

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Самарский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Председатель приемной комиссии,  
ректор, д.э.н., профессор



Г.Р. Хасаев

**Программа**  
**вступительных испытаний по дисциплине**  
**«Экономика и управление народным хозяйством: экономика,**  
**организация и управление предприятиями, отраслями,**  
**комплексами сферы услуг»**  
**для поступающих на программу подготовки**  
**научно-педагогических кадров в аспирантуру СГЭУ**  
**в 2016-2017 учебном году**

## Содержание

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Содержание дисциплины                                                | 3  |
| 2. Порядок проведения вступительных испытаний                           | 12 |
| 3. Список литературы для подготовки к сдаче вступительного<br>испытания | 13 |

## 1. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Раздел 1. Тематика по основам сервисной деятельности и специальным дисциплинам

#### *1. Теоретические основы и эволюция сервисной деятельности как системы отраслей народного хозяйства*

Теоретические основы сервисной деятельности. Сервис как потребность. Природа и характер сервисной деятельности. Особенности сферы услуг. Общее понятие сервисной услуги, специфика услуг как объекта купли-продажи. История становления и развития сервисных услуг как особой социальной сферы. Социальная и экономическая результативность услуг, их значимость в решении социально - экономических задач. Определение, значение, содержание поведения потребителей в сфере услуг. Характеристика социально-культурной сферы. Прогрессивные формы обслуживания. Культура сервиса. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности. Психология процесса обслуживания. Современные тенденции и проблемы развития сферы услуг.

#### *2. Разновидности услуг и их характеристика.*

Определение сервисной услуги. Состав и структура сферы услуг. Отличие услуги от товара. Специфика сервисных услуг. Сегментация рынка потребительских услуг. Классификация услуг по функциональной направленности. Общероссийские классификаторы услуг населению. Классификация услуг по отраслевому принципу. Комплексная классификация услуг.

#### *3. Государственное регулирование сервисной деятельности*

Государственное регулирование сферы услуг: цели, задачи, принципы, приоритеты, методы. Распределение функций в области регулирования рынка услуг между федеральными и региональными органами управления. Проблемы государственного регулирования сферы услуг. Качество услуги в сервисной деятельности. Стандартизация в управлении качеством услуг. Сертификация услуг. Лицензирование видов деятельности.

#### *4. Инновационные процессы в сфере услуг*

Управленческие и технологические инновации. Принципы и методы организации нововведений в сфере услуг. Инновационный менеджмент в сервисной деятельности. Франчайзинг как форма организации малого бизнеса в сервисной деятельности. Мерчендайзинг.

#### *5. Коммуникативные умения и их роль в сфере услуг. Психодиагностическое поле клиента сервиса*

Роль персонала организации в процессе предоставления услуги как коммуникатора. Составляющие коммуникации: глазные сигналы доступа;

голос как источник информации; пантомимика; невербальные проявления эмоционального состояния собеседника; основные телесные сигналы функционально-эмоционального состояния человека; активная позиция, готовность к действию; положительные эмоциональные реакции: настрой на активное общение, положительная оценка высказываний партнера; концентрация на собственных мыслях; критическая оценка, ожидание, удивление; отрицательные эмоциональные реакции: слабая пассивная реакция, сильная пассивная реакция, активная реакция; маскируемое поведение.

Пути развития коммуникативной компетентности специалиста: общение как функциональная категория; коммуникативная компетентность как способность устанавливать и поддерживать необходимое общение с другими людьми; гармонизация компетентного общения; формирование коммуникативных умений.

Диагностика работы «контактной зоны: клиенториентированность»: клиенториентированность как основной принцип деятельности компаний социально - культурного сервиса; проекты, направленные на определение и удовлетворение потребностей клиентов: формирование базы клиентов, внедрение программ для повышения их лояльности, предоставление сопровождающих услуг, организация работы call-центров и другое.

Потребности, мотивы, интересы и ценности потребителя услуг: психологическая диагностика клиента; парадигма маркетинга отношений; мотивационные особенности клиента сервиса; виды потребностей; типы (категории) потребностей и интересов. Личностные особенности клиента: анализ покупательского поведения; отличительные свойства личности - типы личности; определение личностных факторов клиента в сфере услуг.

