

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«КАЗАНСКИЙ (ПРИВОЛЖСКИЙ) ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ, ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ

Государственный экзамен по направлению  
43.03.01 «Сервис»  
(квалификация (степень) «бакалавр»)

Этап I

**Перечень открытых вопросов  
к Программе ГИА 2021 года (выпуск 2025 г.)**

Вариант экзаменационного билета состоит из трех вопросов, на которые необходимо дать развернутые ответы по следующим дисциплинам. Время на выполнения задания 1 час. Обучающийся должен письменно дать ответ на каждый вопрос. За правильный ответ на первый вопрос дается 6 баллов, за второй и третий по 7. В третьем вопросе оценивается раскрытие каждого блока: основы правоведения и противодействия коррупции – 2 балла, безопасность жизнедеятельности – 2 балла, физическая культура – 3 балла.

**Блок 1: УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-6**

1. Влияние характеристики сервисных услуг на практику менеджмента сервисных организаций.
2. Факторы развития практики сервисного менеджмента.
3. Проблемы оценки качества сервисной менеджмента
4. Модель ценности сервисной услуги и ее влияние на функционирование сервисной организации.
5. Многокритериальность менеджмента сервисной организации: содержание и источники потенциальных конфликтов.
6. Методы и направления внутриорганизационной координации работы в сервисных организациях.
7. Формирование лидирующей сервисной организации.
8. Проектирование системы участия потребителя в производстве сервисных услуг.
9. Ограничения структурного проектирования сервисной организации
10. Проектирование системы бизнес-процессов при оказании сервисных услуг
11. Ключевые проблемы и особенности планирования деятельности сервисной организации
12. Методы контроля над сервисными процессами: упреждающий контроль, сопутствующий контроль, контроль над результатом предоставления услуги.
13. Проблема реализации принципов стандартизации сервисных услуг.
14. Оценка макроэкономических рисков сервисного менеджмента
15. Революция сервисных услуг и смена управленческих парадигм.
16. Бихевиористские теории поведения потребителей
17. Модели индивидуализации обслуживания.
18. Модели массового обслуживания при определении мощности организации сферы услуг.
19. Ключевые концепции обслуживания клиентов сервисных отраслей.
20. Структура процесса обслуживания: ключевые принципы проектирования.
21. Концепция обслуживания в глазах потребителя: возможность корректировки
22. GAP-модели оценки качества услуги в системе сервиса.

23. Концепция восприятия среды обслуживания
24. Понятие, цель и задачи сервисной деятельности в системе экономических отношений.
25. Социально-экономические предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.
26. Классификации видов сервисной деятельности.
27. Услуга как результат сервисной деятельности: понятие и характерные черты.
28. Основные подходы к определению и структуре сервисного продукта.
29. «Природа» предоставления услуги и «доставка» услуг по К. Лавлоку.
30. Структура сферы услуг и ее функции.
31. Структура системы сервиса на предприятии. Фирменный сервис.
32. Контактная зона сервиса: понятие, структура, характерные черты.
33. Структура процесса работы с рекламациями клиентов.
34. Подходы к определению качества товаров и услуг (Э. Деминг, Д. Гарвин, Ф. Кросби).
35. Соотношение качества и удовлетворенности клиента. Модель качества услуги (Л.Бери, В. Зайтамль).
36. Определение и виды сервисных гарантий. Восстановление услуги, гарантии при ее предоставлении.
37. Нормативно-правовая база сервисной деятельности в России.
38. Зона толерантности в сервисе: понятие, возможности применения (Л. Бери, В.Зайтамль, Р.Джонстон).
39. Человеческий фактор и эффективность кадровых процессов в сервисной организации
40. Сложности оценки сервисного персонала
41. Мотивация к качественному обслуживанию клиента, система подготовки персонала
42. Факторы идентичности сервисного персонала и их влияние на процесс обслуживания
43. Возможности карьерного роста и планирование карьер сервисного персонала.
44. Степени свободы поведения сервисного персонала как гарантия качественного обслуживания
45. Система оценки персонала сервисных организаций
46. Система обучения и социальной адаптации как условие качества сервисной деятельности.

