

## Магистерская программа «Сервис. Технологии современного лидерства»

1. Понятие сервиса как социально-экономической системы: современные научные подходы.
2. Сервисная индустрия в структуре национальной экономики: роль, функции, тенденции развития.
3. Человеческий капитал в сервисной организации: содержание, структура, методы развития.
4. Лидерство в сервисной индустрии: сущность, типы и современные модели.
5. Управление персоналом и управление человеческими ресурсами: сходства, различия, практическое значение.
6. Культура сервиса как фактор конкурентоспособности организации.
7. Поведение потребителя в сервисной сфере: основные концепции и методы анализа.
8. Социологический подход к изучению потребления услуг.
9. Коммуникации в сервисной организации: виды, функции, управленческая роль.
10. Внутрикорпоративные коммуникации и их значение для лидерства и организационного развития.
11. Репутация и доверие как нематериальные активы сервисного предприятия.
12. Маркетинг услуг: особенности, инструменты и роль в стратегическом управлении.
13. Эволюция маркетинговых концепций в сервисной индустрии.
14. Реклама и продвижение сервисного предприятия в цифровой среде.
15. Роль социальных сетей и медиаплатформ в развитии сервисных организаций.
16. Кейс-стади как метод исследования и управленческого анализа в сервисе.
17. Малые и средние предприятия как основа развития сервисной индустрии.
18. Инновации в сервисной деятельности: виды, механизмы внедрения, управленческие риски.
19. Жизненный цикл сервисного предприятия: стадии, управленческие задачи, точки роста.
20. Бизнес-планирование в сервисной организации: цели, структура, управленческое значение.
21. Экономический анализ в управлении сервисным предприятием.
22. Правовое регулирование сервисной деятельности в Российской Федерации.
23. Защита прав потребителей в сфере услуг: механизмы и ответственность предприятий.
24. Персональные данные в сервисной организации: правовые и управленческие аспекты.
25. Стандартизация и сертификация в сервисной индустрии.
26. Устойчивое развитие сервисного предприятия: принципы и практики реализации.
27. Социальная ответственность и социальные технологии в управлении сервисной организацией.
28. Креативные индустрии как сегмент сервисной экономики: особенности и управленческие модели.
29. Межкультурная коммуникация в сервисной индустрии: значение и практические вызовы.
30. Современные вызовы и перспективы развития сервисной индустрии в России.

## **Примерные типовые ситуационные задачи (кейсы)**

### **Кейс 1. Лидерство в условиях кадрового дефицита**

Сервисная компания в сфере городского туризма (экскурсии, квесты, событийные форматы) столкнулась с высокой текучестью персонала: за год уволилось более 40% сотрудников. Руководство фиксирует снижение качества сервиса и рост негативных отзывов. Формально заработная плата соответствует рынку, однако сотрудники отмечают «отсутствие вовлеченности» и «непонятные управленческие решения».

#### **Задание:**

- Определите возможные причины кадрового кризиса.
- Предложите управленческие и лидерские решения по стабилизации команды.
- Обоснуйте роль нематериальной мотивации в сервисной организации.

### **Кейс 2. Репутационный риск сервисного предприятия**

Отель среднего ценового сегмента получил вирусное распространение негативного отзыва в социальных сетях, связанного с конфликтом между гостем и администратором. Видео набрало более 300 тыс. просмотров. Официальной реакции со стороны отеля не последовало в течение двух суток.

#### **Задание:**

- Проанализируйте допущенные управленческие ошибки.
- Предложите антикризисную коммуникационную стратегию.
- Определите роль лидера организации в подобных ситуациях.

### **Кейс 3. Запуск инновационного сервиса**

Компания в сфере wellness-услуг планирует внедрение цифрового сервиса персонализированного подбора программ для клиентов. Сотрудники воспринимают инновацию как угрозу рабочим местам и саботируют внедрение.

#### **Задание:**

- Определите барьеры внедрения инноваций в сервисной организации.
- Предложите управленческие и коммуникационные решения.
- Покажите роль лидерства в управлении изменениями.

### **Кейс 4. Конфликт интересов внутри сервисной команды**

В крупном фитнес-центре возник конфликт между менеджерами по продажам и тренерским составом. Первые ориентированы на рост продаж, вторые — на качество и безопасность услуг. Конфликт стал отражаться на клиентах.

