

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»

ПРОГРАММА  
вступительного испытания  
для поступающих в магистратуру  
Института географии в 2024 г.

Направление 43.04.01 Сервис  
Профиль «Менеджмент санаторно-курортного дела»

Экзамен по направлению «Сервис» (письменно)

## I. Вводные замечания.

Требования для поступления в магистратуру по направлению 43.04.01 Сервис. Лица, желающие освоить основную образовательную программу подготовки магистра, должны иметь высшее образование, подтвержденное документом государственного образца.

Вступительные экзамены в магистратуру проводятся в письменной форме по билетам (в билете 2 вопроса) и оцениваются по 100-балльной шкале. Время проведения экзамена 120 минут.

Экзамен проводится в установленные сроки и письменной форме по билетам. В случае возникновения неблагоприятной эпидемиологической обстановки возможна дистанционная сдача вступительного экзамена с использованием электронных ресурсов Открытого образовательного портала ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет».

### Шкала оценивания ответа на вступительном испытании

100-балльная шкала	Показатели	Критерии
100 – 71		Абитуриентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса.
51 – 70	1. Полнота изложения теоретического материала; 2. Правильность и/или	Абитуриентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение предметом, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе.
30-50	аргументированность изложения (последовательность действий); 3. Культура речи.	Абитуриентом дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно логичный и последовательный ответ.
0-29		Абитуриентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать аргументированные ответы, отсутствием логичности и последовательности.

## **II. Программа вступительного испытания.**

Программа вступительного экзамена предназначена для лиц, прошедших обучение по первой ступени высшего образования (бакалавр, специалист, дипломированный специалист) и желающих продолжить обучение по второй ступени (магистратура). Программа включает в себя перечень тем для подготовки к экзамену, примерные вопросы к вступительному экзамену.

### ***2.1. Перечень тем для подготовки к экзамену.***

*2.1.1. Сервисная деятельность. Особенности сферы услуг и виды сервиса.*

История развития сервиса, виды сервисной деятельности. Современные определения понятия услуги. Классификации услуг и их характеристика, теория организации обслуживания. Социальное значение услуги. Роль услуги в жизни человека. Материальные и социально-культурные услуги. Занятость населения в сфере услуг по странам. Нормативно-правовые акты в сфере услуг. Особенности услуг и их влияние на характер работ по стандартизации и сертификации сферы сервиса. Конкурентная борьба в сфере услуг. Причины появления новых видов услуг. Особенности услуг и их влияние на характер работ по стандартизации и сертификации сферы сервиса. Конкурентная борьба в сфере услуг. Понятие оптимальной инфраструктуры обслуживания (с учетом природных и социальных факторов). Методы бесконфликтных взаимоотношений с потребителем в процессе сервисной деятельности. Методы этнокультурной диверсификации сервисной деятельности. Процесс обслуживания клиентов и его этапы. Теория организации обслуживания различных групп потребителей. Особенности индивидуального обслуживания клиентов предприятий сервиса.

*2.1.2. 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.

*2.1.3. Организационно-правовые основы деятельности предприятия сервиса.*

Сервисная деятельность как предпринимательская деятельность. Субъекты предпринимательской деятельности – юридические лица и индивидуальные предприниматели, порядок их государственной регистрации. Коммерческие и некоммерческие организации, их виды, характеристики, особенности. Этапы создания предприятия сервиса. Постановка на учет в налоговых органах, в государственных внебюджетных фондах, в органах статистики. Порядок открытия расчетного счета. Договоры и документы по организации сервисной деятельности. Существенные условия договора на предоставление услуг. Основания изменения или расторжения договора.

*2.1.4. Понятие и виды планирования в сервисе.*

Понятие планирования как одной из функций менеджмента. Виды планирования в сервисе (классификация, характеристика). Принципы планирования в сервисе. Пределы планирования. Стратегическое и тактическое планирование в сервисе. Пять задач стратегического планирования. Уровни планирования в сервисе и их интеграция. Процесс планирования в организации: основные этапы. Организационные структуры планирования. Корпоративная культура как условие эффективного планирования. Кодексы корпоративной этики: сущность и задачи. Подходы к планированию в компании: виды, характеристика. Понятие бизнес-плана как комплексного документа, цели и функции бизнес-плана. Этапы разработки и реализации бизнес-плана (подготовка программ; планирование рынка; оформление документа). Структура и содержание бизнес-плана (план производства, план маркетинга, организационный план, финансовый план, план исследований и разработок).