## **Блок 2: УК-6, УК-9, ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-7, ОПК-8**

1. Особенности маркетинга сервисных услуг
2. Маркетинговая среда сервисного предприятия
3. Определение конкурентной маркетинговой стратегии сервисной организации
4. Цели и направления маркетинговых исследований в сервисе: ключевые особенности
5. Методы анализа маркетинговой информацией
6. Факторы сегментирования рынка и позиционирования сервисных услуг.
7. Стратегии дифференцирования рыночного предложения сервисных услуг
8. Управление ассортиментом сервисных услуг
9. Ключевые факторы системы ценообразования сервисных услуг
10. Внешний маркетинг в сфере услуг: сбытовой маркетинг и маркетинговые коммуникации
11. Основные каналы сбыта и система продвижения услуг на рынке
12. Интерактивный маркетинг на предприятиях в сфере услуг
13. Принципы организации предпринимательской деятельности.
14. Характерные черты современного российского предпринимательства.
15. Характеристика субъектов предпринимательской деятельности; физические и юридические лица;
16. Гражданско-правовая характеристика индивидуального предпринимателя.
17. Права и обязанности индивидуальных предпринимателей, их личностные характеристики
18. Система мотивов развития предпринимательства.
19. Сущность предпринимательской среды, ее влияние на развитие предпринимательства.
20. Рынок как среда существования предпринимателей.
21. Характеристика организационно-правовых форм предпринимательской деятельности. Простые и сложные организационно-правовые формы.

22. Сущность малого предпринимательства. Критерии отнесения субъектов рыночной экономики к малому предпринимательству.
23. Финансово-кредитная и имущественная поддержка малого предпринимательства. Налогообложение малых предприятий. Упрощенная и вмененная системы налогообложения.
24. Основные этапы создания собственного дела.
25. Источники предпринимательских идей и методы их отбора.
26. Разработка бизнес-плана при создании собственного дела.
27. Ответственность предпринимателей за нарушение договорных обязательств.
28. Сущность предпринимательского риска. Ответственность предпринимателей, сущность, значение, формы. Виды и формы ответственности. Гражданско-правовая, административная ответственность.
29. Меры государственной поддержки предпринимательской деятельности.
30. Понятие "необходимые потребители". Феномен отрицательного выбора потребителей сервисных услуг.
31. Факторы лояльности клиентов в сервисе. Возможности долгосрочного обслуживания. Коэффициенты лояльности.
32. Стратегии поведения целевых групп клиентов. Отбор целевых групп клиентов и их экономическая эффективность.
33. Методы защиты от нелояльных клиентов в сервисе. Управление жалобами клиентов в сервисе
34. Социально-демографические и экономические факторы в потреблении сервисных услуг
35. Влияние культуры потребления на реализацию сервисных услуг.
36. Цена конкурентной борьбы за клиента. партнерские отношениях между сервисными компаниями.
37. Удержание клиентов в сфере услуг. Личная симпатия и доверие в предоставлении сервисных услуг.
38. Повышение стоимости существующих клиентов. Жизненная стоимость клиента.

### **Блок 3: УК-7; УК-8, УК-10**

1. Какие действия необходимо предпринять при оказании первой помощи клиенту с подозрением на травму или ухудшение здоровья в сервисном предприятии, и какие протоколы следует соблюдать, чтобы избежать коррупционных схем в оказании медицинских услуг?
2. Какие признаки указывают на необходимость вызова скорой помощи при инцидентах в сервисных предприятиях, и какова роль антикоррупционных мер в обеспечении честности медицинского обслуживания?
3. Какие правовые нормы регулируют деятельность медицинского персонала и сотрудников в сервисных предприятиях, и как они связаны с антикоррупционными стандартами в сфере здравоохранения и обслуживания?
4. Какие особенности первой помощи следует учитывать при инцидентах с детьми и пожилыми людьми в сервисных предприятиях, и как антикоррупционные подходы могут повысить уровень безопасности этих групп клиентов?
5. Какова роль управляющих компаний в обеспечении безопасности клиентов и организации оказания первой помощи в сервисных предприятиях, и какие антикоррупционные практики могут быть внедрены для повышения эффективности управления?
6. Какие виды страхования могут покрывать риски, связанные с травмами или инцидентами в сервисных предприятиях, и как антикоррупционные меры могут способствовать более прозрачному процессу страхования?