

## Вопросы к зачету

по дисциплине

### «Международные гостиничные и туристические сети» 43.03.01, Сервис

1-й семестр 2018/2019 учебного года  
4 курс (16.4-531)

1. Каковы причины возникновения сетей в сфере услуг?
2. Совокупность каких характеристик определяет внутрифирменную сеть? межфирменную сеть?
3. Раскройте понятие "внутренние сети предприятия"
4. Каковы преимущества и недостатки сетевых структур в сфере услуг по сравнению с другими альтернативами?
5. По каким признакам можно выстроить типологию межфирменных сетей?
6. Приведите пример сетевого взаимодействия в туристической индустрии. Какой тип сетевого взаимодействия используется в примере?
7. Какое определение стратегического альянса Вы считаете предпочтительным? Почему?
8. В чем отличие между вертикальной и горизонтальной интеграцией предприятий?
9. Какие существуют источники снижения транзакционных издержек за счет сетевого межфирменного взаимодействия в гостиничном бизнесе?
10. Какие существуют источники повышения качества услуг за счет сетевого межфирменного взаимодействия в гостиничном бизнесе?
11. За счет каких факторов формируется и развивается доверие между предприятиями?
12. В чем заключаются конкурентные преимущества сетей в туристическом бизнесе?
13. Приведите пример комплементарности ресурсов и компетенций компаний в гостиничном/ресторанном/туристическом бизнесе.
14. Перечислите элементы гостиничных сетей и их взаимосвязи.
15. Какие стратегии развития гостиничных сетей можно назвать? В чем их особенности?
16. В чем заключается сетевая стратегия гостиничного бизнеса?

17. Приведите пример деятельности франчайзинговой сети в России. В чем ее преимущества и недостатки?
18. Охарактеризуйте использование различных видов транспорта в международном и внутреннем туризме в РФ
19. Охарактеризуйте основные особенности известных Вам форм сотрудничества авиакомпаний и турфирм.
20. Дайте определение туристической дестинации. Перечислите основные группы стейкхолдеров, деятельность которых влияет на привлекательность туристической дестинации.
21. Цепочка спроса и цепочка предложения в турбизнесе.
22. Перечислите элементы (этапы/звенья) цепочки создания ценности в турбизнесе.
23. Приведите пример участия потребителя в создании ценности в турбизнесе.
24. Приведите примеры успешного ко-брендинга в индустрии гостеприимства и туризме.
25. Перечислите элементы кластерной политики. Какие существуют формы реализации кластерной политики и объекты ее воздействия?
26. Какую роль в экономике впечатлений играют социальные сети и онлайн партнерства?
27. Какие ассоциации существуют в российской туристической индустрии? В чем заключается деятельность этих ассоциаций?

Ибрагимов Г.М.

Разумовская Е.М.



**Вопросы к зачету**  
по дисциплине

**«Стратегия межфирменных взаимодействий в индустрии гостеприимства»**  
43.03.01, Сервис

1-й семестр 2018/2019 учебного года  
4 курс (14.6-531)

1. Определение корпоративного преимущества. Рынок капитала и стратегия межфирменных взаимодействий.
2. Основные темы стратегии межфирменных взаимодействий
3. История развития стратегии межфирменных взаимодействий.
4. Преимущества и недостатки моделей портфельного планирования.
5. Ключевые компетенции.
6. Три архетипа межфирменных взаимодействий и связанные с ними синергии.
7. Методика анализа при принятии портфельных решений.
8. Подход к оценке синергий от межфирменных взаимодействий.
9. Связь между стратегией межфирменных взаимодействий и организационной структурой корпоративного центра.
10. Функции и модели организации корпоративного центра.
11. Варианты портфельных стратегий.
12. Тесты для оценки успешности корпоративного центра.
13. Определение и методики анализа синергий. Подходы к классификации синергий по источникам возникновения.
14. Консолидация, комбинация и ко-специализация.
15. Возможные стратегии по вхождению в новый бизнес.
16. Внутреннее vs внешнее развитие.
17. Критерии выбора оптимальной формы межфирменного взаимодействия.
18. Портфельная стратегия для отраслей повышенным уровнем неопределенности.
19. Стратегии в условиях радикальных рыночных изменений.
20. Процесс проведения процедуры слияния/поглощения.
21. Ключевые вопросы при проведении слияний и поглощений.
22. Методы повышения объективности в оценке бизнеса при слиянии и поглощении.
23. Подходы к выбору оптимальной организации слияний и поглощений.
24. Подходы к интеграции после слияния и поглощения.
25. Этапы организационной интеграции.
26. Фундаментальный выбор между сотрудничеством и автономией.

