемого объекта исследования (например, отрасли, фирмы, подразделения фирмы и т.п.), а также анализ проблемной ситуации.

Содержание третьей главы также зависит от темы и цели работы. Глава должна включать рекомендации автора, позволяющие решить поставленные задачи. Эти рекомендации могут быть связаны как с обоснованием предлагаемой программы действий, так и с разработкой методики проведения исследований и/или проведения самого исследования. В данном разделе следует обосновать экономическую целесообразность предлагаемых автором мероприятий. Автор должен суметь весьма точно сформулировать, каким образом он видит возможность получения экономического эффекта, в каких величинах, и на основании каких данных он может выполнить эту оценку. Все представленные авторами расчеты предлагаемых мероприятий должны быть логически обоснованы. Экономический эффект от внедрения рассчитывается после работы студента - выпускника на предприятии, и должен быть подтвержден документально.

В заключении приводятся обобщенные выводы и рекомендации автора по всей работе.

В списке литературы должны быть представлены все источники, использованные при выполнении работы.

В приложение выносятся дополнительные материалы, имеющие, как правило, справочное или вспомогательное значение, включение которых в работу является, на взгляд автора, целесообразным для более полного раскрытия темы. Это могут быть отчетные материалы фирмы, копии документов, анкеты, и т.п.

Рекомендуемый объем выпускной квалификационной работы - не более 60 страниц печатного текста без приложений.

К рукописи прилагается аннотация объемом 1-2 страницы машинописного текста, в которой должны быть отражены основные положения, выносимые на защиту.

Также необходимо предоставить электронную версию ВКР на диске и отзыв руководителя.

ВКР печатается на стандартных листах бумаги формата А4. Поля: левое – 35 мм, правое – 10-15 мм, верхнее и нижнее – 20-25 мм. Шрифт Times New Roman размером 14, межстрочный интервал 1,5. Введение, каждая глава, заключение, список литературы и приложения должны начинаться с новой страницы.

Каждый раздел в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с названиями разделов в содержании работы.

Страницы выпускной квалификационной работы с рисунками и приложениями должны иметь сквозную нумерацию. Номера страниц располагают внизу в центре страницы. Первой страницей является титульный лист, на котором номер страницы не проставляется.

- ***Правила написания буквенных аббревиатур***

В тексте выпускной квалификационной работы можно использовать только общепринятые сокращения и условные обозначения. При этом первое упоминание таких аббревиатур указывается в круглых скобках после полного наименования, в дальнейшем они употребляются в тексте без расшифровки.

- ***Правила оформления таблиц, рисунков, графиков, формул***

Таблицы и рисунки должны иметь названия и порядковую нумерацию (например, табл. 1, рис. 3).

Нумерация таблиц и рисунков должна быть сквозной для всего текста выпускной квалификационной работы. Порядковый номер таблицы проставляется в правом верхнем углу над ее названием. В каждой таблице следует указывать единицы измерения показателей и период времени, к которому относятся данные. Если единица измерения в таблице является общей для всех числовых табличных данных, то ее приводят в заголовке таблицы после ее названия.

Порядковый номер рисунка и его название проставляются под рисунком. При построении графиков по осям координат вводятся соответствующие показатели, буквенные обозначения которых выносятся на концы координатных осей, фиксируемые стрелками. При необходимости вдоль координатных осей делаются поясняющие надписи.

Формулы, на которые имеются ссылки в работе, следует нумеровать. Порядковые номера формул обозначают арабскими цифрами в круглых скобках.

- ***Правила оформления списка литературы***

При использовании в работе материалов, заимствованных из литературных источников, цитировании различных авторов, необходимо делать соответствующие ссылки, а в конце работы помещать список использованной литературы. Эти ссылки могут быть сделаны в виде сносок в нижней части страницы (с указанием автора, названия работы, издательства, года издания и номера страницы, где находится данная информация), или в квадратных скобках сразу же после цитирования (с указанием номера источника в списке литературы и, номера страницы, где находится данная информация), например, [1, с.123]. Не только цитаты, но и произвольное изложение заимствованных из литературы принципиальных положений включаются в выпускную квалификационную работу со ссылкой на источник.

Студент несет ответственность за точность данных, а также за объективность изложения мыслей других авторов.

Использование в ВКР чужого текста, опубликованного в бумажном или электронном виде, без полной ссылки на источник или со ссылками, но когда объем и характер заимствования ставят под сомнение самостоятельность выполненной работы или одного из ее основных разделов, относится к нарушению академических норм – плагиату. При обнаружении нарушений академических норм преподаватель обязан поставить студенту оценку «неудовлетворительно». К защите принимаются выпускные работы с допустимым объемом заимствования не более 30%. Справка об антиплагиате входит в комплект документов, предоставляемых на предзащиту.

