

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

КАФЕДРА ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИЙ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ СЕРВИСА

Направление и направленность (профиль)

43.03.01 Сервис. Рекреационный и спортивно-оздоровительный сервис

Год набора на ОПОП
2018

Форма обучения
очная

Владивосток 2020

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Концептуальные основы сервиса» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению(ям) подготовки 43.03.01 Сервис (утв. приказом Минобрнауки России от 20.10.2015г. №1169) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 г. N301).

Составитель(и):

Коноплева Н.А., доктор культурологии наук, профессор, Кафедра дизайна и технологий, Nina.Konopleva@vvsu.ru

Ткаченко Е.В., кандидат культурологии наук, доцент, Кафедра дизайна и технологий, EV.Tkachenko@vvsu.ru

Утверждена на заседании кафедры дизайна и технологий от 24.03.2020 , протокол №

11

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Клочко И.Л.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575737265
Номер транзакции	00000000046E10D
Владелец	Клочко И.Л.

Заведующий кафедрой (выпускающей)

Клочко И.Л.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575737265
Номер транзакции	00000000046E112
Владелец	Клочко И.Л.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины Концептуальные основы сервиса является подготовка выпускников к сервисной, производственно-технологической, организационно-управленческой и научно-исследовательской деятельности в сфере сервиса. В результате освоения дисциплины студенты приобретут общекультурные и профессиональные компетенции, позволяющие осуществлять выбор необходимых методов и средств процесса сервиса, участвовать в организации контактной зоны для обслуживания потребителей, формировании клиентурных отношений, разработке элементов оптимизации сервисной деятельности. Задачи освоения дисциплины Проанализировать человека как индивида, как личность – носителя определенных ролей и субъекта общественно-исторической деятельности и основной объект сервиса Рассмотреть понятия культура как составляющая сервиса. 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. Установить подходы к основным агентам влияния на потребительское поведение

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины (модуля), приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
43.03.01 «Сервис» (Б-СС)	ПК-6	Готовность к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителям	Знания:	технологии организации деятельности предприятий социально-культурного сервиса
			Умения:	применять современные сервисные технологии в процессе предоставления услуг
			Навыки:	навыками оценки рекреационных ресурсов, освоенности и перспектив развития курортного дела в регионе

3. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Учебный курс «Концептуальные основы сервиса» является дисциплиной по выбору в цикле дисциплин, связанных с сервисной тематикой. Данный курс структурирует и систематизирует знания, полученные в ходе изучения дисциплин: Сервисология, Сервисная деятельность, Психодиагностика и Психологический практикум, давая студентам понимание важности культурологических, психодиагностических знаний и умений во взаимодействии с потребителем; курс тесно связан с изучаемой философией.

Входными требованиями, необходимыми для освоения дисциплины, является наличие

у обучающихся компетенций, сформированных при изучении дисциплин и/или прохождении практик «Организация социально-культурных проектов для детей и молодежи». На данную дисциплину опираются «Зарубежный этикет и протокол».

4. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо-емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес-тации	
					Всего	Аудиторная			Внеауди-торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
43.03.01 Сервис	ОФО	Бл1.ДВ.В	5	4	73	36	36	0	1	0	71	Э

5. Структура и содержание дисциплины (модуля)

5.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
		Лек	Прак	Лаб	СРС	
1	Введение в предмет. Предмет и задачи дисциплины «Концептуальные основы сервиса»	2	0	0	2	дискуссия
2	Сервис как основа жизнедеятельности современного общества.	2	0	0	2	дискуссия
3	Цели и задачи сервиса. Классификация	2	0	0	2	дискуссия
4	Культурные составляющие сервиса. Характеристика и научные подходы к понятию культура. Культурные аспекты потребностей.	2	0	0	2	Семинар с анализом представленных презентаций по теме: Мое понимание культуры и деятельности в сфере сервиса.