27. Зависимость типа сделки и типа синергий.
28. Критерии выбора между слиянием и поглощением и альянсом.
29. Критерии определения уровня участия в собственности.
30. Критерии оценки успешности организации и организационного дизайна.
31. Базовые организационные механизмы координации синергий.
32. Ограничения при проведении организационного дизайна.
33. Дилемма организационного дизайна.
34. Влияние неформальной организации на динамику корпоративной реорганизации.
35. Ключевые и критические процессы.

Ибрагимов Г.М.

Разумовская Е.М.



**Вопросы к зачету**  
по дисциплине  
**«Услуги аутсорсинга в развитии бизнеса»**  
38.03.02, Менеджмент, Менеджмент сферы услуг

1-й семестр 2018/2019 учебного года  
4 курс

1. Сущность понятия аутсорсинг.
2. Возникновение и эволюция аутсорсинга в практике мирового бизнеса.
3. Сферы применения аутсорсинга
4. Основные характеристики форм и видов аутсорсинга
5. Анализ процесса аутсорсинга.
6. Содержание и структура аутсорсинг-контракта, как основного организационно-правового инструмента регламентации аутсорсинговой деятельности
7. Развитие современного рынка аутсорсинговых услуг в России и за рубежом

Нуртдинов А.Р.

Разумовская Е.М.



**Вопросы к зачету**  
по дисциплине  
**«Национальные особенности туристического бизнеса»**  
43.03.01, Сервис

1-й семестр 2018/2019 учебного года  
4 курс

1. В какие две группы можно условно объединить все существующие определения туризма и в чем их отличия?
2. Дайте общую картину развития международного и региональных туристских рынков.
3. Какие группы факторов воздействуют на развитие туризма?
4. Назовите характеристики, присущие туристским услугам.
5. Какие факторы определяют возникновение и характер поведенческих особенностей потребителей туристских услуг?
6. На основании каких критериев возможно сегментирование потребителей туристского продукта?
7. Каким образом можно классифицировать мотивационные исходы потребителя туристских услуг?
8. Назовите четыре группы факторов обеспечения сравнительного преимущества страны в международной туристской деятельности.
9. В чем состоит теория конкурентного преимущества стран по М. Портеру?
10. Какие ученые в дальнейшем развили теорию сравнительного преимущества стран Хекшера-Олина?
11. Какие условия необходимы для его коммерческого успеха?
12. Почему разработка и внедрение на рынок нового туристского продукта содержат значительный риск? Каким образом его можно уменьшить?
13. Как построено управление в организациях туризма (туроператоры и турагентства)?
14. Как влияют процессы глобализации экономики на развитие туристской деятельности? 15. Охарактеризуйте стратегические альянсы как формы делового партнерства.
15. Как влияют нововведения в политической, экономической и социальных сферах на инновационные процессы в туризме?
16. В чем заключается системный подход к продвижению туристского продукта на рынок?  
18. Что такое электронный бизнес?
17. Каковы причины создания и внедрения в туристский бизнес "клубов продукта"?
18. Какова роль Всемирной туристской организации во внедрении новшеств в туризм?
19. Назовите и охарактеризуйте принципы устойчивого развития туризма.
20. Охарактеризуйте вспомогательный счет туризма (ВСТ) как метод оценки роли туризма в экономике страны.