Список использованной литературы и других источников составляется в следующей последовательности:

1. Законы, постановления Правительства и Государственной думы,
2. Нормативные акты, инструктивные материалы, официальные источники,
3. Учебники и монографии,
4. Периодические издания,
5. Ссылки на Интернет ресурсы.

Необходимо указывать все основные реквизиты изданий. Для книг это - фамилия и инициалы автора, название книги, место издания, название издательства, год и число страниц. Для статей, опубликованных в периодической печати, следует указывать наименование издания, год, номер, а также занимаемые страницы.

Литературные источники должны быть расположены в алфавитном порядке по фамилиям авторов. Сначала перечисляются источники на русском языке, затем - на иностранном.

- ***Правила оформления приложений***

Приложение – заключительная часть работы, которая имеет дополнительное, обычно справочное значение, но является необходимой для более полного освещения темы. По содержанию приложения могут включать: копии подлинных документов, выдержки из отчётных материалов, отдельные положения из инструкций и правил, принятые при проведении расчётов исходные данные, полученные в ходе расчётов промежуточные результаты и т.д. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, карты.

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы с указанием в правом верхнем углу слова «Приложение» и иметь тематический заголовок. При наличии в работе более одного приложения их следует пронумеровать. Нумерация страниц, на которых даются приложения, должна быть сквозной и продолжать общую нумерацию страниц основного текста. Связь основного текста с приложениями осуществляется через ссылки, которые употребляются со словом «смотри», оно обычно сокращается и заключается вместе с шифром в круглые скобки, например, (см. Приложение 3). В Содержании работы приводится перечень Приложений с полным названием каждого.

6.3. Руководство и консультирование

Непосредственное руководство бакалаврской работой студента осуществляет научный руководитель.

Обязанности научного руководителя:

- оказывать консультационную помощь студенту в определении окончательной темы ВКР, в подготовке плана ВКР, графика выполнения ВКР, в подборе литературы и фактического материала;
- содействовать в выборе методики исследования;
- осуществлять систематический контроль за ходом выполнения ВКР в соответствии с планом и графиком ее выполнения;
- информировать заведующего кафедрой в случае несоблюдения студентом графика выполнения ВКР;
- давать квалифицированные рекомендации по содержанию ВКР;
- произвести оценку качества выполнения ВКР в соответствии с предъявляемыми к ней требованиями (отзыв руководителя).

6.4. Процедура защиты выпускной квалификационной работы

Защита выпускной квалификационной работы проводится в установленное время на заседании государственной экзаменационной комиссии по соответствующему направлению подготовки ГЭК с участием не менее двух третей её состава. Порядок и процедура защиты выпускной квалификационной работы определена Положением о государственной итоговой аттестации РАНХиГС.

Защита начинается с презентации работы. На защиту выпускной квалификационной работы необходимо предоставить презентацию (слайды в системе PowerPoint), количество слайдов 12-15 шт. Доклад должен включать обоснование актуальности избранной темы, характеристику научной проблемы и формулировку цели работы, а затем, в последовательности, установленной логикой работы, по главам раскрывать основное содержание работы, обращая особое внимание на наиболее важные разделы и интересные результаты, новизну работы, критические сопоставления и оценки. Заключительная часть доклада строится по тексту заключения выпускной квалификационной работы, перечисляются общие выводы из ее текста без повторения частных обобщений, сделанных при характеристике глав основной части, даются рекомендации. Студент должен излагать основное содержание выпускной работы свободно, не читая письменного текста. Продолжительность доклада – 10 мин.

После завершения доклада члены ГЭК задают студенту вопросы, как непосредственно связанные с темой выпускной квалификационной работы, так и близко к ней относящиеся. При ответах на вопросы студент имеет право пользоваться своей работой.

После окончания дискуссии зачитывается отзыв руководителя, студенту предоставляется заключительное слово. В своём заключительном слове студент должен ответить на замечания, отмеченные в отзыве руководителя и рецензии, и членов ГЭК.

После заключительного слова студента процедура защиты выпускной квалификационной работы считается оконченной.

Результаты защиты ВКР определяются на основе оценок:

- научного руководителя за качество работы, степень ее соответствия требованиям, предъявляемым к ВКР соответствующего уровня;
- членов ГЭК за содержание работы, её защиту, включая доклад, презентацию, ответы на замечания.