5	Ценности и нормы культуры.	2	0	0	2	Анализ самостоятельной работы «Научные подходы к пониманию духовной и телесной сущности человека, Духовные и телесные потребности человека». В рамках освоения темы к практическим занятиям студенты готовят самостоятельную работу на тему: «Научные подходы к пониманию духовной и телесной сущности человека, Духовные и телесные потребности человека».
6	Влияние культуры на потребительское поведение Теории личности и потребности человека. Потребности как реализация культурных норм и ценностей	4	0	0	2	дискуссия
7	Национально-этнические факторы потребительского поведения	2	0	0	2	круглый стол
8	Теоретико-методологические подходы к пониманию личности как основному объекту сервиса.	2	0	0	2	дискуссия
9	Понятие – человек и предметная среда.	2	0	0	2	Анализ представленной студентом презентации и психодиагностических методик
10	Потребительское поведение. Сущность понятия, научные подходы	2	4	0	6	Контрольная работа по темам
11	Потребительское поведение. Сущность понятия, научные подходы.	2	4	0	6	Творческое задание
12	Агенты влияния на потребительское поведение.	2	4	0	2	деловая игра
13	Влияние семьи на потребительское поведение	2	2	0	4	Творческое задание
14	Понятие социализация, инкультурация и особенности потребительских запросов, их динамика.	2	2	0	5	Портфолио
15	Сервис и сервисная деятельность. Влияние референтных групп на потребительское поведение	2	0	0	4	контрольная работа
16	Особенности мотивации потребительской деятельности. Мотивация потребителя в контексте его типологических особенностей.	2	2	0	2	дискуссия
17	Понятие «стиль жизни». Научные подходы. Влияние стиля жизни на потребительское поведение.	2	0	0	1	дискуссия
18	Сервис – основа жизнедеятельности общества	0	2	0	1	деловая игра
19	Понимание сущности человека и сервисной деятельности	0	4	0	6	дискуссия

20	Семинар по теме: «Научные подходы к пониманию духовной и телесной сущности человека. Духовные и телесные потребности человека»	0	4	0	4	дискуссия
21	Типологический метод в анализе потребителя и его поведенческих стратегий	0	4	0	6	дискуссия
22	Экзаменационное занятие	0	4	0	6	Разноуровневые задачи и задания
Итого по таблице		36	36	0	71	

5.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Введение в предмет. Предмет и задачи дисциплины «Концептуальные основы сервиса».

Содержание темы: Дается понятие о сервисе, предмете и объекте исследования дисциплины. Прослеживается развитие представлений о сервисе в современной науке. Отмечается проблема уникальности человека, роль сервиса в его жизнедеятельности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция проводится в интерактивной форме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Эссе.

Тема 2 Сервис как основа жизнедеятельности современного общества.

Содержание темы: Дается понятие о сервисе, рассматривается структурная характеристика подходов к его сущности. Прослеживаются научные подходы к понятию сервис и услуга, дается их сравнительно-сопоставительная характеристика, динамика научных представлений. Анализируются подходы и структура понятия: «социокультурный сервис».

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция проводится в интерактивной форме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Эссе на заданную тему.

Тема 3 Цели и задачи сервиса. Классификация.

Содержание темы: Цели и задачи сервиса. Классификация (2 часа). Исследуются теоретико – методологические подходы к классификации форм и видов сервиса, его задачам и целям в современной культуре и исторической ретроспективе.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция проводится в интерактивной форме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Самостоятельная работа.

Тема 4 Культурные составляющие сервиса. Характеристика и научные подходы к понятию культура. Культурные аспекты потребностей.

Содержание темы: Изучаются подходы к сервисному обслуживанию и мотивационным факторам потребительского поведения в контексте культурных влияний.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Семинар с анализом представленных презентаций.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Самостоятельная работа.

Тема 5 Ценности и нормы культуры.

Содержание темы: Прослеживается взгляд на человека в культуре у философов, культурологов, психологов, отмечается многообразие значений понятий культура. Рассматриваются общие положения понятия. Рассматриваются основные положения,

отражающие фундаментальные различия на природу человека у ряда персонологов.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция проводится в интерактивной форме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Самостоятельная работа по теме.

Тема 6 Влияние культуры на потребительское поведение Теории личности и потребности человека. Потребности как реализация культурных норм и ценностей.

Содержание темы: Осуществляется анализ влияний культурных факторов на потребительское поведение. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция проводится в интерактивной форме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Самостоятельная работа.

Тема 7 Национально-этнические факторы потребительского поведения .

Содержание темы: Рассматриваются научные подходы к понятиям: нация, этнос, этничность Изучается человек как представитель определенного этноса, рассматриваются этнические факторы, их влияние на потребительское поведение.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция проводится в интерактивной форме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Самостоятельная работа по заданной теме.

