

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р.Державина»

УТВЕРЖДАЮ

Директор института экономики,
управления и сервиса

Е.Ю. Меркулова

"24" сентября 2021 г.



ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ
по направлению подготовки
43.04.01 «Сервис»
Квалификация (степень) «Магистр»

Тамбов

2021

Программа вступительных испытаний по направлению подготовки магистров 43.04.01 «Сервис» составлена профессорско-преподавательским составом кафедры «Индустрия сервиса и туризма» и утверждена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина.

Протокол № 1 от «24» сентября 2021 г.

1. ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ И ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

Целью проведения вступительного испытания является установление уровня подготовки поступающего в магистратуру к учебной и научной работе и соответствие его подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки магистратуры 43.04.01 «Сервис».

Задачи вступительных испытаний для лиц, имеющих высшее профессиональное образование, поступающих по направлению подготовки магистратуры 43.04.01 «Сервис»:

- проверить уровень знаний претендента;
- определить склонности к научно-исследовательской деятельности;
- выяснить мотивы поступления в магистратуру;
- определить область научных интересов.

Программа вступительного испытания (далее Программа) предназначена для поступающих в магистратуру в целях подготовки к прохождению письменного экзамена (тестирование) по направлению подготовки магистров 43.04.01 «Сервис».

2. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ПОДГОТОВКИ АБИТУРИЕНТОВ

К освоению образовательной программы допускаются лица, имеющие образование соответствующего уровня, наличие которого подтверждено документом об образовании и о квалификации:

документ государственного образца о высшем образовании.

Требования к знаниям и умениям абитуриентов

Абитуриент поступающий по направлению подготовки магистров 43.04.01 «Сервис» в соответствии с требованиями ФГОС ВО, целями основной образовательной программы должен быть подготовлен к решению профессиональных задач в соответствии с профильной направленностью ООП и видами профессиональной деятельности.

Область профессиональной деятельности выпускника включает административные, организационные и управленческие функции в независимых оценочных фирмах, в органах сертификации услуг, предприятиях и организациях сферы сервиса, логистических и посреднических фирмах, предприятиях индустрии моды и красоты, учреждениях культуры и досуга населения и т.д.

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Программа для вступительного экзамена содержит основные темы по дисциплинам:

- Сервисология
- Сервисная деятельность
- Менеджмент и маркетинг
- Информационные технологии в сервисе

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

Тема 1. Комплексный подход исследования человека как целостности

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

Концепция целостной (интегральной) социальной природы человека. Человек как социальное существо (микрокосм), в котором сохраняются свойства и закономерности биологической формы материи.

Исторические и современные представления о взаимосвязи человеческой сущности и существования.

Понимание человека как индивида, как личности – носителя определенных ролей и субъекта общественно-исторической деятельности как индивидуальности.

Тема 2. Человек в системе общественных отношений и деятельности

Общественное отношение и деятельность как свойства человеческой жизни. Отношение и деятельность – наиболее фундаментальные способы существования, или атрибуты общества.

Мыслители Античности о потребностях человека и их теоретическое осмысление (Фалес Милетский, Эпикур, Сократ, Аристотель, софисты и др.); эпохи Западноевропейского Средневековья, эпохи Возрождения, Новое время и Просвещения о важнейших потребностях общества.

Человек как субъект, и объект общественного отношения. Культура и контркультура. Деятельность как способ самодвижения и саморазвития общества. Деятельность, как динамичный тип общественной связи, процесс бесконечного общественного изменения. Деятельность и творчество.

Тема 3. Классификация потребностей человека и оценка их социальной значимости

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

Структура и критерии базовых потребностей по Маслоу: физиологические потребности, потребности в безопасности и самосохранении, потребности в любви и признании, потребности в самоуважении, потребность в самоактуализации.

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

Тема 4. Социальные и экономические зависимости различных видов бытового обслуживания

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

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

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

Тема 5. Классификация потребностей и их обслуживание в экономическом аспекте

Роль и место услуг в современной экономике. Концепции сервиса, ориентированного на потребителя. Классификация услуг по видам, направлению и охвату. Концепция маркетинга услуг Д.Ратмела, Дж. Маккарти, М. Биттнера, Ф. Котлера. Модели покупательского поведения человека: экономическая, социологическая и психологическая.

