

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

Заочная

Год набора 2018

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

наименование кафедры

протокол № 5 от "9" 01 2018г.

Заведующий кафедрой

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

Е.В. Шестакова

наименование кафедры

подпись

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент

должность

подпись

Ситжанова А.М.

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

43.03.01 Сервис

код наименование

личная подпись

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

Н.Н. Грицай

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

Доцент

личная подпись

Рожкова ЮВ

расшифровка подписи

№ регистрации _____

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:	15,5	15,5
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия (ПЗ)	6	6
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: - выполнение контрольной работы (КонтрР); - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям;	128,5 +	128,5
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	экзамен	

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Сервисология, как наука.	22	1	1		20
2	История формирования и развития сервисологии	24	1	1		22
3	Потребности человека и их классификация.	25	2	1		22
4	Мотивационная структура поведения личности.	25	2	1		22
5	Модели принятия потребительских решений.	24	1	1		22
6	Сервис как сфера обслуживания.	24	1	1		22
	Итого:	144	8	6		130
	Всего:	144	8	6		130

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.	1
2	2	История формирования и развития сервисологии	1
3	3	Потребности человека и их классификация.	1
4	4	Мотивационная структура поведения личности.	1
5	5	Модели принятия потребительских решений.	1
6	6	Сервис как сфера обслуживания.	1
		Итого:	6

4.4 Контрольная работа (1 семестр)

Примерные темы контрольной работы

- 1 Взаимосвязь ценностей и социального поведения
- 2 Факторы формирования человека в ходе исторического развития
- 3 Ценностные ориентации и потребности человека в современном мире
- 4 Потребность в обретении власти.
- 5 Влияние спроса на динамику потребностей, современные подходы, взгляды.
- 6 Религия, духовность и духовные потребности человека
- 7 Сервисная деятельность и ее профессиональная сущность
- 8 Экология культуры человека
- 9 Специфика современного этапа общественного развития
- 10 Становление творческих потребностей человека
- 11 Потребности человека и системы обслуживания
- 12 Проблема человека в культуре эпохи Нового времени
- 13 Проблема потребностей и ее значение в сервисологии

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

- 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.