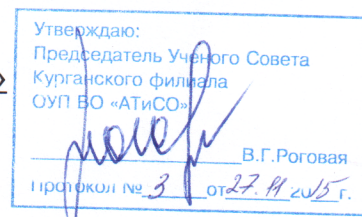


Образовательное учреждение профсоюзов
высшего образования
«Академия труда и социальных отношений»
Курганский филиал

Кафедра «Экономика и управление»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ Сервисология

Направление подготовки : 43.03.01 «Сервис»

Форма обучения: Заочная

Цикл дисциплин: Б1.Б.8

Трудоемкость дисциплины (з.е./ ч.) 3 / 108

Вид учебной работы	Часы	Семестры					
		1 курс					
Аудиторные занятия (всего), в том числе:	10	10					
Лекции	4	4					
Лабораторные работы	-	-					
Практические занятия:	6	6					
Из них: текущий контроль (тестирование, коллоквиум) (ТК)							
% интерактивных форм обучения от аудиторных занятий по дисциплине	40	40					
Самостоятельная работа (всего), в том числе:	98	98					
Курсовая работа: (КР)							
Курсовой проект: (КП)							
Контрольная работа							
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен):	зачет	зачет					
Общая трудоемкость дисциплины	108/3	108/ 3					

СВЕДЕНИЯ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ В РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

Рабочая программа утверждена на 20 15 / 20 16 учебный год со следующими изменениями:

Программа переработана и
связана с предметами ФГОС по
43.03.01 «Сервис»

Протокол заседания кафедры № 4 от « 23 » декабря 2015 г.
Заведующий кафедрой

Дудник А.В. / Дудник /

Рабочая программа утверждена на 20 16 / 20 17 учебный год со следующими изменениями:

Программа пересмотрена и утверждена на 2016
2016 учебный год в связи с изменениями списка
рекомендуемой литературы.

Протокол заседания кафедры № 1 от « 30 » августа 2016 г.
Заведующий кафедрой

Дудник А.В. / Дудник /

Рабочая программа утверждена на 20 / 20 учебный год со следующими изменениями:

Протокол заседания кафедры № от « » 20 г.
Заведующий кафедрой

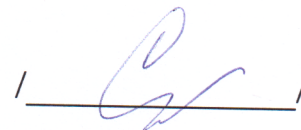
 / /

Рабочая программа составлена:

- с учётом требований Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по направлению «Сервис»;
- на основании учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Сервис».

Рабочую программу разработал:

Слабош Татьяна Сергеевна



Программа утверждена на заседании кафедры «Экономика и управление»

Протокол № 4 от «23» декабря 20 16 г.

Заведующий кафедрой

Дудник А.В.



Место дисциплины в структуре ООП ВО: Б1.Б8

Дисциплина «Сервисология» является дисциплиной базовой (общепрофессиональной) части профессионального цикла по подготовке бакалавров по направлению «Сервис».

Взаимодействие с другими дисциплинами: «История», «Культурология», «Маркетинг в сервисе», «Менеджмент в сервисе», «Профессиональная деятельность в сфере сервиса», «Профессиональная этика и этикет», «Психология», «Психодиагностика», «Психологический практикум», «Социология», «Философия», «Этикет делового общения».

2 Цели и задачи освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является формирование общекультурных и профессиональных компетенций.

Задачами освоения дисциплины являются:

- изучить предмет и объект сервисологии;
- овладеть знаниями по пониманию человека как индивида, личности – носителя определенных ролей и субъекта деятельности;
- изучить структуру и различные классификации потребностей, их динамику и формирование;
- рассмотреть потребности человека в соответствии с современными психологическими теориями личности;
- овладеть знаниями в рамках социализации и рыночной ориентации личности на современном этапе;
- рассмотреть и изучить системы ценностей человека и их взаимосвязь с социальным поведением;
- 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;
- изучить типологии потребителей и подходы к ним в процессе сервисной деятельности;
- овладеть знаниями по влиянию социокультурных, экономических и психологических факторов на модель поведения потребителя в процессе принятия решения;
- изучить сервис как систему индивидуального обслуживания и сферу профессиональной деятельности.