Тема 8 Теоретико-методологические подходы к пониманию личности как основному объекту сервиса.

Содержание темы: Изучается характеристика человека как индивида, как личности, как субъекта социальных отношений и сознательной деятельности. Рассматривается человек как личность в процессе игнания ролей и становления своей сущности. Изучается нравственно-духовная сущность человека. Изучается личность как продукт взаимодействия между врожденными потребностями и давлением социальных норм и предписаний. Рассматривается человек в поисках смысла своего существования, в поисках красоты (эстетическое измерение человеческого бытия), в поисках добра (этическое измерение человеческого бытия), в поисках истины. Лекция проодится в интерактивной форме, студенты самостоятельно готовятся к лекции, в процессе лекции осуществляется обсуждение изученного материала.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция проводится в интерактивной форме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: самостоятельная подготовка студентов по теме: Исследование взаимодействия продавца и клиента с помощью анализа отрывков из кинофильмов.

Тема 9 Понятие – человек и предметная среда.

Содержание темы: Изучается характеристика человека как индивида, как субъекта социальных отношений и сознательной деятельности. Рассматривается человек как личность в процессе игнания ролей и становления своей сущности. Изучается нравственно-духовная сущность человека. Рассматривается человек в поисках смысла своего существования, в поисках красоты (эстетическое измерение человеческого бытия), в поисках добра (этическое измерение человеческого бытия), в поисках истины.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция проводится в интерактивной форме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: кейс-задание.

Тема 10 Потребительское поведение. Сущность понятия, научные подходы.

Содержание темы: Изучается потребность как системная реакция. Дается определение потребности. Исследуется структурный анализ системы потребностей, основные классификации. Философская классификация: Естественные (витальные) потребности. Потребности в пище, жилище, жизненно важные потребности организма, сексуальные потребности. Материальные потребности. Материальные потребности как основа мотивации. Потребности, доходы и уровень жизни. Планирование материальных потребностей. Качество жизни. Духовные потребности. Специфика духовных потребностей. Духовность как стремление подняться выше повседневного бытия, преодолеть себя, подняться на новую ступень свободы. Потребность в созерцании природы. Потребность в преодолении границ земного бытия. Способы удовлетворения духовных потребностей. Социальные потребности. Потребность в общении, самоутверждение в коллективе, в обществе. Потребность в обретении власти. Разумные потребности. Возвышенные потребности. Извращенные потребности. Информационные потребности. Рекреационные потребности человека. Представление о рекреационных потребностях. Взаимодействие общественных, групповых и индивидуальных рекреационных потребностей. Рассматривается потребность человека в личностном росте, исследуется индивид как развивающаяся система .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Разноуровневые задачи и задания.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Контрольная работа по темам 1 - 9.

Тема 11 Потребительское поведение. Сущность понятия, научные подходы.

Содержание темы: Изучается потребность как системная реакция. Дается определение потребности. Исследуется структурный анализ системы потребностей, основные классификации. Философская классификация: Естественные (витальные) потребности. Потребности в пище, жилище, жизненно важные потребности организма, сексуальные потребности. Материальные потребности. Материальные потребности как основа мотивации. Потребности, доходы и уровень жизни. Планирование материальных потребностей. Качество жизни. Духовные потребности. Специфика духовных потребностей. Духовность как стремление подняться выше повседневного бытия, преодолеть себя, подняться на новую ступень свободы. Потребность в созерцании природы. Потребность в преодолении границ земного бытия. Способы удовлетворения духовных потребностей. Социальные потребности. Потребность в общении, самоутверждение в коллективе, в обществе. Потребность в обретении власти. Разумные потребности. Возвышенные потребности. Извращенные потребности. Информационные потребности. Рекреационные потребности человека. Представление о рекреационных потребностях. Взаимодействие общественных, групповых и индивидуальных рекреационных потребностей. Рассматривается потребность человека в личностном росте, исследуется индивид как развивающаяся система .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция проводится в интерактивной форме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Самостоятельная работа по теме: Освоение психодиагностической методики: «Мотивационная структура личности» Подготовка презентации в виде выдержек из художественных кинофильмов с анализом ситуаций организации продаж в сфере туристского, гостинично-ресторанного, социокультурного сервиса, особенностей взаимодействия потребителя и работника контактной зоны, их типологии и стилей взаимодействия.