**Задание:**

- Определите тип конфликта.
- Предложите управленческую модель его разрешения.
- Обоснуйте значимость внутрикорпоративных коммуникаций.

**Кейс 5. Поведение потребителя и трансформация спроса**

Сервисная компания, ориентированная на офлайн-обслуживание, зафиксировала резкое снижение посещаемости после изменения потребительских привычек (рост онлайн-сервисов, самообслуживания, маркетплейсов).

**Задание:**

- Проанализируйте изменения в поведении потребителей.
- Предложите направления адаптации сервисной модели.
- Определите управленческие решения стратегического уровня.

**Кейс 6. Малое предприятие и ограниченные ресурсы**

Малое сервисное предприятие в сфере креативных индустрий (дизайн, мероприятия, образовательные продукты) не имеет бюджета на масштабное продвижение, но планирует выход на новый рынок.

**Задание:**

- Предложите альтернативные инструменты продвижения.
- Определите приоритетные целевые аудитории.
- Оцените риски выбранной стратегии.

**Кейс 7. Социальная ответственность сервиса**

Некоммерческая сервисная организация, работающая с уязвимыми социальными группами, испытывает сложности с привлечением клиентов и партнеров из-за низкой узнаваемости бренда.

**Задание:**

- Предложите коммуникационную стратегию развития.
- Покажите, как социальная миссия может быть интегрирована в продвижение.
- Определите роль лидерства в социальном сервисе.

**Кейс 8. Межкультурная коммуникация**

Сервисная компания, работающая с иностранными клиентами, столкнулась с ростом жалоб, связанных с «некорректным обслуживанием», при том что стандарты сервиса формально соблюдаются.

**Задание:**

- Объясните причины проблемы с точки зрения межкультурной коммуникации.
- Предложите управленческие решения.
- Определите значение культурной компетентности персонала.

**Кейс 9. Устойчивое развитие сервисного предприятия**

Компания заявляет приверженность принципам устойчивого развития, однако сотрудники воспринимают эти инициативы как формальность и дополнительную нагрузку.

**Задание:**

- Проанализируйте причины разрыва между стратегией и практикой.
- Предложите меры по внедрению принципов устойчивого развития.
- Покажите роль лидерства и корпоративной культуры.

**Кейс 10. Стратегическое развитие сервиса**

Сервисное предприятие достигло стабильных финансовых показателей, но рост замедлился. Руководство не может определить дальнейшие направления развития.

**Задание:**

- Предложите возможные стратегии роста.
- Определите, какие данные необходимы для принятия решений.
- Обоснуйте роль стратегического лидерства в сервисной организации.

**Список литературы**

**Основная литература**

1. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг-менеджмент: учебник. — СПб.: Питер, 2018.
2. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.
3. Нортхаус П. Г. Лидерство. Теория и практика. Профессиональный подход к управлению компаниями и людьми. — М.: Эксмо, 2022.
4. Коттер Дж. Впереди перемен: как успешно провести организационные преобразования. — М.: Олимп-Бизнес, 2016.

5. Портер М. Е. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. — М.: Альпина Паблишер, 2011.
6. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. — (актуальные издания).
7. Аакер Д. А. Создание сильных брендов. — М.: Издательский дом Гребенникова, 2003.
8. ГОСТ Р ИСО 9001–2015. Системы менеджмента качества. Требования. — введён в действие приказом Росстандарта от 28.09.2015 № 1391-ст.

#### **Дополнительная литература**

9. Патласова О. Ю. и др. Современные технологии управления в сервисе: монография.
10. (Для углубления по маркетингу услуг) Wilson A., Zeithaml V. A., Bitner M. J., Gremler D. D. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (англ.).

#### **Нормативные правовые акты и правовое обеспечение сервиса**

11. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (действующая редакция).
12. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» (действующая редакция).
13. Гражданский кодекс РФ (часть IV): ст. 1477 (товарный знак и знак обслуживания).
14. Гражданский кодекс РФ (часть IV): ст. 1484 (исключительное право на товарный знак).
15. Федеральный закон от 08 августа 2024 г. № 330-ФЗ «О креативных (творческих) индустриях в Российской Федерации» (действующая редакция).