## *6. Этика и психология сервисной деятельности. Организация обслуживания потребителей*

Содержание и разновидности внешнего облика сотрудника и клиента: мобилизация как состояние готовности к предстоящим действиям; эмоциональное состояние; мимика, жесты, выражение глаз; проблема правильного распознавания индивидуальных особенностей и психологического состояния человека; сбор информации о клиенте; атрибуты внешности клиента; типология личности по особенностям восприятия; определение типа восприятия; типология личности в психогеометрическом подходе; основные признаки телесной конституции и особенности речи людей с характерами разных типов; морфологические признаки клиента как характеристика его психических свойств.

Поведение человека как проявление отношения к чему-либо или к кому-либо: внутреннее (система взглядов, убеждений и т.д.) и внешнее (мимика, жесты, поза, походка, осанка, речь) поведение; поведение продавца услуг как способ воздействия на клиента; выражения глаз и типы взгляда клиента и турагента в их отношениях и позициях; психологические основы

взаимодействия с клиентом; расстояние между собеседниками; пунктуальность; типы поведения и возможные ошибки.

Поведение в процессе взаимодействия специалиста по сервису с потребителем услуг: установление и развитие отношений с клиентом; создание атмосферы аттракции; коммуникативные основы профессионализма; методы общения с клиентами; удовлетворение потребностей клиента; схема убеждения; правила убеждения; социально - перцептивная компетентность.

### *7. Конфликтология в обслуживании клиентов в сфере услуг*

Психологический конфликт и пути его благоприятного разрешения: введение в конфликтологию: элементы теории; поведение личности в конфликте; основные модели поведения в конфликте; типы конфликтных личностей; самодиагностика конфликтности личности; стратегии поведения в конфликте; технологии регулирования конфликтов; оценка глубины конфликта; алгоритм деятельности в процессе управления конфликтами; эффективное общение и рациональное поведение в конфликте; внутриличностные конфликты: понятие, основные психологические концепции, классификация, формы проявления и способы разрешения.

### *8. Маркетинг в организациях сферы услуг*

Определение проблемного поля менеджмента и маркетинга услуг. Расширение концепции «маркетинг-микс» для организаций сферы услуг. Треугольник Котлера: внутренний, двухсторонний и внешний маркетинг. Три уровня внутреннего маркетинга. Основные элементы внутреннего маркетинга. Модель внутреннего маркетинга для организаций сферы услуг. Анализ цепочки «услуга-прибыль». Двухсторонний маркетинг для организаций сферы услуг. Маркетинг отношений для организаций сферы услуг. Customer Relationship Cycle - долгосрочный маркетинговый подход. Маркетинговые методы минимизации разрывов в GAP модели. Континиум маркетинговых стратегий.

### *9. Особенности менеджмента сервисной фирм. Обоснование бизнес-идеи.*

Сервисный бизнес и предпринимательство. Личность предпринимателя. Характерные черты предпринимательства в сервисном бизнесе. Поиск источников средств для финансирования бизнеса. Специфика управления сервисной фирмой. Функции управления организацией. Сравнение производственных фирм и фирм, предоставляющих услуги. Дифференцированный подход при рассмотрении систем производства.

Выбор бизнес – идеи. Оценка предпринимательских способностей. Возможности франчайзинга. Исследование источников финансовой помощи. Исследование потенциального рынка. Определение формы регистрации сервисной фирмы. Определение налоговых обязательств. Исследование региональных и лицензионных требований. Определение страховых

потребностей. Оценка потребностей в работниках. Определение основных поставщиков. Составление прогноза финансовых потребностей. Определение источников финансовых ресурсов. Выбор формы учета и отчетности. Стратегические планы для сервисного бизнеса.