Тема 6. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека

Теоретические подходы к понятию «сервисная деятельность»: Аванесовой Г.А., Хмелева В.В., Романович Ж.А. и др.

Понятие «сервис». Сервис как потребность. Классификация потребностей. Объективная и субъективная сторона в потребностях. Взаимосвязь понятий «сервис», «услуга», «потребность», «деятельность». Важнейшие характеристики услуги: неосвязаемость, неотделимость от источника, где производство и потребление неразделимы, так как они могут потребляться только в ходе изготовления или процесса предоставления услуги, несохраняемость, непостоянство качества услуги.

Роль сервисной деятельности в удовлетворении потребностей человека. Процессы выявления потребностей их оценка и ранжирование, устранение противоречий. Процессы удовлетворения потребностей, управление сервисным процессом, оптимизация качества услуг.

Тема 7. «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности

Понятие «контактная зона». Основная характеристика, особенности организации контактной зоны. Характеристика понятия «сжатая контактная зона». Влияние внешних и внутренних факторов на организацию контактной зоны. Виды межличностных расстояний: интимное, персональное, социальное и публичное. Социальная роль работника контактной зоны. Профессиональное поведение работника контактной зоны.

Организованная пространственная среда, включающая в себя интерьер помещений, цветовые характеристики, цветочную аранжировку, звуковое сопровождение и др.

Контрольные вопросы к разделу

1. Определение понятия «потребность», структура и функции потребностей.
2. Биологические и социальные потребности.
3. Материальные и духовные потребности.
4. Индивидуальные и общественные потребности.
5. Классификация потребностей в социально-психологическом аспекте
6. Роль и место услуг в современной экономике.
7. Взаимосвязь понятий «сервис», «услуга», «потребность», «деятельность».

8. Важнейшие характеристики услуги.
9. Требования к контактной зоне предприятий сферы сервиса.
10. Роль сервисной деятельности в удовлетворении потребностей человека.

Раздел 2. Историко-теоретические основы сервисной деятельности

Тема 1. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности

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

Зарождение и развитие сервисной деятельности в России. Просветительский период. Предпринимательский период. Организационно-централизованный период. Административно-нормативный период. Переходный период. Исторический аспект возникновения и формирования предприятий сервисного обслуживания в России. Стратегия развития сервисной деятельности в России.

Тема 2. Формы коммуникации в сервисе

Взаимосвязанные стороны общения. Виды общения. Типы соотношений между речевым и неречевым сообщениями.

Этические и психологические аспекты общения. Понятие «стиль общения на предприятиях сервиса». Специфика общения в сфере сервиса: ориентировка в окружающей действительности; привлечение внимания собеседников; поиск «точек соприкосновения»; обмен информацией, в результате чего возникает интерес и демонстрируются определенные черты личности; возникновение проблемной ситуации и ее решение на взаимовыгодных условиях; принятие решения и фиксация результата общения.

Понятие коммуникативной компетенции. Культура речи работника. Культура общения работника контактной зоны с клиентом.

Понятие о жалобе. Понятие о конфликте. Модели развития конфликтов. Способы разрешения конфликтов.

Тема 3. Виды и формы сервисной деятельности

Виды сервиса по времени осуществления, по содержанию работ. Фирменный сервис. Формы обслуживания: обслуживание потребителей в стационарных условиях, обслуживание с выездом на дом, экспресс-обслуживание, бесконтактное обслуживание, обслуживание с использованием обменных фондов товаров и др.

Виды сервисного обслуживания гостиничного предприятия. Виды сервиса на предприятиях питания: Французский сервис. Английский сервис. Американский сервис. Русский сервис. Их основная характеристика и особенности.

Национальные, региональные, этнические, демографические, природно-климатические особенности организации сервисного обслуживания.