*2.1.5. Особенности налогообложения предприятий сервиса.*

Понятие налогового права. Современное состояние системы налогообложения в РФ. Бухгалтерский учет и налоговый учет. Права и обязанности налогоплательщика. 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.

#### *2.1.6. Трудовое законодательство в сфере сервиса.*

Понятие системы трудового права и классификация его источников. Локальные нормативные акты: понятие, особенности разработки и принятия. Субъекты трудового права, их классификация. Трудовой договор, его отличительные признаки, стороны и формы, порядок заключения. Испытание при приеме на работу. Формы материального стимулирования труда работников. Материальная ответственность сторон трудового правоотношения.

#### *2.1.7. Основы менеджмента в сервисе.*

Основы менеджмента, понятие, сущность и функции менеджмента в сервисе. Опыт менеджмента в сервисе за рубежом, возможность его использования в России. Понятие, сущность и функции менеджмента. Менеджмент как вид деятельности. Развитие менеджмента в сфере сервиса в прошлом и настоящем. Принципы менеджмента. Методы менеджмента.

*2.1.8. Специфика менеджмента в сервисе: цели и задачи управления предприятием, внутренняя и внешняя среда бизнеса в сфере туризма.*

Основные понятия и управленческие категории сервиса. Характеристики услуги. Покупательское поведение клиента. Цели и задачи управления предприятием сервиса. Внутренняя и внешняя среда бизнеса в сфере сервиса. Налаживание взаимовыгодного сотрудничества. Этика делового общения. Национальные стили деловых отношений.

*2.1.9. Организация работы по управлению предприятием. Основы производственного менеджмента.*

Стандартизация операционных процедур. Функции и обязанности менеджеров на предприятии сервиса. Организационные структуры управления предприятием сферы сервиса. Управленческий механизм сотрудничества с поставщиками услуг. Управление качеством. Вертикальная и горизонтальная интеграция в сфере сервиса. Факторы и критерии эффективности управления предприятием сервиса.

#### *2.1.10. Стратегическое управление и планирование в сфере сервиса.*

Содержание понятия «стратегический менеджмент», «миссия», «стратегия». Процесс стратегического управления предприятием сервиса: формулировка миссии, определение долгосрочных и краткосрочных целей развития, анализ внешней и внутренней среды, разработка стратегий. Основные элементы стратегического планирования предприятия сервиса.

#### *2.1.11. Текущее планирование деятельности предприятия сервиса.*

Планирование себестоимости услуги. Текущие финансовые планы. План маркетинга. Планирование потребности в персонале. Процедура разработки и утверждения планов. Виды рисков в сервисе. Выбор конкретных мер, способствующих устранению или минимизации возможных отрицательных последствий риска. Страхование предпринимательских рисков.

#### *2.1.12. Система коммуникаций и методы принятия решений на предприятиях сервиса.*

Система коммуникаций и их роль в совершенствовании управления предприятием сервиса. Сущность и содержание стадий принятия управленческих решений. Методы принятия решений. Использование групповых методов выработки вариантов решений.

#### *2.1.13. Основы маркетинга в сервисе, специфика маркетинга в сервисе.*

Исторические условия и причины появления маркетинга. Специфика маркетинга в сервисе. Организационная структура управления маркетинга в сервисе. Источники маркетинговой информации в сервисе. Сбор, систематизация и анализ информации. Методы сбора маркетинговой информации. Маркетинговые исследования. Виды маркетинговых

исследований Цели и задачи маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования. Схема маркетингового исследования в сфере сервиса.

*2.1.14. Основные модели маркетинга услуг. Стратегия организации и конкурентное преимущество*

Значение анализа организационных сред для формирования стратегии. Анализ отрасли и конкурентной ситуации: основные этапы и методы (модель пяти сил конкуренции Портера, модель «продукт-рынок», матрица БКГ, матрица МакКинси). Базовые стратегии конкуренции: характеристика, область применения. Разработка стратегии с учетом специфики отрасли сервиса и ситуации. Контактная зона. Внутренний маркетинг. Мотивация персонала. Интерактивный маркетинг. Культура обслуживания. Методы разработки и анализа процесса взаимодействия покупателя и продавца. Потребительское поведение: основные модели и определяющие факторы.