3 Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на изучение следующих компетенций:

ОК-1, ОК-4, ОПК-2, ОПК-3, ПК-3, ПК-5, ПК-8.

«Способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности» (ОК-1);

«Способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия» (ОК-4);

«Готовностью разрабатывать технологии процесса сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя» (ОПК-2);

«Готовностью организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя» (ОПК-3).

«Готовностью к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности» (ПК-3);

«Готовностью к выполнению инновационных проектов в сфере сервиса» (ПК-5);

«Способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями» (ПК-8)

4 Образовательные результаты освоения дисциплины, соответствующие определенным компетенциям

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) Знать:

Индекс компетенции (ОК, ПК)	Образовательный результат (указывается формируемые образовательные результаты в рамках соответствующих компетенций)
ОК-1	Знать теоретические основы культуры мышления, базовые понятия ценностей бытия, жизни и культуры
ОК-4	Знать основные элементы социального взаимодействия, общепринятые моральные и правовые нормы, социальные стандарты
ОПК-2	Знать историю развития сервиса, основные направления и виды сервисной деятельности на современном этапе рыночных отношений
ОПК-3	Знать теоретические основы сервиса и сервисной деятельности, особенности технологии процесса сервиса
ПК-3	Знать основы и особенности технологии процесса сервиса, понятие и виды ресурсов
ПК-5	Знать основы и специфику отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности
ПК-8	Знать особенности инновационных процессов в сфере сервиса.

2) Уметь:

Индекс компетенции (ОК, ПК)	Образовательный результат (указывается формируемые образовательные результаты в рамках соответствующих компетенций)
ОК-1	Уметь применять систему научных знаний об окружающем мире, ориентироваться в ценностях бытия, жизни и культуры
ОК-4	Уметь демонстрировать уважение к людям, толерантность к другой культуре
ОПК-2	Уметь классифицировать основные сферы и направления сервисной деятельности с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций
ОПК-3	Уметь формировать клиентурные отношения в различных

	сферах сервисной деятельности
ПК-3	Уметь обосновать и разработать технологию процесса сервиса, выбрать необходимые ресурсы и технические средства для его реализации
ПК-5	Уметь применять отечественный и зарубежный опыт сервисной деятельности в различных сферах бизнеса
ПК-8	Уметь применять инновационные направления в различных сферах сервиса.

3) Владеть:

Индекс компетенции (ОК, ПК)	Образовательный результат (указывается формируемые образовательные результаты в рамках соответствующих компетенций)
ОК-1	Владеть культурой мышления, навыками применения системы научных знаний об окружающем мире в сервисной деятельности
ОК-4	Владеть способностью к поддержанию партнерских отношений
ОПК-2	Владеть способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями
ОПК-3	Владеть способностью к разработке и реализации технологии процесса сервиса
ПК-3	Владеть навыками выбора необходимых ресурсов и технических средств для реализации процесса сервиса
ПК-5	Владеть навыками применения современной научно-технической информации во всех сферах сервисной деятельности
ПК-8	Владеть способностью разработки и применения инновационных проектов в сервисе.