Тема 12 Агенты влияния на потребительское поведение.

Содержание темы: : Рассматривается человек во взаимодействии с другими людьми, в реализации целей и потребностей. Изучаются шесть категорий потребностей человека (потребность в признании и компетентности, в защите, в доминировании, в независимости,

любви и привязанности, в физическом комфорте). Изучаются мотивация и мотивы активности человека. Мотивационная сфера и мотивационные свойства личности. Рассматриваются основные взгляды на данные понятия. Прослеживаются установки, идеалы, склонности, привычки человека. Изучаются основные подходы к понятию: потребность. Рассматривается потребность как побудитель активности человека, как нужда, предмет ее удовлетворения, как отсутствие блага, как ценность, как состояние. Потребностные отношения человека.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: круглый стол.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Самостоятельная работа по заданной теме.

Тема 13 Влияние семьи на потребительское поведение.

Содержание темы: Изучаются особенности мотивации потребительской деятельности в контексте влияния семьи. Мотивация потребителя в контексте типологических особенностей семьи. Прослеживаются особенности рынка сферы услуг, изучаются этапы совершения заказа, факторы, влияющие на принятие решения клиентом с учетом семейных жизненных стилей. Изучаются социокультурные и психологические факторы, мотивирующие потребителя при принятии решения членов семьи о покупке товара или услуги. Тактика обслуживания на этапах совершения заказа.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция проводится в интерактивной форме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: презентации в виде выдержек из художественных кинофильмов с анализом ситуаций организации продаж в сфере туристического, гостинично-ресторанного, социокультурного сервиса, особенностей взаимодействия потребителя и работника контактной зоны, их типологии и стилей взаимодействия. Результаты данных работ представляются в виде презентаций и осуществляется критическое обсуждение студентами группы и дискуссия по теме.

Тема 14 Понятие социализация, инкультурация и особенности потребительских запросов, их динамика.

Содержание темы: : Изучаются понятия социализация, адаптация, инкультурация, их сущность и характеристика. Рассматриваются основные взгляды на данные понятия. Прослеживаются установки, идеалы, склонности, привычки человека. Изучаются основные подходы к понятию: потребность. Рассматривается потребность как побудитель активности человека, как нужда, предмет ее удовлетворения, как отсутствие блага, как ценность, как состояние. Потребностные отношения человека. В рамках освоения темы студенты осуществляют самоанализ по ряду психодиагностических методик, позволяющих оценить собственную мотивационно-потребностную сферу, что в дальнейшем позволит специалисту различных сфер сервиса понимать клиента и его потребности. Освоение методик осуществляется в рамках лекционного занятия Форма текущего контроля. Контроль осуществляется по анализу качества выполнения самоанализа по всем изучаемым психодиагностическим методикам: самооценка волевых качеств; терпеливости; выраженности потребностей; уровня эмпатии В.В. Бойко; установок личности в мотивационно-потребностной сфере; мотивационной структуры личности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция проводится в интерактивной форме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Освоение психодиагностических методик: самооценка волевых качеств; терпеливости; выраженности потребностей; уровня эмпатии В.В. Бойко; установок личности в мотивационно-потребностной сфере; мотивационной структуры личности.

Тема 15 Сервис и сервисная деятельность. Влияние референтных групп на

потребительское поведение.

Содержание темы: Прослеживаются понятия «сервис», «сервисная деятельность», «услуга». Изучается сфера услуг, дается определение, рассматриваются материальные и нематериальные услуги, прослеживаются особенности нематериальных. Изучается классификация услуг по специфике содержания, по видам труда, по характеру распределения общественных фондов потребления, по видам потребления, по формам обслуживания. Рассматриваются услуги в аспекте их качества, изучается культура сервиса. Прослеживается психологическая культура сервиса, рассматриваются типы темперамента клиента и работника сферы услуг, прослеживаются особенности их взаимодействия. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция проводится в интерактивной форме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Контрольная работа по понятийно-категориальному аппарату дисциплины.

Тема 16 Особенности мотивации потребительской деятельности. Мотивация потребителя в контексте его типологических особенностей.

Содержание темы: Изучаются мотивация и мотивы активности человека. Мотивационная сфера и мотивационные свойства личности. Рассматриваются основные взгляды на данные понятия.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция проводится в интерактивной форме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: самостоятельное освоение темы: «Система оценки уровня сервиса».