*2.1.15. Исследование потребителей услуг.*

Сегментирование, принципы сегментирования. Особенности сегментирования в сервисе. Факторы сегментации потребительского рынка услуг, выбор целевых групп потребителей, методы стимулирования потенциальных клиентов.

*2.1.16. Стимулирование сбыта и продвижение туристических и сервисных услуг на рынке.* Продвижение товара и услуг в туризме. Организация деятельности маркетинговой службы предприятия. Понятие, функции, направление деятельности, цели PR в туризме и сервисе. Рекламно-информационная деятельность, каналы распространения информации. Политика продвижения услуг в туризме.

*2.1.17. Ценообразование в сервисе.*

Ценовая политика. Определение цены. Виды цен. Основные факторы, влияющие на уровень цен. Методы ценообразования. Основные ценовые стратегии. Диверсификация цен. Организационная структура управления маркетинга в сервисе.

### *2.1.18. Стратегии развития предприятия сервиса.*

Методы стратегического рыночного позиционирования. Этапы планирования деятельности предприятия сервиса.

### *2.1.19. Информационные технологии в сервисе.*

Роль информационных технологий в оптимизации менеджмента сервисных предприятий. Цели и этапы комплексной автоматизации фирмы. Стандартное и специальное программное обеспечение офиса. Фирмы-разработчики специального программного обеспечения сервиса и их программные продукты. Характеристика и структура типовых программных комплексов. Проблема стандартизации обмена информацией между участниками рынка.

Виды информационного обслуживания, устройства для электронной обработки информации, информационные технологии, офисное оборудование и персональные средства в сервисной деятельности. Направления использования Интернет в сфере сервиса. Принципы и этапы создания сайтов сервисных компаний, реклама услуг в Интернет.

### *2.1.20. Технология обслуживания и реализации гостиничных услуг.*

Специфика гостиничного бизнеса. Формы продажи гостиничных услуг: централизованная, децентрализованная, комбинированная. Особенности технологии обслуживания и реализации гостиничных услуг. Технологический цикл гостиничного обслуживания: этапы и их характеристики. Состав помещений гостиницы. Классификация гостиничных номеров. Службы гостиниц и их функциональные особенности. Требования к обслуживающему персоналу. Основные критерии качества обслуживания.

### *2.1.21. Предприятия ресторанного сервиса: классификация и методы обслуживания.*

Принципы классификации предприятий питания. Культура и методы обслуживания на предприятиях ресторанного сервиса (американский, французский, русский сервис). Характеристика и виды меню.



### *2.1.22. Профессиональная этика и этикет в сфере сервиса: принципы, формы организации, тенденции развития.*

Понятие этики как науки и явления духовной культуры. Основы типологии личности для менеджера в сфере сервиса. Особенности межкультурного общения. Лояльность персонала: ее атрибуты и уровни. Нормативные образцы личности. Этика сферы предпринимательства: сущность и уровни. Способы включения норм этики в деловую практику. Общие этические принципы и характер делового общения. Этика сферы бизнеса и услуг, управленческая этика, этика партнерских отношений, эстетика обслуживания. Требования современного профессионального этикета. Этика внутрифирменных партнерских отношений. Подготовка и проведение совещаний. Основы технологии делегирования управленческих функций. Основы современного этикета. Нормы делового этикета. Виды приемов. Роль делового протокола в переговорном процессе. Этикет телефонного разговора.

### *2.1.23. Реклама и связи с общественностью в сфере сервиса: характеристика основных приемов и методов.*

Современные рекламные и PR-технологии, их значение в продвижении товаров и услуг. Виды рекламы. Целевые аудитории потребителей рекламного продукта. Брендинг: основные термины и определения. Процесс создания брэнда: позиционирование, стратегия. Специфика высокотехнологичных брэндов. Общественное мнение: понятие, структура, механизмы формирования. Место связей с общественностью в структуре современных компаний. Процесс влияния PR-служб на общественное мнение. Целевая аудитория, виды и категории целевых аудиторий, ключевая аудитория, внешняя и внутренняя аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения.