5 Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины и формируемых в них профессиональных и общекультурных компетенций

Шифр раздела, темы дисциплины	Наименование раздела, темы дисциплины	Коли - чество часов	Компетенции							общее количество компетенций	
			Общекультурные (ОК)		Общепрофессиональные (ОПК)			Профессиональные (ПК)			
			ОК-1	ОК-4	ОПК-2	ОПК-3	ПК-3	ПК-5	ПК-8		
Т1	Сервисология как наука и учебная дисциплина	15	+		+			+		+	0,42
Т2	Человек и его	18	+	+				+			0,49

	потребности в различных аспектах его существования									
Т3	Человек как социальный субъект	21	+				+	+		0,6
Т4	Система ценностей человека	18	+		+		+	+		0,5
Т5	Потребности и потребительское поведение	18	+			+	+	+		0,5
Т6	Сервис как система индивидуального обслуживания	18	+	+				+	+	0,49
Итого:		108								3

6 Тематическое планирование

Тематический план по дисциплине «Сервисология»

№ раздела, темы	Содержание разделов, темы	лекции	практические занятия	самостоятельная работа
Т 1	Сервисология как наука и учебная дисциплина	0,5	1	14
Т2	Человек и его потребности в различных аспектах существования	0,5	1	16
Т3	Человек как социальный субъект	0,5	1	20
Т4	Система ценностей человека	1	1	16

T5	Потребности и потребительское поведение	1	1	16
T6	Сервис как система индивидуального обслуживания	0,5	1	16
	Итого	4	6	98

6.1 Содержание лекционных занятий

Тема 1. Сервисология как наука и учебная дисциплина.

Понятие сервисологии. Предмет изучения дисциплины сервисология. Объект изучения дисциплины сервисология. Введение в предмет. Подходы к пониманию человека и его потребностей. Понятие потребности. Различные классификации потребностей. Пирамида Маслоу. Классификация потребностей Мюррея.

Тема 2. Человек и его потребности в разных аспектах существования.

Человек как организм. Человек как индивид. Человек как индивидуальность. Человек как субъект деятельности. Человек как носитель ролей. Человек как «Я-образ». Человек как личность. Направленность личности. Различные формы направленности личности.

Тема 3. Человек как социальный субъект.

Понятие социальной роли. Виды ролей. Понятие социализации. Социализация личности. Социальный статус человека. Рыночная ориентация личности на современном этапе. Модель Фромма.

Тема 4. Система ценностей человека.

Понятие ценности. Классификация ценностей в модели социального психолога Г. Олпорта. Виды ценностей. Система ценностей человека и ее динамика в современном российском обществе. Взаимосвязь ценностей и социального поведения. Ценности и культура. Материальная и духовная культура. Социальные нормы человека. Классификация норм по Парсонсому.

Правила поведения в различных сферах деятельности человека. Ценностные установки и закономерности. Репутация и ее виды.

Тема 5. Потребности и потребительское поведение.

Категории потребностей. «Потребности для других», «потребности вместе с другими», «потребности для себя». Потребительские ценности. Модели поведения потребителей. Референтные группы. Типы потребителя в сфере сервиса. Поведение потребителя и продавца в зависимости от типа личности. Мотивы покупки: эмоциональные, рациональные и др. Теория покупательского решения. Ключевые факторы успеха продаж. Установление контакта с клиентом. «Корпоративная книга» сценариев продаж.

Тема 6. Сервис как система индивидуального обслуживания.

Индивидуализация или кастомизация сервисной деятельности. Индивидуальное обслуживание как сфера профессиональной деятельности. Технология сервисного обслуживания. Этика и эстетика обслуживания.

6.2 Содержание практических занятий

Цель проведения практических занятий (семинаров) – закрепление отдельных аспектов проблемы в дополнение к лекционному материалу, обучение студентов грамотно и аргументировано излагать свои мысли.

Практическая № 1.

Семинар-диспут на тему « Рыночная ориентация личности на современном этапе». Семинар на тему «Создание позитивной атмосферы продаж в различных сферах сервисной деятельности» и др. в соответствии с тематикой рефератов по дисциплине. Доклады. Обсуждение в группе.

Практическая № 2.

Виды потребностей в соответствии с классификацией Мюррея. Модель Фромма (обсуждение на конкретных примерах).

Практическая № 3.

Распределение различных видов ролей на примере конкретного человека. Формирование перечня ценностных установок на примере конкретного человека. Обсуждение в группе.