#### *10. Размещение предприятий сферы услуг. Процесс планирования*

Значение выбора местоположения бизнеса. Этапы процедуры принятия решения о выборе места. Факторы, влияющие на выбор местоположения нового сервисного предприятия. Использование транспортной модели линейного программирования для выбора местоположения сервисной фирмы. Метод центра тяжести. Выбор лучшей альтернативы по рейтингу факторов. Выбор производственного процесса. Типы производств. Подбор продукции и способа производства. Планирование производственной мощности. Факторы, влияющие на эффективную мощность. Способы измерения производственной мощности. Проектирование товаров и услуг. Проектирование операционных процессов. Освоение производственных операций. Объемно - ценовой анализ. Финансовое планирование. Планирование и развитие маркетинга. Маркетинговые исследования в деятельности сервисного предприятия. Анализ платежеспособного спроса. Ценовая политика. Ассортиментная политика. Позиционирование товара на рынке.

#### *11. Персонал организаций сферы услуг и построение трудовых взаимоотношений*

Анализ и оценка рабочих мест. Оценка состава и численности персонала. Отбор персонала и заключение трудовых соглашений. Особенности контрактной формы найма. Выбор методов руководства. Методы стимулирования и активизации персонала. Выбор стратегии развития персонала. Барьеры общения и конфликты в коллективе. Этический кодекс и имидж предпринимателя. Мотивация.

#### *12. Прогнозирование спроса на услуги.*

Общая характеристика системы факторов, определяющих спрос в сфере услуг. Основные методологические подходы к прогнозированию спроса на продукцию отраслей сферы услуг – традиционный, классический, модифицированный. Качественные и количественные методы прогнозирования спроса на услуги. Проблема адаптации существующих подходов и методов прогнозирования спроса на услуги к современным условиям функционирования отраслей сферы услуг.

#### *12. Мощность организации сферы услуг.*

Особенности определения мощности организаций сферы услуг. Стратегии в отношении мощности организаций сферы услуг. Level Capacity Management. Условия непикового спроса. Управление очередями. Система

бронирования. Chase стратегия. Частичная занятость. Участие потребителей. Стратегия управления спросом. Ценообразование. Реклама. Способы повышения использования мощностей организаций сферы услуг. Yield Management. Теория принуждения. Управление очередями.

#### *14. Стратегии организаций сферы услуг*

Сервисный менеджмент как современная концепция управления. Стратегическая сервисная концепция. Конкурентные сервисные стратегии. Специфика барьеров вхождения в отрасль. Этапы развития организаций сферы услуг и стратегия. Типы международной конкуренции в сфере услуг. Национальные конкурентные преимущества в сфере услуг.

#### *15. Особенности функционирования отдельных групп услуг.*

Сфера бытового обслуживания населения. Посреднические услуги в предпринимательстве. Характеристика досуговых услуг. Международная торговля услугами. Особенности организации послепродажного обслуживания. Особенности сервисной деятельности в России. Социальная услуга: общая характеристика.

#### *16. Сфера услуг общественного питания и ее особенности*

Услуга общественного питания и ее компоненты. Предприятия общественного питания и их характеристики. Требования к услуге общественного питания согласно государственных стандартов. Рестораны как предприятия общественного питания. Классификация ресторанов. Кафе и бары как предприятия общественного питания. Виды кафе. Столовые, буфеты и закусочные как предприятия общественного питания. Классификация предприятий общественного питания по уровню комфорта. Требования к предприятиям общественного питания класса люкс, первого и второго класса.

Состав помещений предприятия общественного питания. Производственные помещения предприятия общественного питания. Нормативы планирования производственных помещений. Торговые залы на предприятиях общественного питания. Принципы расстановки мебели в торговом зале. Архитектурные и планировочные решения в проектировании торговых залов ресторанов. Санитарные, инсоляционные, гигиенические, экологические нормативы в проектировании помещений предприятий общественного питания. Вестибюль, аван-зал, гардероб, банкетный зал как помещения предприятия общественного питания в отеле.

Штатное расписание ресторана. Разделение труда в ресторане. Организация трудового процесса. Типы должностей в ресторане. Должностные инструкции управленческого состава ресторана (заведующий производством, администраторы, метрдотели, шеф-повар). Обязанности обслуживающего

персонала в ресторане (официанты, банкет-официанты, помощники официантов, швейцары).