### *2.1.24. Основы санаторно-курортного дела.*

Основы курортного дела Российской Федерации. История развития санаторно-курортного дела. Нормативное правовое регулирование

курортного дела. Санаторно-курортная организация как объект управления. Менеджмент санаторно-курортной организации. Инновационные механизмы финансового менеджмента санаторно-курортной организации. Управление межличностным взаимодействием в санаторно-курортных организациях. Продвижение санаторно-курортных услуг в современном маркетинге. Управление продажами санаторно-курортных услуг. Технологии продаж санаторно-курортных услуг.

#### *2.1.25. Современное состояние курортного дела в России.*

Современное состояние курортного дела в России, принципы организации. Основные этапы истории развития и современного состояния курортного дела в Алтайском крае. Преимущества и недостатки использования курортных факторов. Общая характеристика основных курортных факторов. Основные принципы баротерапии, аэроионотерапии, гипокситерапии. Современное состояние организации оздоровительного отдыха в основных регионах России. Фитнес, веллнес и СПА-индустрия: тенденции взаимопроникновения. Основные тенденции развития индустрии оздоровительных услуг: внедрение различных методик и процедур. Функции менеджеров санаторно-курортного дела, работающих в различных звеньях курортной индустрии. Органы управления курортами России. Концепция маркетинга в управлении санаторно-курортной деятельностью. Гостиничный сервис на курортах Алтайского края.

#### *2.1.26. Курортология*

Курортология, современные представления о курортной медицине. Классификация лечебных физических факторов, их особенности. Закон о курортном деле, основные положения. Место курортов и санаториев в системе отечественного здравоохранения. Правовые и законодательные основы деятельности санаторно-курортной системы в РФ. Организационно-правовые формы учреждений санаторно-курортной системы. Природные лечебные факторы, основные принципы их лечебно-профилактического использования. Требования к лечебно-оздоровительным местностям на

курорте и санатории. Лечебные грязи, значение в курортной практике. Организация оздоровительного отдыха в основных регионах России. Классификация лечебных ресурсов и типов курортов.

#### *2.1.27. Менеджмент санаторно-курортного дела.*

Профессиональные компетенции менеджера санаторно-курортной организации. Курортология, организация лечебно-оздоровительного туризма и SPA. Теоретические основы и практические аспекты управления санаторно-курортным делом. Санаторно-курортный комплекс как объект управления. Планирование и организация деятельности санаторно-курортной организации. Цели, принципы, функции, методы и бизнес-процессы менеджмента в санаторно-курортных организациях. Стратегические менеджмент и маркетинг, интернет-маркетинг, технологии продаж санаторно-курортных услуг. Современные подходы к организации питания, основы диетологии и нутрициологии.

#### ***2.2. Перечень примерных вопросов к вступительному экзамену.***

1. История развития сервиса, виды сервисной деятельности.
2. Современные определения понятия услуги. Классификации услуг и их характеристика, теория организации обслуживания.
3. Роль услуги в жизни человека. Виды потребностей. Материальные и социально-культурные услуги.
4. Особенности услуг и их влияние на характер работ по стандартизации и сертификации сферы сервиса. Конкурентная борьба в сфере услуг.
5. Преимущества и недостатки использования курортных факторов.
6. Современное состояние организации оздоровительного отдыха в основных регионах России.
7. Основные тенденции развития индустрии оздоровительных услуг.
8. Концепция маркетинга в управлении санаторно-курортной деятельностью.

9. Гостиничный сервис на курортах Алтайского края.
10. Сервис как предпринимательская деятельность: понятие, сущность, функции.
11. Виды планирования в сервисе (классификация, характеристика).
12. Принципы планирования в сервисе. Пределы планирования.
13. Стратегическое и тактическое планирование в сервисе. Пять задач стратегического планирования.
14. Уровни планирования в сервисе и их интеграция. Процесс планирования в организации: основные этапы.
15. Особенности сферы услуг и виды сервиса.
16. Цели, принципы и формы подтверждения соответствия услуг.
17. Основные модели маркетинга услуг.
18. Государственное регулирование в сфере сервиса.
19. Организационно-правовые основы деятельности предприятия сервиса.
20. Налогообложение и ее особенности на предприятиях сервиса.
21. Трудовое законодательство в сфере сервиса.
22. Понятие, сущность и функции менеджмента в сервисе. Сервисный менеджмент.
23. Развитие менеджмента в сфере сервиса в прошлом и настоящем: принципы, методы менеджмента.
24. Основные понятия и управленческие категории сервиса.
25. Факторы и критерии эффективности управления предприятием сервиса.
26. Технология обслуживания и реализации гостиничных услуг.
27. Сервисное предприятие в системе рыночных отношений. Организационно-правовые формы сервисных предприятий.
28. Предприятия ресторанного сервиса: классификация и методы обслуживания.
29. Процесс стратегического управления предприятием сервиса.