Практическая №4.

Разбор и обсуждение конкретных практических ситуаций по нормам поведения работников и репутации сервисных предприятий.

Практическая № 5.

Типы потребителя в сфере сервиса. Модели поведения потребителя и продавца в зависимости от типа личности. Потребитель-новатор. Независимый (безразличный) потребитель и др. Алгоритм принятия решения о покупке. Теория покупательского решения. Обсуждение - диспут на конкретных примерах.

Практическая № 6. Корпоративная книга сценариев продаж.

Разработка ключевых факторов успеха продаж на конкретных примерах. Установление контакта с клиентами.

6.4 Содержание самостоятельной работы студентов

Шифр СРС	Виды самостоятельной работы студентов (СРС)	Наименование и содержание	Трудоемкость, часы	Виды контроля СРС
	Углубленное изучение разделов, тем дисциплины лекционного курса	Тема 1. Изучение классификации потребностей Мюррея (20 потребностей).	12	Обсуждение на конкретных примерах
		Тема 3. Ознакомление с моделью Фромма «Рыночная ориентация личности на современном этапе».	12	Обсуждение на конкретных примерах
		Тема 3. Ознакомление с	12	Обсужде

		классификацией различных видов ролей, изучение понятия «социальный статус».		ние-диспут на семинарском занятии
		Тема 4. Изучение классификационной модели ценностей психолога Г. Олпорта. Выявление взаимосвязи ценностей и социального поведения человека.	16	Активная работа на практике
		Тема 4. Ознакомление с моделью Парсонса «Классификация норм поведения человека». Знакомство с основами материальной и духовной культуры.	12	Обсуждение-диспут
		Тема 5. Разработка теории покупательского решения, «черный ящик» потребителя. Изучение различных моделей поведения потребителей.	12	Активная работа на практических занятиях
		Тема 5 Выявление ключевых факторов успеха продаж на примерах различных направлений сервисной деятельности. Ознакомление с аспектами «корпоративной книги сценариев продаж».	12	Обсуждение в группе
		Тема 6. Изучение этических и эстетических показателей сервисного обслуживания.	10	Активная работа на занятии
		Итого	98	

6.5.1 Рефераты

- 1 Современные подходы к пониманию человека и его потребностей.
- 2 Альфред Адлер о природе человека.
- 3 Теория личности Юнга о человеке и его потребностях.
- 4 Классификация потребностей в соответствии с теорией Мюррея.
- 5 Типология социальных характеров по Фромму.

6 Социокультурная теория личности и характеристика поведенческих стратегий Карен Хорни.

7 Категории потребностей по Роттеру.

8 Психодиагностическая методика ценностных ориентаций Ронича.

9 Взаимосвязь ценностей и социального поведения.

10 Создание позитивной атмосферы продаж в различных направлениях сервисной деятельности.

11 Социализация личности. Рыночная ориентация личности на современном этапе.

12 Современные модели потребительского поведения в сфере сервиса.

7 Фонд оценочных средств

7.1 Контрольные оценочные средства

Вопросы к зачету по дисциплине «Сервисология»

1 Сервисология как наука и учебная дисциплина.

2 Предмет и объект изучения дисциплины сервисология.

3 Понятия сервис, сервисная деятельность, сервисное обслуживание, индивидуализация обслуживания.

4 Потребитель и исполнитель услуги. Результат услуги.

5 Человек в различных аспектах его существования.

6 Человек как индивид, индивидуальность, личность.

7 Проблема личности в философии.

8 Человек как субъект деятельности, носитель определенных ролей и образа «Я».

9 Виды ролей: социальные, межличностные, активные, латентные, официальные, стихийные.

10 Социальные роли в коллективе. Производственные и межличностные роли в коллективе.

11 Человек как социальный субъект. Социальное окружение, круг общения человека.

12 Понятие статус человека. Формальный и неформальный статус.