Тема 4. Социально-психологические основы процесса взаимодействия «специалист – клиент» в сервисной деятельности

Единство этики и психологии в сервисной деятельности. Общие закономерности психологии, которые помогут понять поведение человека и правильно выстроить тактику обслуживания. Задачи психологии сервиса: разработка методов воздействия на потребителей для стимулирования их желания обратиться к услугам предприятия сервиса; изучение потребностей клиентов, анализ спроса на услуги в зависимости от пола, возраста и индивидуальных особенностей клиентов; раскрытие психологических факторов

организации процесса обслуживания; исследование вопросов моды и воздействия рекламы; рассмотрение психологических условий организации труда работников сервиса.

Общие рекомендации использования своего влияния. Теория о доминирующей модальности. Типология потребителей и приемы обслуживания. Авторские подходы к типологизации клиентов: Бейсовой В.Е., Ушаков Д.С. Психогометрическая характеристика личности: «квадраты», «треугольники», «прямоугольники», «круги», «зигзаги» (тест С. Деллингера); ролевая теория Э.Берна.

Тема 5. Государственное и региональное регулирование сервисной деятельности

Понятие «государственное регулирование». Цель и методы государственного регулирования в сфере сервиса. Группа актов высшей юридической силы, регулирующих широкий спектр общественных отношений в сфере сервиса: Конституция РФ, ГК РФ, ФЗ «О защите прав потребителей» и т.д. Формирование региональной кадровой политики малого предпринимательства в сервисной деятельности.

Качество услуги в сервисной деятельности: показатели качества услуги (обслуживания), показатели назначения услуги, показатели безопасности, показатели надежности и т.д.

Система контроля качества как совокупность процедур, процессов и ресурсов, обеспечивающая осуществление общего руководства качеством услуг.

Показатели качества услуг отражаются в нормативных документах: стандартах вида «Номенклатура показателей качества» для конкретной группы однородных услуг, стандартах на услуги, процесс обслуживания (предоставления услуги) предприятия сферы услуг, стандартах вида «Требования к обслуживающему персоналу» для различных видов услуг, документах системы управления качеством, правилах, методиках и рекомендациях по оценке соответствия услуг и процесса обслуживания (предоставления услуги) предприятия и аттестации персонала.

Стандартизация, сертификация в управлении качеством услуг. Лицензирование видов деятельности. Три уровня лицензирования: федеральный, региональный и местный.

Тема 6. Классификация предприятий сервисного обслуживания

Классификация предприятий сферы обслуживания как необходимая характеристика для систематизирования знаний о предприятиях данной сферы (определяет место и роль предприятия на рынке товаров и услуг; оценивает эффективность и сравнивает деятельность различных видов предприятий; учитывает особенности функционирования различных типов предприятий при организации новых и анализирует действующие предприятия сферы обслуживания).

При классификации предприятий сферы обслуживания используются как общие признаки классификации, так и специфические, присущие только сфере сервиса. Общие признаки классификации: форма собственности, уровень специализации, мощность предприятия, форма организации, тип производства. Специфические классификационные признаки: порядок сбора и реализации заказов, время действия, метод обслуживания потребителей, качество предоставляемых услуг, по степени взаимодействия с потребителем.

Системы классификации гостиниц. Классификация предприятий питания и др.

Тема 7. Сервисные службы гостиничного предприятия

Типология элементов обслуживания. Способы производства и реализации основных и дополнительных услуг и товаров в сервисной деятельности. Требования к обслуживающему персоналу в индустрии сервиса. Квалификация. Поведение. Медицинские требования. Общие требования, предъявляемые к персоналу предприятий

питания, обслуживающих гостиничные комплексы. Индивидуальное обслуживание как вид профессиональной деятельности.

Сервисная деятельность в гостиницах. Обслуживание в гостиничных номерах. Организационная структура гостиничного предприятия. Основные сервисные службы гостиницы: служба управления номерным фондом, административная служба, служба общественного питания, коммерческая служба, инженерные (технические) службы. Вспомогательные и дополнительные службы их характеристика, назначение и состав. Производство и реализация гостиничных услуг.

Контрольные вопросы к разделу

1. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.
2. «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности.
3. Формы коммуникации в сервисе.
4. Виды и формы сервисной деятельности.
5. Социально-психологические основы процесса взаимодействия «специалист – клиент» в сервисной деятельности.
6. Государственное и региональное регулирование сервисной деятельности.
7. Особенности обслуживания в гостиницах.
8. Показатели качества услуг.
9. Типология потребителей и приемы обслуживания.
10. Стандартизация, сертификация в управлении качеством услуг.