Требования к официантам (здоровье, внешний вид, форма одежды, профессиональные навыки и знания). Должностные инструкции материально ответственных лиц в ресторане. Организация бухгалтерского учета в ресторане. Применяемые системы учета и отчетности в ресторанном производстве. Системы двойного и тройного учета. Бар как структурное подразделение ресторана. Должностные обязанности и ответственность бармена.

Содержание понятия «культура обслуживания» в ресторане. Эстетика интерьера, атмосфера ресторана, комфортность условий обслуживания как составляющие культуры. Обеспечение безопасности и экологичности обслуживания посетителей ресторана. Методы повышения безопасности и экологичности. Нормативы оснащённости ресторана посудой, столовым бельем и мебелью. Виды посуды и приборов на предприятии общественного питания. Характеристика керамической, фарфоровой, стеклянной, хрустальной посуды. Виды приборов. Техническое оснащение ресторанного производства. Автоматизация ресторанного производства.

#### *17. Индустрия гостеприимства: особенности организации и управления*

Возникновение и развитие гостиничного хозяйства; сущность гостиничной услуги и ее особенности; особенности работы в индустрии гостеприимства – роль персонала; общая характеристика потребителей гостиничных услуг; законодательные основы гостиничного хозяйства в мире и в РФ; гостиничные ассоциации. Нормативно-правовое регулирование гостиничных услуг. Модели организации гостиничного бизнеса; классификаторы услуг в гостиничном бизнесе; критерии классификации услуг; классификация средств размещения; типология гостиниц; классификация номерного фонда - европейский стандарт и российские особенности.

Изучение технологий работы основных служб отеля: служба приема и размещения; служба бронирования; служба эксплуатации номерного фонда; служба питания; служба персонала; служба безопасности; отдел маркетинга и рекламы; конгрессная служба; доп.

Услуги отеля. особенности маркетинга в сфере гостиничного хозяйства; сегментация рынка гостиничных услуг; позиционирование гостиничного продукта; стратегии маркетинга в сфере услуг; специальные маркетинговые программы; особенности PR-деятельности в гостиничном бизнесе. специфика цены на гостиничные услуги; состав и структура цены на гостиничные услуги; методы ценообразования в сфере услуг; маркетинговые стратегии цен в гостиничном бизнесе; тарифы и тарифная политика; виды расчетов с клиентами.

Психологические основы обслуживания; правила и стандарты профессионального общения; психологические проблемы взаимоотношений



персонала и гостя; система оценки удовлетворенности клиента; анализ качества обслуживания; методы формирования лояльности потребителей (CRM); особенности формирования конкурентных преимуществ в гостиничном бизнесе за счет качества обслуживания, бенчмаркинг.

Меры поддержки гостиничной отрасли за рубежом; проблемы развития гостиничного хозяйства в РФ; факторы, влияющие на экономику отеля; маркетинговые альянсы: понятие, критерии, схемы создания, организационно-правовые формы; освоение и распространение инноваций в гостиничном бизнесе; перспективы и тенденции развития гостиничного бизнеса.

### *18. Туристские услуги и их потребители*

Туристские услуги: понятие и особенности. Субъекты туристского рынка и механизмы их взаимодействия. Турист как потребитель сервисных услуг. Типология туристов. Особенности психологии поведения потребителей туристских услуг. Тенденции развития мирового, российского и регионального рынков туристских услуг. Рекреационные основы туризма. Развлекательные туры. Деловой туризм. Спортивный туризм. Обучающие туры. Семейный туризм. Событийный туризм. Оздоровительный туризм. Нормативно-правовое регулирование сферы туристских услуг. Требования к туристской услуге.

