



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЦЕНТР ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ

Кафедра «Социально-культурный сервис и туризм»

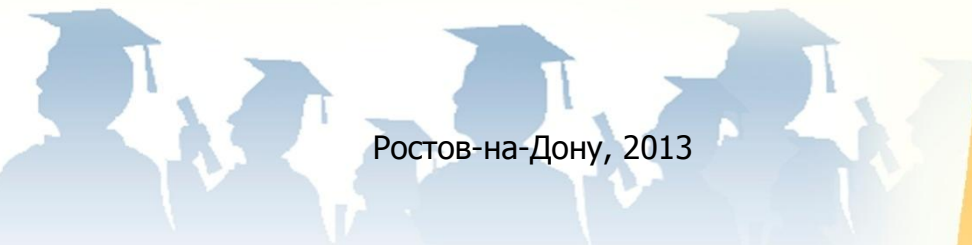
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к практическим занятиям
по дисциплине

«Человек и его потребности. Сервисология»

Составители
Резванов А.А.
Карабанова И.В.
Пшенецкий С. А.

Ростов-на-Дону, 2013





Аннотация

Методические указания предназначены для студентов специальности 100101 «Сервис» и направления 100200 «Туризм» дневной формы обучения, изучающих дисциплину «Человек и его потребности. Сервисология».

Составители



Резванов А.А., д.соц.н., проф.

Карабанова И.В., к.г.н

Пшенецкий С.А.





Оглавление

Общие положения	4
Темы и содержание практических и семинарских занятий	6
Тема 1. «Предмет дисциплины и ее задачи»	6
Тема2. Пресс-конференция «Сервисные услуги в туризме»	6
Тема 3. «Природа человека и феномен его двойственности»	6
Тема 4. «Система ценностей и закономерности поведения»	7
Тема 5. «Классификация потребностей и потребительское поведение». (4/1 ч.)	7
Тема 6. «Потребительские предпочтения у различных слоев населения России»	8
Тема 7. «Исследование потребностей моей семьи в товарах и услугах»	8
Тема 8 «Сфера сервиса на современном этапе»	9
Задания для самостоятельной работы к практическим (семинарским) занятиям	10
Задание № 1	10
Задание № 2	10
Задание № 3	11
Задание № 4	11
Задание № 5	11
Задание № 6	12
Задание № 7	12
Задание № 8	18
Задание № 9	18
Задание №10.....	18
Контрольно-измерительные материалы по дисциплине..	19
Комплект тестовых заданий.....	19
Вопросы для самоподготовки	21
Вопросы для подготовки к зачету	22
Список рекомендуемой литературы	24



ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Дисциплина «Человек и его потребности. Сервисология» имеет **целью** формирование у студентов комплексного подхода к пониманию сущности человека и восприятия индивида как целостности.

В процессе изучения курса необходимо решить следующие **задачи**:

- изучить индивидуальные психофизиологические особенности человека как основы запросов и потребностей человека;
- рассмотреть, что такое человеческие потребности, их роль в формировании сознания личности;
- выявить роль человеческих потребностей, как движущей силы развития сервисных услуг;

Изучение данной дисциплины – необходимое звено в подготовке высококвалифицированных кадров для сферы сервиса и туризма.

Для специальности 100101 «Сервис» освоение курса «Человек и его потребности. Сервисология» базируется на знаниях полученных студентами из курсов обязательных дисциплин общегуманитарно-экономического цикла («История», «Культурология», «Философия», «Экономика») и общепрофессионального (Сервисная деятельность», «Психодиагностика», «Психологический практикум», «Профессиональная этика и этикет») циклов. Данная дисциплина является необходимой основой для последующего изучения ряда обязательных («Философия», «Психология личности и группы», «Социология», «Правоведение», «Политология») и вариативных («Связи с общественностью в сфере сервиса», «Проблемы самореализации личности», «Межкультурные коммуникации») дисциплин общегуманитарно-экономического цикла, а также дисциплин профессионального цикла («Менеджмент и маркетинг в сервисе», «Предпринимательская деятельность», «Прогнозирование и планирование в сервисе», «Экскурсоведение», «Проектирование процесса оказания услуг»).