Итоговая оценка по результатам защиты выпускной квалификационной работы проставляется в протокол заседания комиссии и зачётную книжку студента, в которых расписываются председатель и члены экзаменационной комиссии.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы являются основанием для принятия Государственной экзаменационной комиссией решения о присвоении соответствующей квалификации и выдачи диплома.

В случае получения неудовлетворительной оценки при защите выпускной квалификационной работы повторная защита проводится в соответствии с Положением о государственной итоговой аттестации РАНХиГС.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение государственного экзамена

7.1. Основная литература

1. Алексеев С.В. Правовое регулирование предпринимательской деятельности. М.: - ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
2. Антипов К.В. Основы рекламы. Учебник, 3-е изд. – М.: Дашков и К°, 2015.
3. Баранчев В.П., Масленникова Н.П., Мишин В.М.Арляпова. Управление инновациями В 2 Т 3-е изд., пер. и доп. Уч-к для академ. бак-та. – М.: ЮРАЙТ, 2015.
2. Беквит Г. Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг. М.: Альпина Паблишер. 2014.
3. Баумгартен Л.В. Метрология, стандартизация и сертификация в сервисе и туризме. Учебное пособие для бакалавров. – М.: Кнорус, 2016.
4. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса /уч. пособ. М.: Дашков и К. 2014.
5. Велединский В.Г. Сервисная деятельность (для бакалавров). – М.: Кнорус, 2012.
6. Ветитнев, А.М., Коваленко, Вл. В., Коваленко, В. В. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника. Учебное пособие» Серия: "Высшее образование". Форум. 2014.
7. Горев А.Э. Информационные технологии на транспорте. Уч-к для академического бак-та. - М.: ЮРАЙТ, 2016.
8. Гончаренко Л.П. (отв. ред.) Инновационный менеджмент 2-е изд., пер. и доп. Уч-к для академ. бак-та. - М.: ЮРАЙТ, 2015.
9. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации 4-е изд., пер. и доп. Уч-к и практикум для академ-го бакал-та. - М.: ЮРАЙТ. 2015.

10. Горфинкель В.Я. - Отв. ред. Малое предпринимательство: организация, управление, экономика: Уч. пособ. (раздел по франчайзингу). - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М. 2014.
11. Данченко Л.А. - Отв. ред. МАРКЕТИНГ. Учебник для бакалавров. - М.: ЮРАЙТ, 2015.
12. Дегтярева, О.И., Васильева, Т.Н., Гаврилова, Л.Д., Ломакина О.Б.; Под ред. О.И. Дегтяревой. Международное торговое дело: Уч-к (раздел по франчайзингу). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2015.
13. Дехтярь Г.М. Правовые основы бизнеса. Учебное пособие. – Проспект, 2016.
14. Дехтярь Г.М. Метрология, стандартизация и сертификация. Учебное пособие для бакалавров. – М.: Кнорус, 2014.
15. Котанс А.Я. Технологии социально-культурного сервиса и туризма. – Филинта, 2014.
16. Кузьмина Е.Е., Кузьмина Л.П. Организация предпринимательской деятельности 2-е изд., пер. и доп. Уч. пособие для бак-ов. - М.: ЮРАЙТ, 2016.
17. Коротков Э.М. МЕНЕДЖМЕНТ 3-е изд., пер. и доп. Учебник для бакалавров. - М.: ЮРАЙТ, 2015.
18. Кузнецов Ю.В. - Отв. ред. МЕНЕДЖМЕНТ. ПРАКТИКУМ. Учебное пособие для академического бакалавриата. - ЮРАЙТ, 2016.
19. Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы. – М.: Дашков и К°, 2014.
20. Липсиц И.В. - Отв. ред., Ойнер О.К. - Отв. ред. МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. - М.: ЮРАЙТ, 2016.
21. Резник Г.А., Маскаева А.И., Пономаренко Ю.С. Сервисная деятельность. Учебник. – М.: Инфра-М, 2015.
22. Романенкова, О. Н., Синяева, И. М., Синяев В. В.; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. Маркетинг услуг: Учебник М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014.
23. Толкачев А.Н. Личные продажи. Российская практика и новые подходы. - М.: Эксмо, 2010.
24. Федотова Л.Н. РЕКЛАМА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. Учебник для академического бакалавриата. – М.: ЮРАЙТ, 2015.
25. Хотяшева О.М., Слесарев М.А. Инновационный менеджмент 3-е изд., пер. и доп. Уч-к и практикум для академ. бак-та. - М.: ЮРАЙТ, 2016.
26. Иванов А.М., Солнцев А.Н., Гаевский В.В., Клюкин П.Н., Осипов В.И., Попов А.И. «Основы конструкции современного автомобиля»: М.: За рулем, 2012.
27. Шатров М.Г., Морозов К.А., Алексеев И.В. и др. «Автомобильные двигатели»: М.: Академия, 2013.
28. Иванов А.М., Иванов С.Н., Квасновская Н.П., под ред. Осипова В.И. «Автомобиль. Конструкция и рабочие процессы» М. «Академия», 2012.
29. Иванов А.М., Солнцев А.Н., Гаевский В.В., Осипов В.И., Попов А.И. «Основы конструкции автомобиля»: М.: За рулем, 2006 .
30. «Автомобили. Теория эксплуатационных свойств», под редакцией А.М. Иванова Учебник М. Академия, 2013.
31. Волгин В.В., Автодилер: маркетинг техники, рынок техники, создание дилерского центра, реализация техники, управление предприятием, развитие деятельности. Москва, Издательство – торговая корпорация “Дашков и К”, 2005, 871 с.ил.
32. Волгин В.В., Автодилер : торговля техникой, практическое пособие : авторынок и афтермаркет, организация торговли, управление, развитие / В. В. Волгин ; Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2010, 878 с. С ил.
33. «Основы эргономики и дизайна автомобилей и тракторов». Шарипов В.М. М.: Академия, 2005. – 250.: ISBN: 5-7695-1896-0.