#### *Перечень вопросов для сдачи вступительных экзаменов в аспирантуру*

1. Понятийный аппарат сервисной деятельности и факторы ее развития
2. Социальная и экономическая результативность услуг, их значимость в решении социально - экономических задач.
3. Основные отрасли сферы услуг и их роль в социально экономическом развитии.
4. Виды организаций сферы услуг и их особенности.
5. Поведение потребителей и его влияние на организацию и управление деятельностью предприятий сферы услуг
6. Классификация услуг и их особенности
7. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации сервисной деятельности.
8. Клиент как ключевой субъект сервисной деятельности. Потребности, мотивы, интересы и ценности потребителя услуг: психологическая диагностика клиента.
9. Клиенториентированность как основной принцип деятельности компаний социально - культурного сервиса
10. Принципы, приоритеты и механизмы государственной политики в

сфере услуг.

11. Государственное регулирование и рыночные регуляторы развития сферы услуг.
12. Качество услуги в сервисной деятельности. Управление качеством в сфере услуг.
13. Взаимодействие государства, органов муниципального управления и бизнеса в развитии организаций сферы услуг.
14. Малые и средние предприятия в сфере услуг.
15. Организационно-экономические формы хозяйствования в сфере услуг: современные тенденции и проблемы развития.
16. Организационно-экономическое обеспечение качества услуг: лицензирование, стандартизация и сертификация.
17. Прогнозирование и планирование в сфере услуг.
18. Сущность инновационного менеджмента. Управленческие и технологические инновации. Принципы и методы организации нововведений в сфере услуг.
19. Организация и эффективность труда в сфере услуг
20. Услуги гостиничного сервиса: понятие, специфика, организация процесса оказания услуг, нормативно-правовое регулирование
21. Туристские услуги: понятие, специфика, организация процесса оказания услуг, нормативно-правовое регулирование
22. Коммуникации в сфере услуг
23. Этика и психология сервисной деятельности: принципы поведения в процессе взаимодействия клиента и исполнителя услуг
24. Конфликты в сфере услуг и алгоритм деятельности в процессе управления конфликтами
25. Модели маркетинга услуг и особенности их использования
26. Сервисный бизнес и специфика его организации и управления. Характерные черты предпринимательства в сервисном бизнесе.
27. Размещение предприятий сферы услуг
28. Организация труда работников сферы услуг.
29. Особенности определения мощности организаций сферы услуг.
30. Этапы развития организаций сферы услуг и конкурентные сервисные стратегии.
31. Сфера услуг общественного питания: особенности процесса оказания услуги, требования к качеству и условиям на предприятии
32. Культура обслуживания на предприятиях сферы услуг.
33. Управление взаимоотношениями с клиентами на основе современных информационных технологий.
34. Современные тенденции и проблемы развития сферы услуг.

## **Раздел 2. Представление реферата по предполагаемой теме диссертационного исследования**

Вступительный реферат имеет своей целью показать, что поступающий в аспирантуру имеет необходимые теоретические и практические знания по выбранному направлению своей научной деятельности. При выборе темы реферата необходимо исходить, прежде всего, из ее актуальности, а также собственных научных интересов по выбранной для обучения в аспирантуре специальности.

Реферат должен носить характер творческой самостоятельной научно-исследовательской работы. Изложение материала не должно ограничиваться лишь описательным подходом к раскрытию выбранной темы, но так же должно отражать авторскую аналитическую оценку состояния исследуемой проблемы и собственную точку зрения на возможные варианты ее решения.

Соискатель, имеющий научные публикации освобождается от написания реферата. Он должен представить на кафедру оригинал публикации.

Реферат состоит из 3-х частей:

- введение (обоснование выбора темы, ее актуальность, основные цели и задачи исследования);

- основная часть состоит из 2-3 параграфов, в которых раскрывается суть исследуемой проблемы, оценка существующих в литературе основных теоретических подходов к ее решению, изложение собственного взгляда на проблему и пути ее решения и т.д.;

- заключение (краткая формулировка основных видов и результатов, полученных в ходе исследования).

Объем работы 25-30 страниц печатного текста (шрифт № 14 Times New Roman, через 1,5 интервала).

Текст должен быть иллюстрирован таблицами, графиками, диаграммами, причем наиболее ценными из них являются те, что самостоятельно составлены автором.