Раздел 3. Менеджмент как вид профессиональной деятельности в сервисе

Тема 1. Сущность и содержание управленческой деятельности в сервисе

Сервис как специфический объект менеджмента. Понятие и сущность управления в сервисе. Цели и задачи управления. Изучение ценностных ориентаций, потребностей и интересов личности как содержательная база менеджмента сервиса. Спрос и предложение в сервисе.

Тема 2. Зарубежный опыт менеджмента и его влияние на развитие управления в России.

Особенности развития менеджмента за рубежом. Современные концепции менеджмента. Практика применения менеджмента в США и его специфические особенности. Особенности японского менеджмента и практика его использования в России. Влияние мирового менеджмента на развитие управления фирмами услуг в условиях рыночной экономики России.

Тема 3. Коммуникации в управлении сервисными предприятиями

Общие понятия о коммуникации. Виды коммуникаций в зависимости от способа обмена информацией. Основные элементы системы коммуникаций. Процесс коммуникаций. Основные этапы коммуникационного процесса. Коммуникативные сети. Коммуникационные стили. Невербальная коммуникация.

Влияние информационных технологий на развитие сервиса. Отечественные и зарубежные информационные системы их роль в коммуникации.

Тема 4. Стратегический менеджмент в сервисе

Система планирования как основа оперативного и стратегического управления. Способы, методы и принципы оперативного стратегического планирования. Основные этапы оперативного планирования. Классификация оперативных планов. Основные этапы стратегического планирования. Стратегические методы (SWOT, метод ключевых

вопросов, метод сценариев, модель пяти сил М. Портера, SPACE) и условия их применения в социально-культурном сервисе.

Тема 5. Инновационный менеджмент в сервисе

Инновационный менеджмент - система управления развитием сервисных предприятий. Инновации как объект инновационного менеджмента. Инновационные процессы как инструмент реализации инноваций в сервисе. Управление инновационными проектами в сервисе.

Тема 6. Создание системы мотивации в сервисных организациях

Мотивация как функция менеджмента. Современные теории содержания и процесса мотивации. Стадии мотивационного процесса. Комплексная и текущая программы оплаты и стимулирования труда. Принципы максимизации действия системы мотивации.

Тема 7. Организация контроля за деятельностью подчиненных в сервисных организациях

Контроль как функция менеджмента. Требования, предъявляемые к контролю. Функции контроля. Предварительный, текущий, заключительный контроль. Эффективность контроля.

Контрольные вопросы к разделу

1. Эволюция управления. Понятие и сущность управления в сервисе.
2. Зарубежный опыт менеджмента и его влияние на развитие управления в России.
3. Сущность и содержание управленческой деятельности в сервисе.
4. Коммуникации в управлении сервисными предприятиями.
5. Стратегический менеджмент в сервисе.
6. Стратегические методы и условия их применения в сервисе.
7. Инновационный менеджмент в сервисе.
8. Влияние информационных технологий на развитие сервиса.
9. Создание системы мотивации в сервисных организациях.
10. Организация контроля за деятельностью подчиненных в сервисных организациях.

Раздел 4. Сущность информационных технологий

Тема 1. Понятие информации, кодирование информации

Понятие об информации. Связь понятия информации с конкретными научными дисциплинами. Особенности информации в кибернетике. Получение, хранение, преобразование и передача информации как компонент управления. Социально-значимое свойство информации: понятность, полезность, достоверность, актуальность. Понятие о количестве информации. Единицы измерения количества информации. Понятие о кодировании информации. Язык как знаковая система. Особенности операций кодирования и декодирования информации. Двоичное кодирование информации в вычислительной технике. Двоичное кодирование текстовой информации. Двоичное кодирование графической информации. Аналоговый и дискретный способы представления изображения и звука.