Нуртдинов А.Р.

Разумовская Е.М.



**Вопросы к экзамену**  
по дисциплине  
**«Управление в сфере услуг»**  
38.03.02, Менеджмент

1-ый семестр 2018/2019 учебного года  
2 курс (14.6-710,711,712,713,714,715)

1. Сущность и содержание услуг.
2. Свойства услуг.
3. Функции услуг
4. Классификаторы услуг
5. Виды услуг
6. Особенности управления организациями в сфере услуг
6. Методы и направления внутриорганизационной координации. Целевые задачи и действия по достижению внутриорганизационной координации.
7. Формирование лидирующей сервисной организации.
8. Современные тенденции менеджмента. Теория систем.
9. Концепция сопряженных обстоятельств.
10. Новейшие тенденции в менеджменте.
11. Внешняя среда организации как основной фактор ее развития. Среда прямого воздействия.
12. Среда косвенного воздействия. Экономическая, политическая,
13. технологическая, международная среда.
14. Внутренняя среда организации.
15. Планирование деятельности организации.
16. Миссия и цели организации. Уровни целей в организации.
17. Стратегические цели организации и система стратегического планирования.
18. Тактические и операционные цели. Система оперативного планирование
19. Этапы процесса планирования эффективность системы планирования деятельности компании.
20. Специализация при выполнении работ. Виды специализации.
21. Централизация-децентрализация. Виды децентрализации.
22. Власть, властные полномочия, ответственность и делегирование полномочий в организации.
25. Понятие организационной структуры. Основные виды организационных структур.
26. Содержательные теории мотивации. Пирамида потребностей А.Маслоу. Теория ERG. Двухфакторная модель Ф. Герцберга. Теория приобретенных потребностей Д.МакКлеланда.
27. Процессуальные теории мотивации. Теория ожиданий. Теория справедливости. Теория Портера-Лоулера.
28. Контроль в организации. Виды контроля в организации
29. Основные теории лидерства. Теория черт.
30. Поведенческие подходы к исследованию проблемы лидерства.
31. Ситуационные подходы к исследованию проблемы лидерства.
32. Коммуникации в организации.

**Вопросы к экзамену**  
по дисциплине  
**«Управление в сфере услуг»**  
38.03.02, Менеджмент

1-ый семестр 2018/2019 учебного года  
2 курс (14.6-710,711,712,713,714,715)

1. Сущность и содержание услуг.
2. Свойства услуг.
3. Функции услуг
4. Классификаторы услуг
5. Виды услуг
6. Особенности управления организациями в сфере услуг
6. Методы и направления внутриорганизационной координации. Целевые задачи и действия по достижению внутриорганизационной координации.
7. Формирование лидирующей сервисной организации.
8. Современные тенденции менеджмента. Теория систем.
9. Концепция сопряженных обстоятельств.
10. Новейшие тенденции в менеджменте.
11. Внешняя среда организации как основной фактор ее развития. Среда прямого воздействия.
12. Среда косвенного воздействия. Экономическая, политическая,
13. технологическая, международная среда.
14. Внутренняя среда организации.
15. Планирование деятельности организации.
16. Миссия и цели организации. Уровни целей в организации.
17. Стратегические цели организации и система стратегического планирования.
18. Тактические и операционные цели. Система оперативного планирование
19. Этапы процесса планирования эффективность системы планирования деятельности компании.
20. Специализация при выполнении работ. Виды специализации.
21. Централизация-децентрализация. Виды децентрализации.
22. Власть, властные полномочия, ответственность и делегирование полномочий в организации.
25. Понятие организационной структуры. Основные виды организационных структур.
26. Содержательные теории мотивации. Пирамида потребностей А.Маслоу. Теория ERG. Двухфакторная модель Ф. Герцберга. Теория приобретенных потребностей Д.МакКлеланда.
27. Процессуальные теории мотивации. Теория ожиданий. Теория справедливости. Теория Портера-Лоулера.
28. Контроль в организации. Виды контроля в организации
29. Основные теории лидерства. Теория черт.
30. Поведенческие подходы к исследованию проблемы лидерства.
31. Ситуационные подходы к исследованию проблемы лидерства.
32. Коммуникации в организации.