- 13 Рыночная ориентация личности на современном этапе. Модель Э. Фромма.
- 14 Взаимосвязь ценностей и социального поведения.
- 15 Понятие ценности. Классификация ценностей в модели Г. Олпорта.
- 16 Социокультурная классификация ценностей.
- 17 Взаимодействие системы ценностей и культуры.
- 18 Материальная и духовная культура. Духовные ценности человека.
- 19 Ценностные установки, их функции и классификация.
- 20 5 базовых ценностей человека: жизнь, экономика, социум, власть, духовность.
- 21 Правила и нормы поведения в различных сферах сервисной деятельности.
- 22 Понятие и виды репутации. Репутация сервисного предприятия.
- 23 Модели поведения потребителей на современном рынке товаров и услуг.
- 24 Группы факторов, влияющие на потребительское поведение в сфере сервиса.
- 25 «Черный ящик» в сознании потребителя.
- 26 Социальные факторы и их роль в поведении потребителя. Референтные группы.
- 27 Личностные факторы потребителя: стиль жизни, род занятий, экономический уровень и др.
- 28 Типы потребителя в зависимости от стиля жизни: гедонический, хозяйственный, трудоголический, общительный и нейтральный.
- 29 Американская и английская модели типологии потребителей в зависимости от стиля жизни.
- 30 Поведение потребителя и продавца в зависимости от типа личности: осязающий тип личности, интуитивный, рассудочный, чувствующий, решающий и воспринимающий.
- 31 Экономические факторы и их влияние на поведение потребителя: эффект цены, эффект присоединения к большинству, эффект сноба, эффект Веблена.
- 32 Уровни доходов потребителя.

- 33 Мотивация потребителя и продавца в момент покупки.
- 34 Виды мотивов: эмоциональные, рациональные и др.
- 35 Восприятие в процессе покупки: входящая информация, избирательное внимание, избирательное искажение, избирательное запоминание.
- 36 Социальное самовосприятие человека и его влияние на процесс совершения покупки.
- 37 Типология покупателей в зависимости от самовосприятия: осторожные консерваторы, самоуверенные экспериментаторы.
- 38 Теория воздействия на покупателя в сфере сервиса.
- 39 Теория покупательского решения в сервисной деятельности.
- 40 Шесть основных категорий потребностей потребителя: физиологические, социальные, символические, гедонические, когнитивные и эмпирические.
- 41 Когнитивный потребитель, независимый потребитель, потребитель-новатор.
- 42 Ключевые факторы в процессе продаж.
- 43 Корпоративная книга сценариев продаж.
- 44 Установление контакта с клиентами.
- 45 Понятие кастомизация в сервисной деятельности.
- 46 Психология сервиса. Культура сервиса. Этические и эстетические нормы в сервисной деятельности.

8 Образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков студентов при реализации различных видов учебной работы предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, таких как компьютерные технологии, разбор конкретных ситуаций.

Шифр раздела, темы дисциплины	Наименование раздела, дисциплины, темы	Активные и интерактивные методы и формы обучения	Трудоемкость (часы (кол-во часов по разделу (теме) отводимое на занятия в интерактивно и форме)

Т2	Тема 2. Человек и его потребности в различных аспектах существования	Лекция - рассуждение	1
Т3	Тема 3. Человек как социальный субъект	Лекция – рассуждение. Семинар. Обсуждение-тренинг-диспут.	1
Т4	Тема 4. Система ценностей человека	Лекция-диспут-дискуссия	1
Т5	Тема 5. Потребности и потребительское поведение	Типы потребителя в сфере сервиса. Обсуждение на конкретных примерах. Модель корпоративной книги сценариев продаж. Разработка ключевых факторов успеха продаж. Тренинг-обсуждение.	1
			4
Интерактивных занятий от объема аудиторных занятий %			40%

9 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

9.1 Основная научно-методическая литература:

1 Удальцова М.В., Наумова Е.В. «Сервисология. Человек и его потребности». Учебное пособие. М., 2011 г.

