

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.Б.11 Сервисология»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

43.03.01 Сервис

(код и наименование направления подготовки)

Социально-культурный сервис

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа академического бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2018

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма
наименование кафедры

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма Е.В. Шестакова
наименование кафедры подпись расшифровка подписи

Допцент _____ Ситжанова А.М.
должность _____ подпись _____ расшифровка подписи _____

43.03.01 Сервис

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки _____ Н.Н. Грицай
личная подпись расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета
Докцент  Рожкова ЮВ
личная подпись расшифровка подписи

2

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины: формирование у студентов знаний о человеке, его сущности и потребностях, методах удовлетворения потребностей индивида и общества, способах подходов к потребителю в сфере услуг; изучение места и роли сервиса в удовлетворении человеческих потребностей; освоение методологических подходов к человеку в сфере сервиса.

Задачи:

- изучить человека как индивида, как личность – носителя определённых ролей и субъекта общественно-исторической деятельности;
- проследить становление знаний о человеке и его потребностях в исторической ретроспективе;
- исследовать систему потребностей человека, их динамику, формирование;
- изучить структуру и классификации потребностей человека;
- рассмотреть место и роль сервиса в удовлетворении человеческих потребностей;
- освоить методологические подходы к человеку в сфере сервиса в зависимости от психологического своеобразия потребителя и личностных проявлений профессионала в сервисной деятельности;
- раскрыть творческий потенциал обучающихся в применении неординарных решений в разработке инновационных предложений в сфере сервиса;
- расширять кругозор, повышать культурно-образовательный и интеллектуальный уровень обучающихся;
- освоить методику диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно - потребностной сфере;

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.2 История*

Постреквизиты дисциплины: *Б.1.Б.4 Безопасность жизнедеятельности, Б.1.Б.8 Социокультурная коммуникация, Б.1.Б.12 Сервисная деятельность, Б.1.Б.13 Профессиональная этика и этикет, Б.1.Б.17 Основы предпринимательской деятельности в сервисе, Б.1.Б.19 Метрология, стандартизация и сертификация, Б.1.Б.21 Психологический практикум, Б.1.В.ОД.1 Культура здоровья, Б.1.В.ОД.14 Документационное обеспечение управления в социально-культурном сервисе и туризме, Б.1.В.ДВ.4.2 Нормативно-законодательное регулирование сервисной деятельности, Б.2.В.У.1 Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, Б.2.В.П.1 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: – изучить предмет и объект сервисологии; – приобрести понимание необходимости системного подхода к проблеме сущности человека; – овладеть знаниями по пониманию человека и его потребностей в исторической ретроспективе; – приобрести понимание потребностей человека в аспекте современных психологических теорий личности; – изучить структуру и классификации потребностей;	ОПК-3 готовностью организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Уметь: -вести обработку информации и имеющихся ресурсов и принимать решения на их основе. – соотносить свои личностные характеристики с психологическим своеобразием потребителя и др. Владеть: -навыками самостоятельного анализа ведущих мотивов и потребностей, влияющих на специфику организации обслуживания потребителей. - навыками мотивации потребителя и обслуживания потребителей с учётом их темперамента, характера, типологии; - навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами, методами выявления потребностей человека, определения их значимости в иерархии ценностей личности	

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	1 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	51,25	51,25
Лекции (Л)	34	34
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к рубежному контролю.)	92,75	92,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	экзамен	

Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Сервисология, как наука.	20	4	2		14
2	История формирования и развития сервисологии	24	6	2		16
3	Потребности человека и их классификация.	24	6	2		16
4	Мотивационная структура поведения личности.	24	6	2		16
5	Модели принятия потребительских решений.	26	6	4		16
6	Сервис как сфера обслуживания.	26	6	4		16
	Итого:	144	34	16		94
	Всего:	144	34	16		94

4.2 Содержание разделов дисциплины

1 Сервисология, как наука. Цели и задачи сервисологии. Основные понятия сервисологии: человек, нужда, потребность, товар, услуга, обслуживание. Классификация услуг. Комплексный подход к исследованию человека. Индивидуальные и групповые характеристики человека как основа запросов человека. Сущность человека, его отличительные черты. Экономика как сфера удовлетворения потребностей человека. Сервисная культура.

2. История формирования и развития сервисологии. Формирование и развитие теории маркетинга на основе психологических теорий мотиваций, как первый этап сложения сервисологии. А. Маслоу и его концепция иерархии потребностей. Инфраструктура, исследование производственной и непроизводственной инфраструктуры. Экономические и социологические исследования инфраструктуры и инфраструктурного производства как системы выявления и удовлетворения потребностей человека. Направление исследований в области сервисологии в РФ на рубеже 20-21 веков.

3. Потребности человека и их классификация. Потребности человека и их классификация. Теории потребностей. Общая характеристика мотивационно-потребностной сферы человека. Потребительские ценности и потребительское поведение Проблема классификации потребностей и мотивов. Биологические и социальные потребности. Материальные и духовные потребности. Индивидуальные и общественные потребности. Рутинные и творческие потребности. Физиологические потребности. Потребность в безопасности. Потребность в любви. Потребность в уважении. Потребность в смысле жизни и самоактуализации.