Тема 2. Понятие об информационных технологиях

Становление и развитие информационных технологий. Создание автоматических информационных технологий. Техническое, программное, информационное, правовое и

эргономическое обеспечение информационных технологий. Классификация информационных технологий. Влияние информационных технологий на развитие сервиса. Отечественные и зарубежные информационные системы. Понятие о глобальных интегрированных информационных сетях. Особенности мультимедийных технологий. Информационные системы сервиса (программные продукты и программные комплексы). Информационные технологии в системах управления проектной деятельности. Управление проектами с помощью Microsoft Project. Создание баз данных для сервисной деятельности. Средства оргтехники, применяемые в сервисе: копировально-множительные средства, сканеры, средства отображения информации, слайд-проекторы.

Тема 3. Аппаратное и программное обеспечение ПК

Аппаратное обеспечение информационных технологий, типовая конфигурация, внутренние и внешние устройства ПК. Перспективы развития компьютерных технологий. Программное обеспечение ПК. Базовое программное обеспечение, операционные системы, прикладное программное обеспечение.

Тема 4. Программное обеспечение общего и специального назначения

Программы офисного назначения: Word, Excel, Power Point, Access. Программы статистической обработки данных: SPSS, Statistika. Программы автоматизации сервисной деятельности. Роль и влияние информационных технологий на развитие туристического и гостиничного бизнеса. Возможности и преимущества использования глобальных систем бронирования и резервирования.

Тема 5. Технология хранения, поиска и сортировки информации

Базы знаний. Понятие локальных и клиент-серверных СУБД. Распределённые базы данных. Файловые менеджеры, терминалы, FTP-серверы. СУБД Microsoft Access. Основные сведения о разработке приложений и хранении данных через Microsoft Access: создание таблиц, фильтров, запросов, форм и отчётов.

Тема 6. Основные принципы работы в Интернет

Компьютерные сети. Сетевые технические и программные средства. Интернет. Понятие компьютерных сетей. Сетевое аппаратное обеспечение, сетевое программное обеспечение. Топология сетей. Локальные сети, глобальные сети - Интернет. Сетевые протоколы.

Организация защиты информации на ПК – пассивная и активная защита информации. Средства копирования и архивирования информации, основные алгоритмы архивирования. Защита информации в Интернет, антивирусная защита, файловые вирусы, резидентные вирусы, вирусы-трояны, стелс-вирусы. Шифрование информации. Криптостойкость алгоритмов шифрования, симметричные и несимметричные алгоритмы шифрования.

Тема 7. Понятие об Интернете и его ресурсах

Основные службы Интернета. Всемирная паутина. Электронная почта. Почтовые рассылки. Конференции новостей. Спам. Обмен ссылками. FTP-серверы. Поисковые системы. Кибервзлом и кибершпионаж. Актуальность и достоверность информации в Интернете. Гостевые книги, чаты и форумы. Блог как новая форма интерактивного общения с помощью Интернет. Правонарушения в Интернет и борьба с ними.

Основы поиска информации в Интернет. Поисковые системы. Различия в поиске текста и картинок. Пользование форумами. Ники и аватары. Модераторы. Почтовая рассылка. Банерный обмен и кликабельность. Возможности вывода на печать, команды вывода на печать. Способ поиска по найденным словам. Ассоциативный подход в формировании фраз для поиска нужной информации.

Контрольные вопросы к разделу

1. Информация и информационные процессы: получение, передача, преобразование и использование информации.
2. Информационная деятельность - деятельность по сбору, обработке, хранению, транслированию информации с использованием современных средств информационных и коммуникационных технологий. Двоичная форма представления информации.
3. Краткие представления об устройстве современных электронно-вычислительных машин (ЭВМ).
4. Инструментальные программные средства общего назначения. Офисные программы.
5. Представления о возможностях текстового редактора, его назначении и сферах использования. Представления о вводе и обработке графической информации. Возможности устройств обработки (сканер, цифровая фотокамера).
6. Электронные таблицы: назначение и основные возможности. Применение Excel для математических расчетов.
7. История развития современных телекоммуникаций. Компьютерные сети. Понятие локальных и глобальных сетей, топология сетей, применяемые протоколы. Интернет.
8. Информационная защита. Безопасность в компьютерных сетях.
9. Поиск информации в Интернет. Информационно-поисковые системы.
10. Автоматизация деятельности предприятий сервиса на основе компьютерных технологий. Основные направления использования Интернет-технологий в сервисной деятельности.