34. "Эргономика: человеко-ориентированное проектирование техники, программных средств и среды". В.М.Мунипов, В.П.Зинченко, : Учебник. — М.: Логос, 2001 г. — 356 с.: ил. ISBN 5-94010-043-0.
35. "Эргономика". Учебное пособие. В.В.Фирсанов; Москва, изд. "МТУСИ", 2002г..

7.2. Дополнительная литература

1. Беляев Ю. М. Инновационный менеджмент: Учебник для бакалавров. Серия «Учебные издания для бакалавров» Гриф МО РФ/ Ю. М. Беляев. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 220 с.
2. Брюховец А.А., Грибанов Д.Д., Вячеславова О.Ф. Под общ. Ред. Зайцева С.А. Метрология 2-е изд., пер. и доп. Учебник. – М.: Форум, 2015.
3. Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс. Уч-к и практикум для бак-та и маг-ры. - М.: ЮРАЙТ, 2015.
4. Жданова Т.С. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса. Учебное пособие. - М.: Дашков и К. 2014.
5. Колотилов Е., Парабеллум А. Чемпионы продаж. Что и как лучшие продавцы в мире делают иначе. - М. : Манн, Иванов и Фербер. 2014.
6. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. - 2-е изд. СПб.: Питер, 2014.
7. Панюкова В.В. Применение интеграционных механизмов развития в торговой отрасли России на основе франчайзинга: Монография. - М.: Типография «Ваш формат», 2014.
8. Поляков В.А., Романов А.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта. Уч-к и практикум для академ. бак-та. – М.: ЮРАЙТ, 2015.
9. Романова Ю.Д. - Отв. ред. Информационные технологии в менеджменте (управлении). Уч-к и практикум для академ. бак-та. - М.: ЮРАЙТ, 2016.
10. Резник С. Д., Глухова А. В., Черницов А. Е. Под общ. ред. С.Д.Резника Основы предпринимательской деятельности. Учебник. - М.: НИЦ Инфра-М, 2015.
11. Синяева И.М., Романенкова О.Н. МАРКЕТИНГ 3-е изд., пер. и доп. Учебник для академического бакалавриата. - М.: ЮРАЙТ, 2015.
12. Шапкин И.Н. - Отв. ред. МЕНЕДЖМЕНТ. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА 4-е изд. Учебник для вузов. – М.: ЮРАЙТ, 2016.
13. Экономика организации (предприятия). Под ред. Чернышева Б., Горфинкеля В. – М., Вузовский учебник, 2009.
14. Гражданский Кодекс РФ.
15. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 N 2300-1
16. Закон РФ «О Рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ
17. Закон РФ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности» от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ
18. Налоговый кодекс РФ.
19. Федеральный Закон от 25 сентября 1998 г. №158-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».
20. Краткий автомобильный справочник. М. Трансконсалтинг. 1994.
21. http://wiki.zr.ru/Устройство_автомобиля.

Прошито, пронумеровано и скреплено
Печатью 36 (тридцать шесть) листа.

(заместитель директора Института
отраслевого менеджмента
Косарева Е.Н./