4. Мотивационная структура поведения личности. Мотивационная сфера личности. Основные виды мотивации: мотивация общения, мотивация власти, мотивация помощи, мотивация самосовершенствования, мотивация учебной и профессиональной деятельности. Сознательная и бессознательная мотивация. Проблемы противоречий личных и общественных потребностей. Последствия внутриличностного конфликта мотивов.

5 Модели принятия потребительских решений. Культура и потребительское поведение: влияние культуры и субкультуры на восприятие, антропология в маркетинге субкультуры и потребительские предпочтения. Модели принятия потребительских решений. Процесс и совершения покупки. Осознание проблемы, поиск информации, оценка альтернативы, процессы, следующие за покупкой. Реклама, убеждения, манипуляции общественным сознанием.

6. Сервис как сфера обслуживания. Сервис и сервисная деятельность. Структура сервисной деятельности и удовлетворение потребностей. Классификация видов сервиса. Методы удовлетворения потребностей сферой сервиса. Услуга как полезное действие и её социальная роль. Сфера услуг и особенности ее функционирования. Индивидуальное обслуживание как сфера профессиональной деятельности Качество услуг, ожидания потребителей и их удовлетворение. Понятие контактной зоны. Физические характеристики контактной зоны. Потребительские предпочтения и причины их возникновения

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Сервисология, как наука.	2
2	2	История формирования и развития сервисологии	2
3	3	Потребности человека и их классификация.	4
4	4	Мотивационная структура поведения личности.	4
5	5	Модели принятия потребительских решений.	4
6	6	Сервис как сфера обслуживания.	4
		Итого:	16

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1) Дубровин, И. А. Поведение потребителей [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению "Экономика" и экон. специальностям / И. А. Дубровин.- 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2010. - 312 с. - Библиогр.: с. 311. - ISBN 978-5-394-00692-0

2) Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01223-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714> (11.02.2019).

3) Таранова, И.В. Сервисология [Электронный ресурс] : учебник / И.В. Таранова, А.В. Трухачев. – Ставрополь: АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2013. – 296 с. - ISBN 978-59596-0863-7. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=514626>

4) Шиповская, Л. П. Человек и его потребности [Текст] : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 100100 "Сервис" / Л. П. Шиповская. - Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2013. - 432 с. - Глоссарий: с. 416-422. - Имен. указ.: с. 423-424. - Библиогр.: с. 425-428. - ISBN 978-5-98281-149-3. - ISBN 978-5-16-003422-5.

5.2 Дополнительная литература

1) Лыгина, Н. И. Поведение потребителей [Текст] : учеб. для студентов учреждений сред. проф. образования / Т. Н. Макарова, Н. И. Лыгина. - М. : Форум : ИНФРА-М, 2010. - 208 с. : табл. - (Профессиональное образование). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 5-8199-0203--3. - ISBN 5-16-002438-7.

2) Меликян, О. М. Поведение потребителей [Текст] : учеб. для вузов / О. М. Меликян .- 3-е изд. - М. : Дашков и К, 2009. - 263 с. - Библиогр.: с. 223-225. - Прил.: с. 226-262. - ISBN 978-5-394-00492-6.

3) Романов, А. А. Маркетинг [Текст] : учеб. пособие для вузов / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б.М. Жуков. - М. : Дашков и К, 2012. - 440 с. - Библиогр.: с. 436-439. - ISBN 978-5-394-01311-9.

5.3 Периодические издания

5.3 Периодические издания

- 1 Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.
- 2 Менеджмент в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.
- 3 Методы менеджмента качества : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.
- 4 Российское предпринимательство : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.

5.4 Интернет-ресурсы

1. <http://elibrary.ru/>

eLIBRARY.RU - крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций, обладающая богатыми возможностями поиска и получения информации. Библиотека интегрирована с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ) - созданным по заказу Минобрнауки РФ бесплатным общедоступным инструментом измерения и анализа публикационной активности ученых и организаций. eLIBRARY.RU и РИНЦ разработаны и поддерживаются компанией «Научная электронная библиотека».

2. <http://www.aup.ru/>

Административно-управленческий портал - бизнес-портал предназначен для руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов и экономистов предприятий. Основой портала является электронная библиотека деловой литературы и документов, а также бизнес-форум по различным аспектам теории и практики организации, планирования и управления деятельностью предприятий.

3. <http://www.biblioclub.ru>

Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» это электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам учебной и научной литературы по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств. Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии, видео-и аудиоматериалы.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

1. Операционная система Microsoft Windows

2. Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, OneNote, Outlook, Publisher, Access)

3 ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2018]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: <\\fileserver1\GarantClient\garant.exe>

4 КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2018]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: <\\fileserver1\CONSULT\cons.exe>

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Кафедра «Управление персоналом, сервиса и туризма» для построения эффективного учебного процесса располагает следующими материально-техническими средствами, которые используются в процессе изучения дисциплины:

- комплекты ученической мебели;
- доска;
- экран на треноге;
- мультимедийный проектор;
- компьютеры с подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.

К рабочей программе прилагаются:

- Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;
- Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.