31. Риски в сервисной деятельности: сущность, виды. Меры, способствующие устранению или минимизации отрицательных последствий риска. Страхование предпринимательских рисков.

32. Система коммуникаций и их роль в совершенствовании управления предприятием сервиса.

33. Развитие теорий мотивации: содержательные и процессуальные теории мотивации.

34. Профессиональная этика и этикет в сфере сервиса: принципы, формы организации, тенденции развития.

35. Реклама и связи с общественностью в сфере сервиса: характеристика основных приемов и методов.

36. Потребительское поведение: основные модели и определяющие факторы.

37. Современное состояние сферы услуг и ее структура.

38. Уровень туристского сервиса в России: проблемы и перспективы.

39. Маркетинговые исследования в сфере сервиса: виды маркетинговых исследований, цели и задачи. Этапы маркетингового исследования. Схема маркетингового исследования в сфере сервиса.

40. Маркетинг-микс и маркетинговый контроль: характеристика и особенности в сервисе

41. Факторы внешней и внутренней среды маркетинга. Анализ факторов в деятельности предприятия сервиса.

42. Источники маркетинговой информации в сервисе. Сбор, систематизация и анализ информации. Методы сбора маркетинговой информации.

43. Основы курортного дела Российской Федерации. История развития санаторно-курортного дела.

44. Нормативное правовое регулирование курортного дела. Санаторно-курортная организация как объект управления.

45. Менеджмент санаторно-курортной организации. Инновационные механизмы финансового менеджмента санаторно-курортной организации.

46. Управление межличностным взаимодействием в санаторно-курортных организациях.

47. Продвижение санаторно-курортных услуг в современном маркетинге Управление продажами санаторно-курортных услуг.

48. Основные этапы истории развития и современного состояния курортного дела в Алтайском крае.

49. Сегментирование рынка, принципы сегментирования. Особенности сегментирования в сервисе.

50. Факторы сегментации потребительского рынка услуг, выбор целевых групп потребителей, методы стимулирования потенциальных клиентов.

51. Фирменный стиль в деятельности предприятия сервиса: понятие, функции фирменного стиля; степень влияния фирменного стиля на имидж предприятия.

52. Ценообразование в сервисе: характеристика, методы.

53. Бизнес-планирование в сфере сервиса: сущность, этапы (состав).

54. Взаимосвязь сервисологии с другими науками (междисциплинарный характер исследования).

55. Эффективный сервис: содержание, условия, контроль.

56. Основные элементы туристско-рекреационной системы. Туристская дестинация.

57. Информационные технологии в сервисе и их специфика.

58. Сфера услуг как отрасль социально-экономической деятельности.

59. Информационно-поисковые системы в индустрии сервиса

60. Сервис как отрасль экономики и ее социально-экономическое значение (социально-экономические функции).

61. Классификация лечебных физических факторов, их особенности.

62. Правовые и законодательные основы деятельности санаторно-курортной системы в РФ.

63. Организация оздоровительного отдыха в основных регионах России.

64. Санаторно-курортный комплекс как объект управления.

65. Планирование и организация деятельности санаторно-курортной организации.

### **III. Список учебно-методической литературы.**

1. Барчуков Игорь Сергеевич. Санаторно-курортное дело: [учебное пособие для вузов /И. С. Барчуков. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 304 с.

2. Безрутченко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме / Ю.В Безрутченко. - М.: Дашков и Ко, 2014.

3. Брашнов, Д.Г. Гостиничный сервис и туризм: Учебное пособие / Д.Г. Брашнов. – М.: Альфа, 2012.

4. Бурменко, Т.Д. Сфера услуг. Экономика, менеджмент, маркетинг / Т.Д. Бурменко. – М.: КноРус, 2010.

5. Бурняшева Л.А. Сервисная деятельность: учебное пособие / Л.А. Бурняшева. — Пятигорск: Пятигорский государственный лингвистический университет, 2016. – 428 с.