Тема 17 Понятие «стиль жизни». Научные подходы. Влияние стиля жизни на потребительское поведение.

Содержание темы: Изучается поведение потребителя в процессе принятия решений с учетом его стиля жизни. Покупательский спрос. Задачи работника сферы услуг на пути продвижения товара и удовлетворения потребностей клиента. Типология потребителя с учетом стиля его жизни: хозяйственного, гедонического, спортивного и др. Модель процесса потребления.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция проводится в интерактивной форме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: анализ практических ситуаций в сфере продаж и работе с клиентами с учетом их жизненных стилей.

Тема 18 Сервис – основа жизнедеятельности общества.

Содержание темы: Обсуждение эссе по теме: Мое понимание сервиса, услуги и своей будущей профессии. Презентация студентами подготовленных эссе. Дискуссия. Подготовка сообщения по теме: Мое понимание сервиса, услуги и своей будущей профессии. Задачи: - выбрать сервисное предприятие, фирму, организацию с учетом предпочтений своей будущей деятельности; - провести анализ деятельности и презентовать его; - выделить существенные особенности данного вида деятельности и выявленные в процессе анализа проблемы.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция проводится в интерактивной форме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Презентация собранного материала, дискуссия - обсуждение эссе по теме: Мое понимание сервиса, услуги и своей будущей профессии.

Тема 19 Понимание сущности человека и сервисной деятельности.

Содержание темы: Семинар с анализом представленных презентаций по теме: Мое понимание человека и его деятельности в сфере сервиса. Опрос по пройденному теоретическому материалу.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция проводится в интерактивной форме.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: самостоятельной подготовки студентов по теме: Подготовка презентаций по теме: Мое понимание человека и его деятельности в сфере сервиса. Опрос по пройденному теоретическому материалу.

Тема 20 Семинар по теме: «Научные подходы к пониманию духовной и телесной сущности человека. Духовные и телесные потребности человека».

Содержание темы: Освоение методик диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере (О.Ф. Потемкиной, М. Рокича) и др. освоение методик по диагностике мотивационной структуры личности (В.Э. Мильман), локуса контроля (Дж. Роттер), особенностей личности в общении (Т. Лири). Опрос по пройденному теоретическому материалу. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: семинар.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Подготовка к контрольной работе, самоанализ по предложенным методикам.

Тема 21 Типологический метод в анализе потребителя и его поведенческих стратегий.

Содержание темы: Семинар – Дискуссия по анализу типологии и поведения потребителей на основе подготовленных студентами отрывков из кинофильмов, демонстрирующих ситуации сцен сервисного обслуживания в гостинично-ресторанном, туристском, социокультурном сервисе.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Семинар – Дискуссия .

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Подготовка к семинару-дискуссии.

Тема 22 Экзаменационное занятие.

Содержание темы: : Перечень вопросов для подготовки к экзамену 1. Понятие о человеке в философии и психологии. 2. Понимание человека в исторической ретроспективе. Обзор эпох. 3. Антропологические воззрения в древнеиндийской философии и Древнем Китае (Конфуцианство и даосизм). 4. Понимание человека и его потребностей в античности. Философская этика Сократа. Материалистический монизм Демокрита 5. Антропологический дуализм Платона. 6. Сущность человека и его потребностей у Аристотеля, Сенеки, Аристипа, Платона. 7. Представление о человеке в Средние века. 8. Идеи гедонизма во взглядах на потребности человека (Эпикур, Лукреций Кар). 9. Экономические теории потребностей (А. Смит, Д. Рикардо). 10. Взгляды на человека и его потребности в Новое время и эпоху просвещения (Паскаль, Ламетри, Бэкон, Гоббс, Локк, Монтескье, Вольтер, Руссо, Гольбах). 11. Немецкая классическая философия о человеке и его потребностях (Кант, Гегель, Фейербах). 12. Антропологическая концепция марксизма. 13. Потребности человека в теориях русских революционных мыслителей (Радищев, Пестель, Ломоносов, Чернышевский и др.). 14. Объект изучения дисциплины «Концептуальные основы сервиса» – человек в пространстве и времени. 15. Человек как социально-природное существо. Соотношение биологического и социального в человеке. 16. Сущность человека. Понятие о деятельностной сущности человека. 17. Понятие и общие характеристики индивида. 18. Понятие личность, «ролевой веер», исторический ракурс. 19. Понятие культура, характеристика, определение 20. Личность и индивидуальность. Определение. Соотношение двух понятий. 20. Понятие деятельности. Социально-деятельностная сущность человека. 21. Теории личности о человеке и его потребностях (З.Фрейд, А. Адлер, К. Хорни, Э. Фромм, А.Маслоу). 22. Основные компоненты теорий личности: структура, мотивация, развитие, психическое здоровье, психопатология. 23. Понятия адаптация, социализация,