Необходимой частью реферата является список литературы, использованной в ходе работы над выбранной темой. Список составляется в соответствии с правилами библиографического описания.

При выполнении работы нужно обязательно использовать законодательные акты, нормативные документы, книги, статьи, статистические сборники, фактическую информацию, материалы официальных сайтов Интернет. Ссылки на использованные источники, в том числе электронные – обязательны.

Реферат представляется на рецензирование в печатном и электронном виде. Работы, не соответствующие установленным требованиям или скачанные из Интернета<sup>1</sup> не принимаются, а соискатель не допускается к вступительному экзамену в аспирантуру. Реферат рецензируется преподавателем соответствующей кафедры, имеющим ученую степень. Оценка - дифференцированная в зависимости от степени соответствия реферата установленным критериям (см. ниже).

---

<sup>1</sup> Рефераты тестируются с помощью системы «АНТИПЛАГИАТ»

### Критерии оценки реферата

|     |                                                                                                                   |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Актуальность темы                                                                                                 |
| 2.  | Имеется ли научная проблема в формулировке и постановке темы исследования                                         |
| 3.  | Дан ли обзор научной литературы по теме (наличие ссылок на работы российских и зарубежных ученых)                 |
| 4.  | Наличие теоретической базы исследования                                                                           |
| 5.  | Показана ли взаимосвязь теоретических аспектов темы с российской (международной) практикой                        |
| 6.  | Имеется ли аналитический раздел                                                                                   |
| 7.  | Имеется ли статистическая информация по теме, самостоятельно обобщенная автором (таблицы, графики, расчеты и др.) |
| 8.  | Представлена ли законодательная, нормативная база (российская и зарубежная) по теме                               |
| 9.  | Насколько развернуто и полно представлена библиография по теме                                                    |
| 10. | Присутствуют ли собственные оценки, позиция автора по аспектам исследования                                       |

## 2. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

Вступительные испытания проводятся на русском языке.

Вступительные испытания проводятся в устной форме в виде собеседования по вопросам экзаменационного билета и ответов на вопросы членов комиссии.

При подготовке к ответу в устной форме абитуриенты делают необходимые записи по каждому вопросу на выданных секретарем приемной комиссии листах бумаги со штампом СГЭУ.

На подготовку к ответу первому абитуриенту предоставляется не менее 45 минут, остальные отвечают в порядке очереди.

После завершения ответа члены комиссии по проведению вступительных испытаний, с разрешения ее председателя, могут задавать абитуриенту дополнительные вопросы, связанные с вопросами билета экзаменуемого и не выходящие за пределы программы вступительных испытаний. На ответ абитуриента по билету и вопросы членов комиссии отводится не более 30 минут. По завершении вступительного испытания комиссия на закрытом заседании обсуждает характер ответов каждого абитуриента и выставляет каждому абитуриенту согласованную итоговую оценку, проставляемую в протокол.

Лица, не явившиеся на вступительное испытание по уважительной причине (болезнь или иные обстоятельства, подтвержденные документально), допускаются к ним в других группах или индивидуально в период вступительных испытаний.

Уровень знаний поступающего оценивается экзаменационной комиссией по пятибалльной системе.

Минимальный балл по результатам вступительных испытаний, позволяющий участвовать в конкурсе – 3 балла.

Максимальный балл по результатам одного испытания – 5 баллов.

Результаты проведения вступительного испытания оформляются протоколом, в котором фиксируются вопросы экзаменаторов к поступающему. На каждого поступающего ведется отдельный протокол.

Протоколы приема вступительных испытаний после утверждения хранятся в личном деле поступающего.

Решение экзаменационной комиссии размещается на официальном сайте Университета ([www.sseu.ru](http://www.sseu.ru)) и на информационном стенде приемной комиссии не позднее трех дней с момента проведения вступительного испытания.