Для направления 100200 «Туризм» освоение курса «Человек и его потребности. Сервисология» базируется на знаниях полученных студентами из курсов обязательных дисциплин общегуманитарно-экономического цикла («Философия», «Психология», «Социология», «Политология», «Психология личности и группы») и дисциплин направления («Психодиагностика», «Профес-



«Человек и его потребности. Сервисология»

сиональная этика и этикет»). Данная дисциплина является необходимой основой для последующего изучения ряда дисциплин направления («Психологический практикум», «Организация обслуживания») и специальных дисциплин («Организация деятельности туристского предприятия», «Инновации в туризме и сервисе», «Технология и организация гостиничных услуг», «Технология и организация услуг питания», «Организация социального туризма»).

В настоящих методических указаниях приводятся требования к практическим занятиям по дисциплине и задания к ним, а также контрольно-измерительные материалы по организации итогового и промежуточного контроля знаний студентов.

Формой промежуточной аттестации студентов по дисциплине в соответствии с учебным планом специальности определяется зачет.



ТЕМЫ И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. «Предмет дисциплины и ее задачи»

Цель- уяснить предмет, цели и задачи дисциплины, ее место в системе других наук о сервисе и туризме.

Вопросы для обсуждения:

1. Предмет, цели и задачи дисциплины.
2. Место дисциплины в системе наук о туризме.
3. Личность индивида и ее запросы.
4. Клиент как индивидуальный потребитель. Индивидуализация обслуживания клиента.

Тема2. Пресс-конференция «Сервисные услуги в туризме»

Цель – раскрыть особенности предоставления сервисных услуг в туризме.

Вопросы для обсуждения:

1. Турпродукт как комплексный результат сервисных услуг.
2. Общие характеристики турпродукта как услуги.
3. Турист как потребитель услуг.
4. Отличительные особенности турпродукта как специфической услуги.

Тема 3: «Природа человека и феномен его двойственности»

Цель - уяснить особенности человеческой природы и его потребностей, а также получить представления о человеке как биосоциальном существе.

Вопросы для обсуждения:

1. Роль процесса антропосоциогенеза в формировании человека. Концепция комплексного изучения человека.



«Человек и его потребности. Сервисология»

2. Социоприродная целостность человека и ее свойства.
3. Социоприродные измерения человека.
4. Социализация как процесс приобретения индивидом социальных качеств.
5. Проблема потребностей человека как активного социального субъекта.

Тема 4. «Система ценностей и закономерности поведения».

Цель - закрепление понимания студентами ценностей как ориентиров жизни человека.

Вопросы для обсуждения:

1. Система ценностей и ее динамика в современном обществе.
2. Различные системы классификации ценностей.
3. Социальные нормы как безличные правила поведения.
4. Ценностные установки во взаимодействиях личности и социальных групп.

Тема 5. «Классификация потребностей и потребительское поведение». (4/1 ч.)

Цель – ознакомиться с существующими классификациями и помочь студентам разобраться в их многообразии .

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность классификаций потребностей Абрахама Маслоу и Генри Мюррея.
2. Мотивация индивидуального потребления и классификация мотивов потребностей.
3. Факторы, влияющие на восприятие мотивации потребления.
4. Что такое потребительское поведение?



Тема 6. «Потребительские предпочтения у различных слоев населения России»

Цель – выявить потребительские предпочтения и их формы у различные социальные слои населения.

Семинар проводится в форме деловой игры. Студенческая аудитория делится на несколько групп представляющих различные социальные слои населения России: олигархи, богатые, средний класс, малоимущие.

По итогам игры составляется резюме, где по каждой группе студенты составляют рейтинг потребительских предпочтений.

В конце занятия со студентами может быть проведен социологический опрос в тестовой форме, который позволит выявить мотивацию потребительского поведения каждого.

Тема 7. «Исследование потребностей моей семьи в товарах и услугах»

Цель данного проекта – заложить навыки научного исследования у студентов первокурсников методом проектов, который направлен на формирование таких умений, как:

- постановка проблемы исследования и алгоритм ее решения;
- выбор методов исследования;
- выбор источников информации;
- разработки и планирования эксперимента;
- оформление полученных результатов исследования
- научного аргументирование полученных результатов в аудитории.

Предварительно студентам дано было задание:

1. Определить расходы своей семьи на те или иные виды товаров и услуг за неделю и занести их в следующую таблицу:

Дата.	Наименование товара	Наименование услуги	Итого в руб.