2 Шиповская Л.П. «Человек и его потребности». Учебное пособие. М.: Инфра-М., 2014 г.

9.2 Дополнительная литература:

1. Коноплева Н.А. «Сервисология. Человек и его потребности». Учебное пособие. М.: Флинта. 2008 г.

2. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. – М.: Аспект Пресс, 2005 г.

3. Аверченко Л.К. Управление общением. М.: ИФРА-М., Новосибирск: НГАЭиУ, 2001 г.

4. Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания. Л., 1969 г.

5. Барановский Н.В. Психология и самоконтроль человека. Воронеж, 1993 г.
6. Бережной Н.М. Человек и его потребности. М., 2002 г.
7. Велединский В.Г. Сервисная деятельность. Учебник. М.: Кнорус, 2010 г.
8. Дымшиц М.Н. Манипулирование покупателем. М.: Омега-Л, 2004 г.
9. Дойль Питер. Маркетинг-менеджмент и стратегии. 3-е издание. СПб.: Питер, 2002 г.
10. Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности. М.: Политиздат, 1986 г.
11. Ершов П.М. Потребности человека. М.: Мысль, 1990 г.
12. Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность. М.: МарТ, Ростов. 2006 г.
13. Кулибанова В.В. Маркетинг: Сервисная деятельность. СПб.: Питер, 2000 г.
14. Кумбанов В.В. Маркетинг: сервисная деятельность. Учебное пособие. СПб.: Харьков, Минск: Питер, 2000 г.
15. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1975 г.
16. Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е издание. СПб.: Питер, 2003
17. Меннинг Джеральд. Психология продаж. Искусство партнерских отношений. СПб.: Прайм-Еврознак, 2003 г.
18. Мерлин В.С. Личность как предмет психологического исследования. Пермь, 1988 г.
19. Никифоров Г.С. Самоконтроль человека. Л., 1989 г.
20. Панферов В.Н. Классификация функций человека как субъекта обращения. СПб., 1998 г.
21. Пилдич Д. Путь к потребителю. М., 1991 г.
22. Ребрик С. Тренинг профессиональных продаж. М.: Эксмо, 2002 г.

23. Садохин А.П. Сервисология: человек и его потребности. –М.: Омега-Л, 2009 г.
24. Самсин А.И. Социально-философские проблемы исследования потребностей. М.: Высшая школа., 1987 г.
25. Смайлс С. Саморазвитие: умственное, нравственное и практическое. СПб.: Минск: издательство Университетское. 2000 г.
26. Стаханов В.Н., Стаханов Д.В. Маркетинг сферы услуг: учебное пособие. М., 2001 г.
27. Стивенс Нэнси, Адамс Боб. Эффективные продажи, ориентированные на покупателя. М.: Фаир-Пресс, 2001 г.
28. Турковский М. Маркетинг гостиничных услуг. Учебно-методическое пособие. М.: Финансы и статистика. 2008 г. -296 с.
29. Фромм Э Человек для себя. Минск: Коллегиум, 1992 г.
30. Федцов В.Г. Культура сервиса. Учебно-практическое пособие. М.: Приор, 2000 г.
31. Филипп Котлер. Маркетинг: гостеприимство и туризм. Учебник для ВУЗов. – М.: Юнити. 1998 г. – 787 с.
32. Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С. Психология потребителя в маркетинге. СПб.: Питер, 2002 г.
33. Холл Кэлвин, Линдсей Гарднер. Теории личности. М., 1997 г.
34. Хопкинс Т. Как стать мастером продаж. М.: Агентство «Фаир», 1998 г.
35. Чалдини Роберт. Психология влияния. СПб.: Питер. 1999 г.
36. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М., 1980 г.
37. Язык подсознания. Красноярск: Бонус. СПб.: Нева, 1999 г.

10 Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- мультимедийные средства;
- компьютеры;
- электронная библиотека.