инкультурация. 24. Психодинамическая теория личности З.Фрейда: основные положения, структура личности по Фрейду, взгляд на истоки потребностей. 25. Гуманистическая теория личности Э. Фромма Экзистенциальные потребности человека по Фромму. Продуктивный и непродуктивный типы личности. 26. Концепция человека у К. Хорни, значение детских переживаний в формировании личности и ее потребностей. Десять невротических потребностей личности. 27. Теория личности Роттера: значение потребностей, шесть категорий потребностей. 28. Гуманистическое направление в психологии. Основные положения теории А.Маслоу. 29. Мотивация и иерархия потребностей по А.Маслоу. 30. Иерархия потребностей по А.Маслоу: физиологические потребности, потребности в безопасности и защите. 31. Иерархия потребностей по А.Маслоу: потребность в принадлежности и любви. Дефицитарная и бытийная любовь. 32. Иерархия потребностей по А.Маслоу: потребность в самоуважении. Фрустрация этой потребности. 33. Иерархия потребностей по А.Маслоу: потребность в самоактуализации: понятие и особенности самоактуализирующейся личности. 34. Бытийные мотивы и основные метапотребности по А. Маслоу. 35. Структурный анализ системы потребностей. Основные классификации потребностей. (Бестужев – Лада, Обуховский, Чхартишвили и др.). 36. Классификация потребностей. Пять подуровней потребностей. 37. Сервисная деятельность, ее сущность. Понятие об услугах их классификация. 38. Понятие об услугах и их качестве. Культура обслуживания в сфере сервиса. 39. Психологическая культура сервиса. Типология потребителя и работника сферы сервиса на основе их темперамента. Особенности взаимодействия. 40. Структура бытового обслуживания. Совершение заказа в сфере услуг. Этапы. Тактика обслуживания на этапах совершения заказа. 41. Поведение потребителя в процессе принятия решений. Задачи специалиста сервиса в процессе удовлетворения потребностей. 42. Покупательский процесс. Четыре этапа процесса потребления. 43. Типология потребителя. Когнитивный потребитель. 44. Типология потребителя. Независимый потребитель. 45. Потребители новаторы. 46. Самовосприятие и его влияние на поведение потребителя. 47. Модель поведения потребителя. Внешние факторы. 48. Модель поведения потребителя. Личностные факторы. 49. Основные классификации потребителей. 50. Классификация покупателей Макдональда. 51. Тип личности и покупательское поведение. 52. Модель поведения потребителя. Психологические факторы. 53. Сервис как сфера услуг. Понятие услуги, их классификация. 54. Качество услуги. Психологическая культура сервиса. 55. Сервис услуг. Услуга как форма общения. 56. Принципы и правила психологического влияния на потребителя. 57. Особенности функционирования сферы услуг. 58. Основные классы и соответствующие им сферы услуг. 59. Индивидуальное обслуживание как сфера профессиональной деятельности. 60. Четыре вида сервиса. 61. Правила эффективного сервиса. 62. Участники решения о покупке в социально-бытовой сфере. 63. Стиль жизни, типы. Влияние стиля жизни на потребительское поведение. 64. Особенности поведения потребителей в аспекте этнического своеобразия. 65. Влияние культурных факторов на потребительское поведение .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Экзамен.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к экзамену.