По результатам решения экзаменационной комиссии о прохождении вступительного испытания поступающий (доверенное лицо) вправе подать в апелляционную комиссию апелляцию о нарушении по мнению поступающего, установленного порядка проведения вступительного испытания и (или) о несогласии с полученной оценкой результатов вступительного испытания в соответствии с правилами приема на обучение в федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный экономический университет» по образовательным программам высшего образования - программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре.

Пересдача вступительных испытаний не допускается.

### **3. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СДАЧЕ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

а) основная литература:

1. Грибов В. Д. Экономика предприятия сервиса : учеб. пособие для студ. вузов / Грибов В. Д., Леонов А. Л. - 3-е изд., перераб. - М. : КноРус, 2011.
2. Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность [Текст]. Учебное пособие. - М.: ИКЦ МарТ; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2008. – 256 с. Серия: Туризм и сервис. ISBN: 5-241-00652-4
3. Черныш А.Я., Багмет Н.П., Михайленко Т.Д., Анисимов Е.Г., Глазунова И.В., Липатова Н.Г., Сомов Ю.И. Организация, формы и методы научных исследований. — Москва: Российская таможенная академия 2012 г.- НТС РТА — 320 с. — Электронное издание. — <http://ibooks.ru/reading.php?productid=341012>
4. Комлацкий В.И. Планирование и организация научных исследований. — Ростов-на-Дону: Феникс 2014 г.— 204 с. — УМО - Электронное издание. - <http://ibooks.ru/reading.php?productid=340024>
5. Лавлок Кристофер Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии [Текст]: учебник/ Л. Кристофер. – издательский дом «Вильямс», 4 – изд. – 2005. – 1008 с. - ISBN: 5-8459 0648-2

4. Маркетинг [Текст]: Учебник / С. Божук [и др.]. - УМО, 4-е изд. - СПб. : Питер, 2012. - 6(Учебник для вузов). - Библиогр.: с. 447-448. - ISBN 978-5-459-01089-3.

б) дополнительная литература:

1. Байленко В.Ф. Сервисная деятельность. Организационные, этические и психологические аспекты [Текст]./

4. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. 14-е изд. — Санкт-Петербург: Питер 2014 г.— 800 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-496-00177-9 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=340124>

5. Медлик С. Гостиничный бизнес [Текст]. – Учебник/ С. Медлик, Х.Инграм.: - УМО. – М.: Юнити-Дана. – 2015. – 239 с. – ISBN: 5-238-00792-

6. Репин,В. Процессный подход к управлению [Текст] : Моделирование бизнес-процессов / В. Репин, В. Г. Елиферов ; Репин В., Елиферов В. - М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 544 с. ; 70х100/16. - 2000 экз. - Библиогр.: с. 487. - ISBN 978-5-91657-554-5

7. Руденко Л.Л. Сервисная деятельность: Учебное пособие. М.: Дашков и К°, 2012. -

7. Синяева, И.М. Маркетинг : теория и практика [Текст] : Учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова. - УМО, 2-е изд. перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2013. - 665с. ; 60х90/16. - (Бакалавр. Углубленный курс). - Библиогр.: с. 663 - 665. - ISBN 978-5-9916-2191

8. Резник С.Д. Аспиранты России: отбор, подготовка к самостоятельной научной и педагогической деятельности: Монография / С. Д. Резник, С. Н. Макарова, Е. С. Джевицкая. - М. : ИНФРА - М, 2013. - 236 с.

9. Рузавин, Г.И. Методология научного познания: Учебное пособие для вузов. - УМО. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 287 с.

10. Овчаров А.О. Методология научного исследования - Москва: ИНФРА-М, 2014.

11. Инновационный менеджмент [Текст]: Учебник по ред. Горфинкуеля В.Я., Попадюк Т.Г. – М.: ПРОСПЕКТ, 2012.

12. Экономика предприятия [Электронный ресурс]: учебник для вузов / под ред. проф. В. Я. Горфинкеля. -5-е изд., перераб. и доп. -М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. -767 с. - (Серия «Золотой фонд российских учебников»). [www.znaniium.com](http://www.znaniium.com)

13. Филипповский О.В., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства. М.: Финансы и статистика, 2007.