УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_А.А.Варвашеня

\_\_.\_\_.20\_\_

**ПРОГРАММНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ**

к экзамену по учебной дисциплине

«Менеджмент качества и управление процессами в туристической индустрии» для студентов 2 курса дневной формы

получения образования

по направлению специальности

1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство» на 2023/2024 учебный год

1. Сущность качества как философской, потребительской и управленческой концепции.
2. Сущность качества. Эволюционная теория качества, разработанная Ю. Адлером
3. Эволюционная теория качества. Фаза отбраковки.
4. Эволюционная теория качества. Фаза управления качеством и фаза менеджмента качества.
5. Эволюционная теория качества. Основные идеи фазы планирования качества.
6. Концепция потребительского качества товаров и услуг.
7. Качество, ценность и стоимость изделия (услуги) с точки зрения потребителя и производителя.
8. Цикл Э. Деминга. Принципы менеджмента качества Э. Деминга.
9. Идеи и принципы качества Ф. Кросби
10. Японский вариант комплексного управления качеством
11. Качество и потребности современного человека
12. Сущность Кайдзен как философии непрерывного совершенствования.
13. Базовые принципы японской философии Кайдзен
14. Менеджмент, ориентированный на процесс и менеджмент, ориентированный на результат
15. Сущность и содержание процессного подхода.
16. Обзор уникальных принципов японских систем менеджмента качества.
17. Система всеобщего управления качеством (TQM)
18. Решение производственных проблем в TQM
19. Философские, методологические, исторические основы TPS. 14 принципов ТРS.
20. Принципы выстраивания партнерских отношений.
21. Кадровый менеджмент в ТРS, особенности подготовки высшего руководства компании, формирование команд.
22. Базовые принципы системы менеджмента качества серии ISO 9000
23. Сущность и основные задачи статистического контроля качества.
24. Особенности применения стандартов серии ISO 9001 и ISO 9004 в сфере услуг, сущность механизма сертификации услуг.
25. Разработка политики и руководства по качеству в сфере услуг.
26. Экономические аспекты качества.
27. Подходы к анализу структуры затрат на качество.
28. Системы материального стимулирования и затраты на качество.
29. Бюджетирование как механизм управления качеством.
30. Критерии значимости туристических услуг для потребителей.
31. Факторы, определяющие качество комплекса туристических услуг.
32. Критерии качества комплексной туристической услуги.
33. Процессуальные и результирующие факторы измерения потребительской удовлетворенности.
34. Модели и методы, используемые при анализе качества сервиса и совершенствовании менеджмента организаций.
35. Инструментарий измерения потребительской удовлетворенности.
36. Понятие и сущность стандартизации.
37. Система отраслевых стандартов в туристической индустрии.
38. Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания.
39. Понятие и виды стандартов в туристической индустрии.
40. Классическая структура стандартов сервиса в гостиничной индустрии.
41. Термины и определения, общие положения стандартизации в гостеприимстве.
42. Услуги гостиниц и аналогичных средств размещения. Общие требования и классификация.
43. Сервис гостеприимства как сеть взаимосвязанных и взаимообусловленных процессов.
44. Особенности обслуживания туристов – представителей различных стран в туристической индустрии: культурные, коммуникативные, социально-психологические аспекты.
45. Разновидности услуг по критериям материальность / нематериальность. Особенности управления и специфика услуг.
46. Управление социальными репрезентациями как метод повышения качества сервиса в туристической индустрии.

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмента туризма и гостеприимства

Протокол № \_\_ от \_\_.\_\_.20\_\_г.