Учебно-методическое обеспечение программы

основная литература:

1. Агарков А.П. Теория организации. Организация производства: Интегрированное учебное пособие / Голов Р.С., Голиков А.М., Иванов А.С., Сухов С.В., Голиков С.А. М. Издательство: Дашков и К, 2012. 271 с.
2. Балаева О.Н., Предводителява М.Д. Управление организациями сферы услуг: учебное пособие. М. Издательство: Издательский дом Государственного университета. – Высшей школы экономики, 2015. 156 с.
3. Велединский В.Г. Сервисная деятельность. М. Издательство: КНОРУС, 2013. 176 с.
4. Гаврилов М. В., Климов В. А. Информатика и информационные технологии. Учебник. Изд-во: Юрайт. М., 2015. 384 с.
5. Кошева И. П. Профессиональная этика и психология делового общения: Учебное пособие/ И.П. Кошева, А.А.Канке. - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2013. - 304 с.
6. Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство: учебное пособие. Изд-во: Юнити-Дана, 2012. 735 с.
7. Романович Ж.А., Калачев С.Л. Сервисная деятельность: учебник. Издательство: Дашков и К°, 2013. 284 с.
8. Сервисная деятельность: учебное пособие / Г.Ю. Павлова. — М.: КНОРУС, 2016. 176 с.
9. Свириденко Ю.П., Хмелев В.В. Сервисная деятельность в обслуживании населения: Учебное пособие. М.: Издательство: Дашков и К, 2012, 220 с.
10. Шиповская, Л.П. Человек и его потребности. – -М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. 432 с.

11. Синяева И.М., Синяев В.В., Романенко О.Н. Маркетинг услуг: учебник. Издательство: Дашков и К°, 2014. 252 с.
12. Сервисология: учеб. пособие / О.Ю. Тарасова, С.Н. Морева, Л.А. Любимова и др. / гл. ред. О.Ю.Тарасова; Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина, Инст. физической культуры и туристической индустрии, каф. сервиса и туризма. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г. Р.Державина, 2012. 230 с.
13. Профессиональная этика и служебный этикет. Учебник / М.: Юнити-Дана, 2012. - 560 с.

дополнительная литература:

14. Власова Т.И. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма / Т.И.Власова, А.П. Шарухин, М.М.Данилова. - М: Издательский центр «Академия». – 2010 - 256 с.
15. Виноградов С.М. и др. Информационное общество: Информационные войны. Информационное управление. Информационная безопасность. Изд. СПбУ, 2009.
16. Меликян О.М. Поведение потребителей: учебник. – 2-е изд. – М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009.
17. Шиповская Л.А. Человек и его потребности: учебное пособие. – М.: Альфа-книга: Инфра-М, 2009 – 432 с.
18. Разин А. В. Этика: Учебник [Электронный ресурс] / А.В. Разин. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.
19. Смирнов Г. Н. Этика деловых отношений: Учебник / Г. Н. Смирнов М.: Изд-во Проспект, 2010. – 184 с.
20. Паскова, А.А. Информатика. Краткий курс : учеб. пособие / А.А. Паскова, Р.П. Бутко. - Майкоп : Издатель А.А. Григоренко, 2009. - 148 с.
21. Федотова, Е.Л. Информационные технологии и системы : учебное пособие для студентов вузов / Е.Л. Федотова. - Москва : ФОРУМ-Инфра-М, 2010. - 352 с.

Интернет-ресурсы:

22. <http://tsutmb.ru/>
23. www.catalog.iot.ru – каталог образовательных ресурсов сети Интернет
24. www.delpress.ru – электронные версии журналов
25. bookz.ru – электронная библиотек

Критерии оценивания вступительного испытания

Вступительное испытание (экзамен) проводится в форме тестирования (компьютерного). Вступительное испытание оценивается по 50-балльной шкале.

Продолжительность вступительного испытания – 60 минут.

Тест содержит 40 вопросов:

- 30 вопросов с одним правильным ответом. Правильный ответ – 1 балл.
- 10 вопросов с двумя правильными ответами. Правильный ответ – 2 балла.

Интервал успешности: 15-50 баллов.