6. Бурняшева Л.А. Сервисология (Человек и его потребности): учебное пособие / Л.А. Бурняшева и др. – Пятигорск: Пятигорский государственный лингвистический университет, 2016.

7. Бухтерева, О.С. Социология рекламы в социокультурном сервисе и туризме / О.С. Бухтерева. - М.: Инфра-М, 2014.

8. Велединский, В.Г. Сервисная деятельность: учебник / В.Г. Велединский. — Москва: КноРус, 2016. — 175 с.

9. Велединский, В.Г. Спортивно-оздоровительный сервис / В.Г. Велединский. – М.: КноРус, 2013.

10. Виноградова, М.В. Менеджмент в сервисе: учебник / М.В. Виноградова, О.В. Каурова, А.Н. Малолетко, Н.А. Платонова под ред. и др. — Москва: КноРус, 2016. — 252 с.
11. Глобов, К.С. Инъекция сервисного мышления в индустрии туризма и гостеприимства / К.С. Глобов. — Казань, 2010.
12. Грибов, В.Д. Экономика предприятия сервиса: учебное пособие / В.Д. Грибов, А.Л. Леонов. — Москва: КноРус, 2016. — 276 с.
13. Гукова, О.Н. Предпринимательство в сфере сервиса: учеб. пособие / О.Н. Гукова, А. М. Петрова. - М.: Форум, 2009.
14. Давыденко, Н.И. Сервисная деятельность / Н.И. Давыденко, Т.В. Крапива. — Кемерово, 2008.
15. Еланцева, О.П. Стандартизация и сертификация в социально-культурном сервисе и туризме. Учебное пособие / О.П. Еланцева - М.: Флинта, 2014.
16. Карнаухова, В.К. Сервисная деятельность: учеб. пособие для вузов. / В.К. Карнаухова. — М.: МарТ, 2011.
17. Лебедева, А.Э. Сервисная деятельность. А.Э. Лебедева. — Томск.: ТУСУР, 2012.
18. Лойко, О.Т. Сервисная деятельность: учеб. пособие для вузов / О.Т. Лойко. - М.: Академия, 2010.
19. Малахова, Н.Н. Инновации в туризме и сервисе / Н.Н. Малахова, Д. С. Ушаков. - Ростов н/Д: Феникс, 2010.
20. Морозов М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: учеб. для вузов / М.А. Морозов, Н. С. Морозова. - М.: Академия, 2009.
21. Неретина, Т. Г. Организация сервисной деятельности / Т.Г. Неретина. — М.: Флинта, 2011.
22. Павлова Г.Ю. Сервисная деятельность: учебное пособие / Г.Ю. Павлова. — Москва: КноРус, 2016. — 175 с.



23. Панин Е.Л. Основы курортологии: учеб. пособие. – Барнаул: АлтГТУ, 2010.
24. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации. Утверждены Постановлением Правительства РФ от 25.04.1997г. № 490.
25. Правила предоставления услуг общественного питания. Утверждены Постановлением Правительства РФ от 15.08.1997г. № 1036.
26. Самарина В. П. Основы предпринимательства - М.: Кнорус, 2010.
27. Советов, В.М. Основы функционирования систем сервиса: Учебное пособие / В.М. Советов, В.М. Артюшенко. - М.: Альфа, 2014.
28. Сухарев Е.Е. Курортное дело: учеб. пособие – Барнаул: АлтГТУ, 2009.
29. Третьякова, Т. Н. Сервисная деятельность: учеб. пособие для вузов / Т.Н. Третьякова. – М.: Академия, 2008.
30. Уокер, Дж. Р. Введение в гостеприимство / Дж. Р. Уокер. – М.: Юнити-Дана, 2012.
31. Федулин, А.А. Гостиничный менеджмент: учебное пособие / А.А. Федулин под ред. и др. — Москва: КноРус, 2016. — 426 с.
32. Хорошилова Лилия Семеновна. Основы курортологии: [курс лекций /Л. С. Хорошилова; Ке-мер. гос. ун-т.- Кемерово: КемГУ, 2012 - 108 с.
33. Черников В.Г. Инновации в сервисе: учебное пособие / В.Г. Черников. — Москва: Русайнс, 2016. — 193 с.