2. На основе данных таблицы сделать графики расходов вашей семьи по товарам и услугам.

3. Сделать вывод о потребительских предпочтениях вашей семьи.

4. Подготовить презентацию полученных результатов ис-



следования.

По итогам исследования на семинарском занятии студенты делают презентацию полученных результатов. Затем происходит их осуждение в аудитории, что формирует у студентов навыки научного аргументирования своих выводов.

Тема 8 «Сфера сервиса на современном этапе».

Цель - раскрыть особенности состояния сферы сервиса на современном этапе.

Вопросы для обсуждения:

1. Система оценки уровня сервиса на предприятиях сферы сервиса.
2. Технология сервиса как технология гостеприимства.
3. Современная культура сервиса: психологические, этические, эстетические и организационно-психологические аспекты.
4. Сервис как система обеспечения комфортности жизнедеятельности людей.



ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ К ПРАКТИЧЕСКИМ (СЕМИНАРСКИМ) ЗАНЯТИЯМ

Задание № 1

Дайте недостающие определения и характерные признаки таких понятий как индивид, субъект, личность в нижеприведенной таблице:

Понятие	Определение	характерные признаки
.....	Человек как типичный представитель своего вида, носитель природно обусловленных свойств	Пол, биохимические и физиологические особенности
Субъект	Сознание, воля, потребности
.....	Человек как типичный представитель сформировавшего его общества

Задание № 2

Проведите дискуссию среди своих однокурсников по проблеме «Социализация как часть формирования личности». Выберите одну из предложенных ниже точек зрения для представления аргументов в ее защиту. Определите какие еще условия (кроме воспитания) необходимы для формирования личности.

1) Человек изначально греховен. В процессе воздействия на него необходимо исправить, очистить и спасти его душу. Для этого больше всего подходят примеры святых праведников.

2) Человеческая природа предопределена природным генотипом. Следовательно, при любых внешних воздействиях личность проявит себя в соответствии с предопределенной «линией судьбы».

3) Человек от рождения – чистая доска (tabula rasa), на которой воспитатели могут начертать любые «писмена». Таким образом, только от социального окружения зависит, какой будет личность.



«Человек и его потребности. Сервисология»

4) Человек формируется под влиянием звезд. Все , что определено звездным гороскопом сбудется, несмотря на попытки противостоять этой предопределенности.

Задание № 3

Проанализируйте следующую таблицу и сделаете необходимые выводы.

Факторы социального поведения

<i>Общественные</i>	<i>Личностные</i>
обычай	Врожденные инстинкты и психика человека
традиции	Жизненные цели, интересы и привычки
Образцы поведения	Влияние референтной группы
Социальные нормы	Самостоятельность, умение быть самим собой
Благоприятные условия для соблюдения социальных норм	Способность к самооценке и самоконтролю

Задание № 4

Используя иерархию потребностей по А. Маслоу, опишите ваши потребности и определите, насколько они соответствуют или, напротив, отличаются от этой иерархии.

Задание № 5

А. Маслоу сделал предположение, что средний человек удовлетворяет свои потребности примерно в следующей степени: физиологические на 85%, потребности в безопасности и защите – 70%, в любви и принадлежности – 50%, самоуважении - 40% и самореализации – 10%.

Сделайте вывод на основе этих статистических данных о том, какие потребности удовлетворяются менее других: естественные, социальные или индивидуальные? Как вы думаете с чем связано столь неравномерное удовлетворение различных потребностей? Для всех ли людей характерно такое распределение ?



Задание № 6

Используя элементы динамики поведения потребителей, выявите, что является для вас доминантным в потреблении товаров и услуг. Что для вас наиболее значимо в приобретении того или иного товара или услуги: семья, референтная группа, социальный статус, возраст, жизненный уклад, социальная роль или совокупность нескольких параметров?

Задание № 7

В структуре личности потребителя выделяют два вида мотивации: производительная и потребительная. Производительная мотивация детерминирует творческое развитие личности и способствует включению человека в социум. Этот вид ценностей ориентирует человека на будущее, в них предпосылки предметного, содержательного развития, как отдельного индивидуума, так и общества в целом. Производительная мотивация является созидательной, так как способствует порождению общественно значимых материальных и духовных ценностей. Потребительная мотивация направлена на поддержание жизнедеятельности субъекта и обусловлена его природными потребностями.

Тест выявляет некоторые устойчивые тенденции личности: общую и творческую активность, стремление к общению, обеспечению комфорта, социального статуса и пр.

Выскажите свое отношение к 14 утверждениям по каждому из 8 вариантов ответов (а, б, в, г, д, е, ж, з), поставив в соответствующих клетках регистрационного бланка одну из следующих оценок каждого утверждения: «+» - «согласен с этим», «=» - «когда как», «-» - «нет, не согласен», «?» - «не знаю». На всю работу отводится не более 20 мин.

Ниже приведены тестовые вопросы:

1. В своем поведении в жизни нужно придерживаться следующих принципов:

а) «время – деньги», нужно стремиться их больше зарабатывать;

б) «главное – здоровье», нужно беречь себя и свои нервы;

в) свободное время нужно проводить с друзьями;

г) свободное время нужно отдавать семье;

д) нужно делать добро, даже если это дорого обходится.



«Человек и его потребности. Сервисология»

ся;

е) нужно делать все возможное, чтобы завоевать место под солнцем и превосходить других;

ж) нужно приобретать больше знаний, разбираться в искусстве, чтобы понять причины и сущность того, что происходит вокруг;

з) нужно стремиться открыть что-то новое, создать, приобрести, добиться успехов в искусстве.

2. В своем поведении на работе нужно следовать таким принципам:

а) работа – это вынужденная жизненная необходимость;

б) главное – не допускать конфликтов;

в) нужно стремиться обеспечить себя спокойными удобными условиями;

г) нужно активно стремиться к продвижению по службе;

д) главное – завоевать авторитет и признание;

е) нужно постоянно совершенствоваться в своем деле и сверх обязательных требований работы;

ж) в своей работе всегда можно найти интересное, то, что может увлечь;

з) нужно не только увлечься самому, но и увлечь работой других.

3. Среди моих дел в свободное от работы время большое место занимают следующие:

а) текущие, домашние;

б) отдых, развлечения;

в) встречи с друзьями;

г) общественные дела;

д) занятия с детьми;

е) учеба, чтение необходимой для работы литературы;

ж) хобби;

з) подрабатывание.

4. Среди моих рабочих дел много места занимают следующие:

а) деловое общение (переговоры, выступления, обсуждения и пр.);

б) личное общение (на темы, не связанные с работой);



«Человек и его потребности. Сервисология»

- в) общественная работа;
- г) учеба, повышение квалификации, получение новой информации;
- д) работа творческого характера;
- е) работа, непосредственно влияющая на заработок (сдельная, дополнительная);
- ж) работа, связанная с ответственностью перед другими;
- з) свободное время, отдых, перекуры.

5. Если бы мне добавили дополнительный выходной день, я бы, скорее всего, потратил его на то, чтобы:

- а) заниматься текущими домашними делами;
- б) отдыхать;
- в) развлекаться;
- г) заниматься общественной работой;
- д) заниматься учебой, получать новые знания;
- е) заниматься творческой работой;
- ж) делать дело, в котором чувствуешь ответственность перед другими;
- з) делать дело, дающее возможность заработать.

6. Если бы у меня была возможность полностью по-своему планировать рабочий день, я бы стал, скорее всего, заниматься:

- а) тем, что составляет мои основные рабочие обязанности;
- б) общением с людьми по делам (переговоры, обсуждения и пр.);
- в) личным общением (разговорами, не связанными с работой);
- г) общественной работой;
- д) учебой, получением новых знаний, повышением квалификации;
- е) творческой работой;
- ж) работой, выполняя которую чувствуешь ответственность и пользу;
- з) работой, за которую можно получить больше денег.

7. Я часто разговариваю с друзьями и знакомыми на такие темы:

- а) где что можно купить, как хорошо провести время;



«Человек и его потребности. Сервисология»

- б) об общих знакомых;
- в) о том, что вижу и слышу вокруг;
- г) как добиться успеха в жизни;
- д) о работе;
- е) о своих увлечениях (хобби);
- ж) о своих успехах и планах;
- з) о жизни, книгах, кинофильмах, политике.

8. Моя работа дает мне, прежде всего:

- а) достаточные материальные средства для жизни;
- б) общение с людьми, дружеские отношения;
- в) авторитет и уважение окружающих;
- г) интересные встречи и беседы;
- д) удовлетворение непосредственно от самой работы;
- е) чувство своей полезности;
- ж) возможность повышать свой профессиональный уровень;
- з) возможность продвижения по службе.

9. Больше всего мне хочется бывать в таком обществе, где:

- а) уютно, хорошие развлечения;
- б) можно обсудить волнующие тебя вопросы;
- в) тебя уважают, считают авторитетом;
- г) можно встретиться с нужными людьми, завязать полезные отношения;
- д) можно приобрести новых друзей;
- е) бывают известные, заслуженные люди;
- ж) все связаны общим делом;
- з) можно проявить и развить свои способности.

10. я хотел бы на работе быть рядом с такими людьми:

- а) с которыми можно поговорить на разные темы;
- б) которым я мог бы передавать свои знания и опыт;
- в) с которыми можно больше заработать;
- г) которые имеют авторитет и вес на работе;
- д) которые могут научить чему-нибудь полезному;
- е) которые заставляют тебя становиться активнее в работе;
- ж) которые имеют много знаний и интересных идей;
- з) которые готовы поддержать тебя в разных ситуациях.



«Человек и его потребности. Сервисология»

11. К настоящему времени я имею в своей жизни в достаточной степени:

- а) материальное благополучие;
- б) возможность интересно развлекаться;
- в) хорошие условия жизни;
- г) хорошую семью;
- д) возможность интересно проводить время в обществе;

е);

- е) уважение, признание и благодарность других;
- ж) чувство полезности для других;
- з) созданное что-то ценное, полезное.

12. Я думаю, что, занимаясь своей работой, имею в достаточной степени:

- а) хорошую зарплату, другие материальные блага;
- б) хорошие условия для работы;
- в) хороший коллектив, дружеские взаимоотношения;
- г) определенные творческие достижения в ней;
- д) хорошую должность;
- е) самостоятельность и независимость;
- ж) авторитет и уважение коллег;
- з) высокий профессиональный уровень.

13. Больше всего мне нравится, когда:

- а) нет насущных забот;
- б) кругом комфортное, приятное окружение;
- в) кругом оживление, веселая суета;
- г) предстоит провести время в веселом обществе;
- д) испытываю чувство соревнования, риска;
- е) испытываю чувство активного напряжения и ответственности;
- ж) погружен в свою работу;
- з) включен в совместную работу с другими.

14. Когда меня постигает неудача, не получается то, что очень хочу:

- а) я расстраиваюсь и долго переживаю;
- б) стараюсь переключиться на что-нибудь другое, приятное;
- в) теряюсь, злюсь на себя;
- г) злюсь на то, что мне мешало;
- д) стараюсь оставаться спокойным;



«Человек и его потребности. Сервисология»

- е) переживаю, когда пройдет первая реакция, и спокойно анализирую то, что произошло;
- ж) стараюсь понять, в чем я был виноват;
- з) стараюсь понять причины неудачи и исправить положение.

Обработка результатов.

Ответы испытуемого переводятся в баллы:

«+» - 2 балла, «=» - 1 балл, «-» или «?» - 0 баллов.

Баллы суммируются по следующим шкалам: «жизнеобеспечение» (Ж), «комфорт» (К), «социальный статус» (С), «общение» (О), «общая активность» (Д), «творческая активность» (ДР), «социальная полезность» (ОД).

«Ключ» к шкалам:

К шкале «жизнеобеспечение» (Ж) относятся ответы по следующим позициям опросника:

1а,б; 2а; 3а; 4е; 5а; 6з; 8а; 10д; 11а; 12а.

К шкале «комфорт» (К):

2б, в; 3б; 4з; 5б, в; 7а; 9а; 11б,в; 12в.

К шкале «социальный статус» (С):

1е; 2г; 7в,г; 8в,з; 9в,г,е; 10г; 11д; 12в.

К шкале «общение» (О):

1в; 2д; 3в; 4б; 7б,з; 8б,г; 9д, з; 10а; 11г; 12в.

К шкале «общая активность» (Д):

1г, з; 4а, г; 5з; 6а,б,г; 7д; 9б; 10в; 12з.

К шкале «творческая активность» (ДР):

1ж, з; 2е,ж; 3ж; 4д; 5д,е; 6е; 7е, ж; 8д,ж; 10ж; 11з; 12г.

К шкале «социальная полезность» (ОД):

1д; 2з; 3г, д; 4в,ж; 6ж; 8е; 9ж; 10б; 11е, ж; 12ж.

Сумма баллов по шкалам Ж, К, С, О характеризует общежитийскую направленность; сумма баллов по шкалам Д, ДР, ОД характеризует «рабочую» направленность личности.

Затем строятся графики (мотивационные профили), по горизонтали обозначаются шкалы, по вертикали – баллы.

Если у вас наиболее высокие баллы по шкалам Д, ДР, ОД, то выражен «рабочий» мотивационный профиль личности, если у вас наиболее высокие баллы по шкалам Ж, К, С, О, то это свидетельствует о выраженности общежитийского профиля.



Задание № 8

Изложите свою точку зрения почему еще до начала предоставления услуги необходимо выявить потребности клиента?

Задание № 9

Проведите самостоятельное маркетинговое исследование соотношения потребления товаров и сервисных услуг своей семьи за неделю (месяц). Технология этого исследования включает в себя следующие этапы:

А) создание таблицы из трех колонок. В первой колонке укажите дату потребления (покупки) товара или услуги, во второй — название и стоимость приобретенного товара и, в третьей - название и стоимость услуги наконец, в четвертой—стоимость товара или услуги;

Дата.	Наименование товара	Наименование услуги	Итого в руб.

Б) сравнение сведений в абсолютных числах и процентных отношениях;

В) наглядное отображение полученных данных в форме графика;

Г) анализ полученных результатов;

Д) подготовка аналитического материала к семинарскому занятию по теме: «Исследование потребностей моей семьи в товарах и услугах»

Задание №10

Придумайте новый вид услуги, который бы пользовался бы в XXI веке широким спросом потребителей независимо от пола и возраста.



КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Комплект тестовых заданий

- 1.** Отметить, что отличает сферу сервиса от сферы услуг:
 - а) индивидуальное обслуживание;
 - б) удовлетворение бытовых потребностей;
 - в) удовлетворение разнообразных потребностей;
 - г) массовое обслуживание;

- 2.** К социоприродным измерениям человека относятся:
 - 1) здоровье человека;
 - 2) воспитание человека;
 - 3) психофизиологические возможности человека;
 - 4) природные явления и процессы;

- 3.** Процесс, в ходе которого индивид приобретает те или иные личностные качества называется:
 - а) антропосоциогенезом;
 - б) социализацией;
 - в) релятивизмом;
 - г) орогенезом;

- 4.** Человек как типичный представитель сформировавшего его общества называется:
 - а) индивидом;
 - б) субъектом;
 - в) индивидуальностью;
 - г) личностью.

- 5.** Какой тип личности по Э. Фромму является предметом изучения сервисологии:
 - а) рецептивный;
 - б) эксплуататорный;
 - в) плодотворный;
 - г) рыночный;

- 6.** Укажите какие отрицательные характеристики личности соответствуют следующим положительным характеристикам личности (согласно Э. Фромму):



«Человек и его потребности. Сервисология»

- а) целеустремленность -
- б) свободомыслие -
- в) любознательность -
- г) щедрость -

7. В чем заключается источник душевных сил, движущих человеком:

- а) в терпимости к окружающим;
- б) в своей индивидуальности;
- в) разрешение противоречий своего существования;
- г) в удовлетворении первичных потребностей;

8. Ценности по их роли в функционировании и развитии общества подразделяются на:

- а) традиционные;
- б) одобряемые;
- в) общечеловеческие;
- г) интегрирующие;

9. Высшая форма направленности личности человека, проявляющаяся в осознанной потребности действовать в соответствии со своими ценностными ориентациями, называется -

- а) убеждением;
- б) мечтой;
- в) идеалом;
- г) установкой.

10. Основные сферы человеческой жизнедеятельности включают в себя:

- а) социальную сферу;
- б) природную сферу;
- в) производственную сферу;
- г) сферу услуг;



Вопросы для самоподготовки

1. Личность индивида и ее запросы.
2. Индивидуальный потребитель – главное действующее лицо рыночной экономики.
3. Значимость сферы услуг в постиндустриальном обществе.
4. Услуги сервиса в постиндустриальном обществе.
5. Процесс трансформации сферы услуг на современном этапе развития общества.
6. Потребности человека в развитии сферы сервиса.
7. Услуги социально-культурного сервиса.
8. Виды поведенческой ориентации человека по Э. Фромму
9. Рыночная ориентация личности человека.
10. Индивидуализация потребления сервисных услуг.
11. Тактика сервисного обслуживания клиента.
12. Роль процесса антропосоциогенеза в формировании человека.
13. Социоприродная целостность человека и ее свойства.
14. Социоприродные измерения человека.
15. Социализация как процесс приобретения индивидом социальных качеств.
16. Система классификации ценностей по Г. Оллпорту.
17. Система ценностей и ее динамика в современном обществе.
18. Различные системы классификации ценностей.
19. Социальные нормы как безличные правила поведения.
20. Ценностные установки во взаимодействиях личности и социальных групп.
21. Иерархия потребностей Абрахама Маслоу.
22. Типология потребностей Генри Мюррея.
23. Мотивация индивидуального потребления.
24. Потребительские предпочтения сферы сервиса в России.
25. Формирование современной потребительской культуры в России.
26. Услуга как форма социального взаимодействия.
27. Услуга как полезное действие и ее социальная роль.
28. Индивидуализация и плюрализация жизненных стилей как глобальный процесс.
29. Индивидуализация и плюрализации жизненных стилей в российском обществе.
30. Третичный сектор социально-экономической деятельности



«Человек и его потребности. Сервисология»

- общества.
31. Виды предприятий обслуживания населения.
 32. Значение сервисного обслуживания потребителей.
 33. Индивидуальное обслуживание как профессиональная деятельность.
 34. Система оценки уровня сервиса предприятия.
 35. Правила эффективного сервиса.
 36. Особенности контроля эффективности сервиса.
 37. Технология сервиса как технология гостеприимства.
 38. Современная культура сервиса.
 39. Психологические аспекты культуры сервиса.
 40. Этические аспекты культуры сервиса.
 41. Эстетические аспекты культуры сервиса.
 42. Организационно-психологические аспекты культуры сервиса.
 43. Сервис как система обеспечения комфортности жизнедеятельности людей.
 44. Влияние рекламы на поведение потребителя.
 45. Значение семьи в поведении потребителей
 46. Сфера сервиса как способ удовлетворения общественных потребностей.
 47. Особенности предоставления сервисных услуг в туризме.
 48. Турпродукт как комплексный результат туруслуг.
 49. Общие характеристики турпродукта как услуги.
 50. Турист как потребитель услуг.
 51. Отличительные особенности турпродукта как специфической услуги.

Вопросы для подготовки к зачету

1. Сервисология как наука: цели и задачи.
2. Ключевые понятия сервисологии: сервис, нужда и потребность, товар и услуга.
3. Комплексный подход к изучению человека как социально-природном существе.
4. Донаучные теории происхождения человека (концепция божественного сотворения людей, концепция сотворение человека мировым разумом, телеологическая теория происхождения человека).
5. Теории антропогенеза. Научный натурализм. Концепция Дарвина о происхождения человека.



«Человек и его потребности. Сервисология»

6. Человек, биосфера и космос в концепции космизма.
7. Сущность человека, его отличительные черты и характеристики.
8. Структурные компоненты психики человека.
9. Психические познавательные процессы (ощущение, восприятие, память, представление, мышление, внимание, речь, воображение).
10. Эмоциональные психические процессы (эмоции, чувства). Волевые эмоциональные процессы (механизмы волевых действий, волевые качества).
11. Психические свойства (направленность, потребности, мотивы, цели; темперамент, характер и способности).
12. Психические состояния (активность, пассивность, бодрость, усталость, апатия, эйфория).
13. Психические образования (знания, начальные умения, простые навыки, сложные навыки, сложные умения).
14. Мотивационная сфера личности. Характеристики мотивационной сферы: широта, гибкость, иерархизированность.
15. Виды мотивации: диспозиционная мотивация, ситуационная мотивация. Сознательная и бессознательная мотивация.
16. Понятие и специфика человеческих потребностей. Характеристики человеческих потребностей.
17. Характеристика теории иерархия потребностей А. Маслоу.
18. Модель структуры потребностей человека.
19. Характеристика теории потребностей Г. Мюррея.
20. Социокультурные особенности и потребительское поведение.
21. Особенности мотивации индивидуального потребления.
22. Сущность и специфика сервисного обслуживания в России.
23. Индивидуальное обслуживание клиента как профессиональная деятельность.
24. Технология сервиса как технология гостеприимства.
25. Современная культура сервиса.
26. Психологические аспекты культуры сервиса.
27. Этические аспекты культуры сервиса.
28. Эстетические аспекты культуры сервиса.
29. Организационно-психологические аспекты культуры сервиса.
30. Прогнозирование поведения потребителей.
31. Сервис как система обеспечения комфортности жизнедеятельности людей.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная

1. **Меликян О.М.** Поведение потребителей : учебник. - 3-е изд. Рек. ГОУ ВПО М. : Дашков и К` 2010-. - 262 с. - ЭБСДГТУ [http// iprbookshop.ru](http://iprbookshop.ru) (с люб. точки доступа для авторизир. читателей).¹
2. **Бухтерева О.С.** Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие. УМО. М.: Дашков и К, 2010.–208с.
3. Кузьмина Т.В Социология. Учебное пособие. М.: Проспект. 2011- ЭБСДГТУ [http// iprbookshop.ru](http://iprbookshop.ru) (с люб. точки доступа для авторизир. читателей).
4. Балаева О.Н., Предводителева М.Д. Управление организациями сферы услуг. Учебное пособие. УМО. - М.: Высшая школа экономики. 2010. - ЭБСДГТУ [http// iprbookshop.ru](http://iprbookshop.ru) (с люб. точки доступа для авторизир. читателей).
5. Безрутенко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. Учебное пособие. М.: Дашков и К. 2012 --ЭБСДГТУ [http// iprbookshop.ru](http://iprbookshop.ru) (с люб. точки доступа для авторизир. читателей).
6. Агешкина Н.А., Харитоновна Л.И. Потребитель. Защита ваших прав, гарантии, сервис, возврат, интернет-покупки: производственно-практическое издание. М.: Эксмо. 2012 - ЭБСДГТУ [http// iprbookshop.ru](http://iprbookshop.ru) (с люб. точки доступа для авторизир. читателей).
7. **Сфера услуг:** экономика, менеджмент, маркетинг: практикум: учеб. пособие/ под ред. Т.Д Бурменко. М.: Кнорус. -- 422 с.

Дополнительная

1. **Алешина И.В.** Поведение потребителей: учебник для вузов. – М.: Экономист. 2006. - 524 с.
2. **Проектирование процесса** оказания услуг: учеб. пособие для вузов/ под общ. ред. Н.М. Комарова. – М.: Дело и сервис. 2009 - 287 с.
3. **Саак А.Э., Пшеничных Ю.А.** Маркетинг в социально – культурном сервисе и туризме: учеб. пособие для вузов– СПб.: Питер, – 480 с.
4. **Кашникова К.В., Палагина А.В.** Сервис в России. Десятка самых популярных услуг: производственно-практическое изда-

¹ Если в списке авторы или название учебной литературы выделены жирным шрифтом – существует печатная версия данного пособия в библиотеке ДГТУ.



«Человек и его потребности. Сервисология»

ние. М.: ГроссМедиа.2008. - ЭБСДГТУ [http// iprbookshop.ru](http://iprbookshop.ru) (с люб. точки доступа для авторизир. читателей).

5. **Коробкова С.Н.** Сервисное деятельность: учеб. пособие для вузов. - СПб: Питер.2005. -155 с.

6. **Димитров В. П.** и др. Управление процессами : учеб. пособие. Доп. УМО. - Ростов н/Д : РИО ДГТУ,- 2008- 75 с.

7. **Маслоу А.** Экзистенциальная психология: учеб. пособие.- Львов: Инициатива. 2005.- 144 с.

Электронные периодические издания

(ЭБС ДГТУ [http// e-library](http://e-library), с люб. компьютера ДГТУ)

1. Вестник СПбГУ. Серия 6: Философия. Культурология.
2. Вопросы культурологи
3. Вопросы философии
4. Социологические исследования
5. Социальная политика и социология

Интернет-ресурсы свободного доступа

- 1.Сайт Государственного комитета по статистике РФ. - [http://www,gks.ru](http://www.gks.ru).
- 2.Сайт Всемирной туристской организации ООН. - <http://www.unwto.org>