33. Принятие управленческих решений
34. Концепция стратегического управления
35. Основные характеристики организационной культуры
36. Стратегическое развитие сервисных организаций.
37. Формирование конкурентных сервисных стратегий организации.
38. Особенности конкурентной среды услуг. Сервисные инновации как детерминанта развития стратегических возможностей организации.
39. Сервисная концепция как инструмент проектирования организации и разработки бизнес-стратегий.
40. Типология сервисных конкурентных бизнес-стратегий. Стратегии для глобализации сервисных операций.
41. Глобализация экономики и развитие международных сервисных операций.
42. Факторы, затрагивающие глобализацию услуг.
43. Характеристика глобальных сервисных стратегий.
44. Сервисные партнерства как интегративная основа стратегического развития систем управления бизнес-процессами.
45. Сущность и формы стратегического партнерства систем управления бизнес-процессами. Современная парадигма партнерских отношений, ее характеристики и тенденции развития.

Нуртдинов А.Р.

Разумовская Е.М.

**Вопросы к экзамену**  
по дисциплине  
**«Институциональное сопровождение сервисной деятельности»**  
38.03.02, Менеджмент, Менеджмент сферы услуг

1-й семестр 2018/2019 учебного года  
4 курс

1. Сравнительная характеристика доиндустриального, индустриального, постиндустриального общества.
2. Сервисная экономика. Причины и факторы стремительного развития рынка услуг.
3. Состояние сферы услуг в России.
4. Состояние сферы услуг и влияние ее на качество жизни населения
5. Формирование и особенности рынка услуг. Границы рыночного оборота услуг.
6. Факторы, определяющие развитие рынка услуг. Виды рынка услуг.
7. Ситуации "рынок производителя", "рынок покупателя"
8. Основные функции государственного регулирования рынка услуг. Принципы взаимодействия субъектов бизнеса на рынке услуг.
9. Уровни регулирования рынка услуг.
10. Система здравоохранения зарубежных стран. Система здравоохранения России.
11. Эволюция системы здравоохранения. Финансирование системы здравоохранения. Организационная структура системы здравоохранения.
12. Основные субъекты системы здравоохранения.
13. Понятия "медицинская помощь" и "медицинская услуга". Основные мировые системы охраны здоровья.
14. Сравнительная характеристика основных систем здравоохранения.
15. Законодательство в области регулирования отношений, возникающих в процессе предоставления услуг для государственных и муниципальных нужд.
16. Эволюция регулирования рынка услуг для государственных и муниципальных нужд.
17. Основные формы закупок товаров и услуг для государственных и муниципальных нужд. Их основные особенности.
18. Понятие международного рынка услуг. Особенности международного рынка услуг.
19. Основные субъекты международного рынка услуг.
20. Законодательство в сфере регулирования международного рынка услуг.

Нуртдинов А.Р.

Разумовская Е.М.



**Вопросы к зачету**  
по дисциплине  
**«Кросс-культурный менеджмент в индустрии гостеприимства»**  
43.03.01, Сервис

1-й семестр 2018/2019 учебного года  
2 курс (14.6-731, 14.6-732)

**Вопросы к письменной контрольной работе**

1. Предмет и эволюция кросс-культурного менеджмента в индустрии гостеприимства. Принципы современного международного менеджмента.
2. Проблемы и пути выхода российских фирм на внешний рынок.
3. Коммуникации: вербальные, невербальные, паравербальные. Специфика и правила использования в кросс-культурном общении.
4. Классификация культур: время, природа, конфуцианский динамизм, критерии Ф. Тромпенаарса и Э.Холла.
5. Классификация культур: индексы Хофстеде (мужественность-женственность, избегание неопределенности, индивидуализм -коллективизм, дистанция власти) и их формы проявления.
6. Характеристика организационной культуры. Типы организационных культур. Классификации Ч. Хэндли и Ф. Тромпенаарса.
7. Кросс-культурный шок: причины факторы (восприятие, стереотипы мышления и стереотипы поведения, этноцентризм), процесс и правила преодоления.
8. Немецкая модель менеджмента.
9. Модель американского менеджмента, ее специфика.
10. Сопоставление немецкой модели менеджмента с другими европейскими моделями менеджмента.
11. Классификация деловых культур. Характеристика европейского кластера.
12. Выявление и анализ (ранжирование по силе влияния) культуuroобразующих факторов России.
13. Сравнительный анализ деловых культур: Россия-Европа.
14. Сравнительный анализ деловых культур: Россия-США.
15. Факторы конкурентоспособности России на мировом рынке.
16. Анализ деловой культуры России (мужественность-женственность, дистанция власти).
17. Анализ деловой культуры России (индивидуализм - коллективизм, избегание неопределенности).
18. Анализ деловой культуры России (критерии Ф. Тромпенаарса и Э.Холла, тип деловой культуры).
19. Эволюция и перспективные тенденции деловой культуры России.

Зиганшина З.Р.

Разумовская Е.М.



**Вопросы к зачету**  
по дисциплине  
**«Профессиональная этика и права потребителей на рынке услуг»**  
38.03.02, Менеджмент, Менеджмент сферы услуг

1-ый семестр 2018/2019 учебного года  
3 курс (14.6-614)

1. Предмет этики как науки. Понятие, сущность, принципы профессиональной этики и делового этикета. Происхождение профессиональной этики.
2. История развития деловой этики в России. Основные элементы делового этикета.
3. Возникновение и развитие торговой и промышленной этики в России.
4. Этические нормы деловых связей, деловых отношений в России. Церковная реформа, старообрядчество и его управленческая этика.
5. Национальные особенности делового общения. Европейская деловая культура.
6. Национальные особенности делового общения. Североамериканская деловая культура.
7. Национальные особенности делового общения. Деловая культура Востока и арабских стран. Арабские страны.
8. Профессионально-этические представления в туристской деятельности (категории, нормы, принципы).
9. Профессиональный имидж специалиста в области туризма.
10. Профессиональные стандарты туристской деятельности.
11. Профессионально-нравственные требования к специалистам в области туризма.
12. Профессионально-этические представления в социально-значимых услугах (образование, здравоохранение, социальное обслуживание) (категории, нормы, принципы).
13. Профессионально-этические представления в сфере деловых услуг (категории, нормы, принципы).
14. Этика и этикет служебных взаимоотношений.
15. Особенности публичного выступления и культура делового совещания. Культура деловой беседы и спора.
16. Речевой этикет. Этикет приветствий и представлений.
17. Культура делового общения по телефону. Стратегии письменных коммуникаций: деловое письмо.
18. Визитная карточка в деловой коммуникации. Бизнес-подарок. Гостевой этикет и деловой протокол.
19. Деловые приемы, их организация и проведение. Этика и этикет деловых переговоров.
20. Этикетные модели поведения в индустрии гостеприимства.
21. Особенности деловой этики и этикета зарубежных стран.
22. Особенности межкультурной коммуникации в профессиональной сфере. Протокол делового приема.
23. Этика и этикет деловых переговоров.
24. Права потребителей. Характеристики.
25. Право потребителей на надлежащее качество товаров, работ, услуг и безопасность услуг.

26. Качество услуг и гарантийный срок.  
27. Право потребителей на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце, товарах (работ, услугах)).  
28. Ответственность в случае непредставления или предоставления недостоверной и неполной информации о продавце (изготовителе, исполнителе) товара (работы, услуги). Государственные стандарты.

Зиганшина З.Р.

Разумовская Е.М.