6. Методические указания по организации изучения дисциплины (модуля)

В рамках СРС - осуществляются психодиагностические исследования в мотивационно-потребностной сфере, анализ телесных и социокультурных потребностей; презентация сцены, из кинофильма, демонстрирующей ситуацию продажи товаров и услуг с анализом организации процесса продажи. Подготовка реферативной работы, направленной на анализ потребностей индивидуума, культурных, социальных, психологических, личностных мотивов в потребностной сфере, на анализ типологии потребителя и

организацию процесса продаж

Перечень и тематика самостоятельных работ студентов по дисциплине

1. Сущность мотива. Мотив как потребность, как цель, как побуждение, как намерение.
2. Мотив как устойчивые свойства (личностные диспозиции).
3. Мотив как состояние.
4. Понимание термина мотивация. Мотивационный процесс.
5. Мотивация, обусловленная потребностями личности.
6. Формы организации мотивационного процесса.
7. Индивидуальные особенности мотивации.
8. Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере.
9. Методика «Ценностные ориентации» М. Рокича.
10. Методика «Диагностика мотивационной структуры личности».
11. Особенности клиентурного общения. Типы клиентов.
12. Экспресс диагностика клиента. Невербальные средства диагностики.
13. Психология манипулирования.
14. Знаки внимания как атрибут сервиса

Темы реферативных работ

1. Потребность в общении.
2. Потребность в отдыхе.
3. Потребность в любви и принятии.
4. Потребность в одиночестве.
5. Потребность в семье.
6. Потребность в труде.
7. Потребность в самореализации.
8. Потребность в творчестве.
9. Потребность во власти.
10. Потребность в агрессии.
11. Потребность в безопасности.
12. Потребность в творчестве.
13. Потребность в духовном росте.
14. Потребность в самоутверждении.
15. Потребность в познании.
16. Эффективные продажи.
17. Психологические аспекты влияния.
18. Как обаять клиента.
19. Язык подсознания и успешность продаж.
20. Разработка услуг и управление сервисом.
21. Анализ потребностей и тенденций в макросреде: (природная, социокультурная, технологическая, экономическая среда).
22. Покупательские ситуации на бизнес-рынке.
23. Маркетинговые стратегии в сфере обслуживания.
24. Основные факторы, определяющие потребительское поведение.
25. Эволюция поведения потребителей в процессе развития сервиса: от производства к продажам, от продаж к маркетингу.
26. Стратегия формирования лояльности и удержания клиента в процессе продаж.
27. Управление взаимоотношениями с клиентами в процессе продаж.
28. Модель принятия потребительского решения.
29. Предпокупочная оценка вариантов выбора.
30. Понятие о запланированных и не запланированных покупках. Факторы, влияющие на решение о покупке.
31. Детерминанты успеха или неудачи в розничной торговле товарами и услугами.

32. Личность и поведение потребителей. Влияние индивидуальных различий на потребительское поведение.

33. Влияние стиля жизни на потребительское поведение.

34. Характеристика потребительских ценностей и установок.

35. Влияние чувств потребителей на покупательское поведение.

36. Влияние внешней среды на потребительское поведение: культура, этническая принадлежность, социальный класс.

37. Влияние семьи и домохозяйства на потребительское поведение.

38. Гендерные роли в современной культуре и их влияния на потребительское поведение.

39. Влияние референтных групп на потребительское поведение.

40. Формирование потребительского мнения и изменение его.

41. Методы информирования потребителей о товарах и услугах.

42. Роль бренда в организации продаж. Методы создания устойчивого бренда.

43. Технология общения в процессе продаж.

44. Типология клиентов: Особенности продаж с учетом типа покупателя и продавца.

45. Работа с возражениями клиентов.

Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1. Коноплева Н. А. Сервис в современной культуре : Учебники и учебные пособия для вузов [Электронный ресурс] - Москва|Берлин : Директ-Медиа , 2020 - 333 - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=574375

2. Коноплева, Нина Алексеевна. Сервисология (человек и его потребности) : учебное пособие / Н. А. Коноплева; Владивостокский гос. ун-т экономики и сервиса - 2-е

изд., доп. - Владивосток : Изд-во ВГУЭС , 2017 - 224 с.

3. Охотина Н. М. Сервисология : Учебники и учебные пособия для ВУЗов [Электронный ресурс] - Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет , 2017 - 116 - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=483707

4. Сервисная деятельность [Электронный ресурс] , 2016 - 132 - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/603250>

8.2 *Дополнительная литература*

8.3 *Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):*

1. Электронная библиотечная система «РУКОНТ» - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>

2. Электронная библиотечная система «РУКОНТ» - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/>

3. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>

4. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

5. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

Основное оборудование:

- Проектор

Программное обеспечение: