

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Томский государственный университет
систем управления и радиоэлектроники

М.Ю. Раитина

СЕРВИСОЛОГИЯ

Методические указания
по подготовке к практическим занятиям и для
самостоятельной работы по учебной дисциплине

Томск
2022

УДК 65.01
ББК 60.53
Р-18

Рецензент:

Захарова Л.Л., доцент кафедры философии и социологии ТУСУРа,
канд. филос. наук

Раитина, Маргарита Юрьевна

Р-18 Сервисология: Методические указания по подготовке к практическим занятиям и для самостоятельной работы для студентов вузов всех направлений и специальностей подготовки бакалавров, специалистов и магистров/ М.Ю. Раитина. – Томск: Томск. гос. ун-т систем упр. и радиоэлектроники, 2022. – 12 с.

Методические указания предназначены для подготовки к практическим занятиям, а также аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы по дисциплине «Сервисология». Для студентов высших учебных заведений.

Одобрено на заседании кафедры ФиС, протокол №2 от 24.02.22

УДК 65.01
ББК 60.53

© Раитина М.Ю., 2022
© Томск. гос. ун-т систем упр.
и радиоэлектроники

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	4
Подготовка к семинарам	5
Содержание самостоятельной работы студентов	5
Содержание семинарских занятий	6
Темы докладов	8
Темы мультимедийных презентаций.....	9
Рекомендуемая литература	12

ВВЕДЕНИЕ

Курс «Сервисология» является базисным для изучения цикла дисциплин, связанных с сервисной тематикой.

Главным действующим лицом всё в большей степени становится конкретный потребитель, отличающийся своеобразием темперамента, характера, особенностями мотивационной и потребностной сфер. Работа с потребителем – анализ, прогноз, по сути, управление его поведением – повседневная составляющая профессиональной деятельности каждого специалиста, занятого в сфере продаж различных товаров и услуг.

Целью дисциплины «Сервисология» является:

- формирование у студентов системы знаний о человеке и его потребностях, средствах и способах формирования новых потребностей, методах удовлетворения социальных и культурных потребностей индивида, семьи и общества;
- технологиях процесса сервиса, развития системы клиентских отношений с учетом требований потребителя;
- организация процесса сервиса, выбора ресурсов и средств с учетом требований потребителя.

Задачи дисциплины:

- Проследить становление знаний о человеке и его потребностях в исторической ретроспективе.
- Исследовать систему потребностей человека, их формирование, динамику.
- 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.

Сформированные в рамках курса компетенции позволяют решать учебно-профессиональные и профессиональные задачи в рамках дисциплины.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Контроль результатов самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Подготовка к семинарам

Значительная часть времени семинара отводится совместной работе группы по освоению той или иной темы. В процессе коллективного обсуждения темы (к участию в котором должен стремиться каждый студент) развивается культура диалога и дискуссии, формируется и оттачивается аргументация.

В дискуссии и диалоге формируется критическое и рефлексивное мышление, развивается умение вырабатывать, формулировать и логически строго аргументировать собственную позицию.

Традиционные формы обучения, применяемые в ходе практических аудиторных занятий (семинаров) в высших учебных заведениях приведены ниже.

Доклад представляет собой публичное, структурированное устное сообщение на определенную тему, самостоятельно подготовленное на основе соответствующих литературных и других источников. Сделать доклад означает умение устно в краткое время изложить результаты проделанной работы по изучению той или иной темы.

Реферат (от лат. *refero* – сообщаю) – это краткое изложение в письменном виде или в форме публичного доклада содержания научной работы (работ), книги, статьи – так традиционно определяется реферат в энциклопедических словарях.

Умение написать реферат – это умение представить в развернутом письменном структурированном виде результаты самостоятельного изучения той или иной темы по нескольким источникам.

Мультимедийные презентации студенческих докладов и рефератов. Компьютерный слайд позволяет интегрировать текст, графику и иллюстративный материал, анимацию, звуковое сопровождение, цветовое оформление, что создает новые возможности для раскрытия изучаемой тематики.

Содержание самостоятельной работы студентов

Текущая самостоятельная работа студентов, направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие практических умений включает:

- работу с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
- подготовку к семинарским занятиям;
- подготовку к контрольной работе и зачету (экзамену);
- поиск, анализ, структурирование и презентация информации;
- исследовательскую работу и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах;
- анализ научных публикаций по заранее определенной преподавателем теме;
- закрепление знаний теоретического материала, используя необходимый инструментарий, практическим путем (решение задач, выполнение контрольных работ, тестов для самопроверки);
- применение полученных знаний и практических навыков для анализа ситуации и выработки правильного решения (подготовка к групповой дискуссии, подготовленная работа в рамках деловой игры, письменный анализ конкретной ситуации, разработка проектов и т. д.);
- использование полученных знаний и умений для формирования собственной позиции, теории, модели (написание выпускной (дипломной) работы, выполнение научно-исследовательской работы).

Содержание семинарских занятий

Тема 1. Введение в сервисологию

Темы для обсуждения:

1. Предмет сервисологии и ее взаимосвязь с другими науками о человеке и обществе.
2. Предмет и задачи сервисологии.
3. Общая характеристика сферы сервиса и ее развитие в современном обществе.
4. Общая характеристика индивидуальных и общественных потребностей.
5. Представление о человеке и его потребностях в исторической ретроспективе.

Вопросы:

1. Охарактеризуйте предмет дисциплины Сервисология.
2. Можно ли назвать сервисологию междисциплинарной наукой? Если да, то почему?
3. Проанализируйте определения понятия «потребность» у разных исследователей.
4. Обоснуйте необходимость изучения и исследования человеческих потребностей.
5. Охарактеризуйте понятия «потребность», «нужда», «желание», «прихоть». Как эти понятия взаимосвязаны между собой?
6. Что должны делать производители, чтобы реализовать свою продукцию, услугу?
7. Расскажите о воззрениях философов Древнего Китая на человека и его потребности.
8. Охарактеризуйте взгляды на человека и его потребности в Античной Греции.
9. Осветите подходы к пониманию человека и его потребностей в средние века.
10. Раскройте подходы к пониманию человека и его потребностей в Новое время.
11. Почему в доисторических обществах не существовало общественных услуг, а были только предпосылки для их появления в будущем?
12. Назовите факторы, определившие появление в обществах древнего мира профессий, связанных с общественными услугами?
13. Что нового появилось в услугах, свойственных средневековому обществу Западной Европы, сравнительно с сообществами древнего мира?
14. Проследите роль семьи и рыночных отношений в удовлетворении потребностей городского населения в государствах древнего мира и средних веков.
15. Охарактеризуйте важнейшие признаки сервиса индустриального общества.
16. Каким образом индустриальное производство трансформировало сущность и структуру деятельности по оказанию услуг?
17. Определите особенности сервисной деятельности в обществе потребления.

Тема 2. Подходы к пониманию человека и его потребностей

Темы для обсуждения:

1. Потребности и условия жизни человека.
2. Социоприродная целостность человека.

3. Осмысление потребности в ракурсе бытия и сущность человека.
4. Индивидуальные основные потребности и психофизиологические возможности человека.
5. Человеческие потребности и общественные интересы.
6. Взаимосвязь ценностей и норм социального поведения.

Вопросы:

1. Определите иерархию ценностей в социокультурном пространстве.
2. Может ли быть ценность у услуги?
3. В чем заключается диалектика социализации, культурации и самоопределения индивида.
4. Существует ли потенциал развития потребностей в духовной деятельности? В чем он может заключаться?
5. Социальный способ рождения новой потребности.
6. Становление творческих потребностей человека в жизненном процессе.
7. На что должна опираться маркетинговая система, чтобы удовлетворить потребителя?
8. К чему стоит стремиться для удовлетворения потребностей даже самого требовательного клиента?
9. Какой характер приобретает потребность, если она длительное время не удовлетворяется?

Тема 3. Психосоциальное взаимодействие в сервисе

Темы для обсуждения:

1. Психология и тактика процесса обслуживания потребителя. Поведение клиента как результат удовлетворения его потребностей.
2. Психология потребления в сервисной деятельности. Современные психологические теории личности и потребностей человека (З. Фрейд, А. Адлер, К.Г. Юнг, Э. Фромм, К. Хорни).
3. Гуманистическая теория личности: Абрахам Маслоу.
4. Типология характеров и особенности типов потребителей. Классификация акцентуации характера.
5. Психологическое состояние клиента. Удовлетворение потребностей как средство активизации деятельности человека и развития его потребностей.
6. Взаимосвязь функций личности, ее черт и диспозиций с поведением.
7. Факторы социального поведения личности и его результат. Значение понятий индивид, личность, человек в решении проблемы потребностей.

Вопросы:

1. Проследите взгляды на человека и его потребности с позиции Психодинамической теории личности З. Фрейда.
2. Раскройте подходы к человеку и его потребностям в Индивидуальной теории личности А. Адлера.
3. Осветите взгляды аналитической теории К.Г. Юнга на человека его потребности.

4. Раскройте подходы Э. Фромма к пониманию человека.
5. Охарактеризуйте типологию социальных характеров по Э. Фромму.
6. Осветите подходы к пониманию человека и его потребностей в Социокультурной теории личности К. Хорни.
7. Приведите характеристику поведенческих стратегий по К. Хорни.
8. Осветите понятие о мотивации и иерархии потребностей у А. Маслоу.
9. Дайте характеристику дефицитарным мотивам и мотивам роста по А. Маслоу.
10. Охарактеризуйте метапотребности по А. Маслоу.
11. Проследите и охарактеризуйте различия понятий: индивид, личность, индивидуальность.
12. В каких эмоциональных состояниях проявляются потребности?

Тема 4. Сервис как способ удовлетворения потребностей

Вопросы для изучения:

1. Сервис как сфера услуг. Принципы организации сервиса.
2. Тайм-менеджмент в сервисной деятельности.
3. Процесс разработки услуги.
4. Целеполагание по методу SMART.
5. Социально-экономические тренды в сервисной сфере.
6. Внешние и внутренние факторы влияния на поведение потребителей. Процесс принятия потребительских решений.
7. Культура сервиса.
8. Культурные факторы влияния на потребительское поведение.
9. Социальные факторы влияния на потребительское поведение.

Вопросы:

1. Представьте характеристику первичных и вторичных потребностей человека.
2. Приведите характеристику структурного анализа системы потребностей.
3. Назовите базисные потребности человека.
4. Охарактеризуйте высшие потребности человека.
5. Расскажите об элементах тайм-менеджмента как системы.
6. В чем суть целеполагания по методу SMART.
- 7.

Темы докладов (рефератов)

1. Соотношение сферы услуг и домашнего сервиса.
2. Иерархическая теория потребностей А. Маслоу и ее значение для анализа потребительского поведения.
3. Мотивация индивидуального потребления.
4. Потребительские ценности и потребительское поведение.
5. Можно ли сказать, что «клиент всегда прав»?
6. Каковы главные особенности современного потребителя?
7. Можно ли согласиться с утверждением социологов, что в современном обществе потребление стало бесконечным?

8. Какие ценности определяют поведение современного потребителя?
9. Одинаковы ли потребности человека во все времена?
10. Нужны ли молодому человеку духовные потребности сегодня?
11. Важен ли творческий подход в сфере сервиса?
12. Какую роль играет сервисная деятельность в рыночной экономике и жизни общества?
13. Главные проблемы и особенностях развития сервиса в России
14. Какие услуги в сервисной деятельности занимают наибольший удельный вес и почему?
15. Почему сервису обслуживания в настоящее время уделяется так много внимания? Как вы думаете, с чем это связано? Оправдано ли это?
16. Охарактеризуйте самые важные потребности человека (не более трех-четырёх).
17. Есть ли взаимосвязь между потребностями человека и его условиями жизни.
18. Есть ли показатели качества сервисных услуг.
19. Может ли быть ценность у услуги?
20. Должен ли руководитель обладать морально-ценностными качествами.
21. Можно ли рассматривать культуру обслуживания как базовый элемент качества обслуживания?

Темы мультимедийных презентаций

1. Эффективные продажи. Основные принципы и особенности.
2. Психологические аспекты влияния в сервисе.
3. Язык подсознания и успешность продаж.
4. Разработка услуг и управление сервисом.
5. Анализ потребностей и тенденций в макросреде: (природная, социокультурная, технологическая, экономическая среда).
6. Маркетинговые стратегии в сфере обслуживания.
7. Основные факторы, определяющие потребительское поведение.
8. Эволюция поведения потребителей в процессе развития сервиса: от производства к продажам, от продаж к маркетингу.
9. Стратегия формирования лояльности и удержания клиента в процессе продаж.
10. Управление взаимоотношениями с клиентами в процессе продаж.
11. Модель принятия потребительского решения.
12. Понятие о запланированных и не запланированных покупках. Факторы, влияющие на решение о покупке.
13. Личность и поведение потребителей. Влияние индивидуальных различий на потребительское поведение. Влияние стиля жизни на потребительское поведение.
14. Характеристика потребительских ценностей и установок.
15. Влияние чувств потребителей на покупательское поведение.
16. Влияние внешней среды на потребительское поведение: культура, этническая принадлежность, социальный класс.
17. Влияние семьи и домохозяйства на потребительское поведение.
18. Гендерные роли в современной культуре и их влияния на потребительское поведение.
19. Формирование потребительского мнения и изменение его.
20. Методы информирования потребителей о товарах и услугах.
21. Роль бренда в организации продаж. Методы создания устойчивого бренда.
22. Технология общения в процессе продаж.

23. Типология клиентов: Особенности продаж с учетом типа покупателя и продавца.
24. Потребительское сообщество и проблема телесных потребностей человека. Тело как средство рекламы и масс-медиа.
25. Игровые потребности человека. Феномен и признаки игры
26. (Й. Хейзинга), функции игры.
27. Современная индустрия игр и развлечений: казино, цирки, парки развлечений, стрельба, скачки, азартные игры, компьютерные игры.
28. Зрелища как потребность: теле-шоу и теле-игры, их классификация, спорт, игровые элементы реальной жизни.
29. Религия и понятие потребности.
30. Любовь как важнейшая человеческая потребность. Виды и стадии любви.
31. Творческие потребности человека. Феномен творческих способностей.
32. Самоактуализированный человек в системе потребностей (по Маслоу).
33. Развитие традиции гостеприимства в античной культуре.
34. Формирование традиций паломнического туризма в средневековой культуре.
35. Дипломатические путешествия в Средние века как способ межкультурной коммуникации. Традиции гостеприимства в европейской Средневековой культуре.
36. Промышленная революция и развитие сервиса в Европе в конце XVIII–XIX вв.
37. Совершенствование системы гостеприимства и развитие ресторанного бизнеса в Европе и Америке в конце XVIII–XIX вв.
38. Развитие сервиса в Англии в конце XVIII–XIX вв.
39. Развитие туристского бизнеса в Европе в конце XVIII–XIX вв.
40. Транспортная революция и ее влияние на развитие сервиса в XIX веке.
41. Совершенствование системы обслуживания в XX веке.
42. Традиции гостеприимства Западной Европы.
43. Традиции гостеприимства Восточной Европы.
44. Традиции гостеприимства Юго-Восточной Азии.
45. Традиции гостеприимства Китая и Японии.
46. Традиции гостеприимства США и Канады.
47. Традиции гостеприимства Стран Латинской Америки.
48. Традиции гостеприимства Стран Африки.
49. Сервис как общественное и экономическое явление.
50. Социальные предпосылки сервисной деятельности.
51. Роль сервисной деятельности в социально-экономическом развитии страны.
52. Структура и виды сервисной деятельности.
53. Сервисная деятельность как процесс удовлетворения потребностей.
54. Услуга как специфический продукт сервисной деятельности.
55. Основы организации сервисной деятельности.
56. Основы организации рабочих мест в индустрии моды и красоты.
57. Организация обслуживания потребителей услуг.
58. Специфика межличностного общения работников сервисных организаций и потребителей в процессе оказания услуги.
59. Основные психологические принципы взаимоотношения с клиентом.

Вопросы к зачету (экзамену)

1. Сервисология как наука: цели и задачи. Предмет дисциплины. Ключевые понятия сервисологии: сервис, нужда и потребность, товар и услуга.
2. Классификация видов сервиса. Место и роль сервиса в удовлетворении человеческих потребностей.
3. Человек как смысловая модель мира. Проблема уникальности человека. Многогранность природы человека. Соотношение биологического, социального и духовного в человеке: различные подходы.
4. Социализация как процесс приобретения индивидом социальных качеств. Феномен многогранности природы человека. Биологизаторские и социологизаторские концепции.
5. Человек как творец ценностей. Символическая природа человека. Реальное и символическое потребление.
6. Представление о человеке и его потребностях в исторической ретроспективе.
7. Иерархическая теория потребностей А. Маслоу и ее значение для анализа потребительского поведения.
8. Гуманистическая теория личности Э. Фромма. Экзистенциальные потребности человека по Фромму. Продуктивный и непродуктивный типы личности.
9. Концепция человека у К. Хорни, значение детских переживаний в формировании личности и ее потребностей. Десять невротических потребностей личности.
10. Современные психологические теории о человеке и направленности его потребностей. Теории К. Хорни и Э.Фромма.
11. Классификация потребностей человека. Сущность потребностей.
12. Типология характеров и особенности типов потребителей. Классификация акцентуации характера.
13. Методы планирования времени. Роль планирования в сервисе.
14. Целеполагание по методу SMART.
15. Первый и второй (конкретность и измеримость) элементы метода SMART: Примеры.
16. Третий и четвертый (достижимость и значимость) элементы метода SMART. Примеры.
17. Охарактеризуйте пятый элемент метода SMART – ограниченность во времени. Примеры.
18. Социокультурные факторы влияния на потребительское поведение Теория личности.
19. Принципы организации сервиса. Тайм-менеджмент в сервисной деятельности. Определение тайм-менеджмента и его суть как системы.
20. Потребности и интересы как детерминанты человеческой деятельности.
21. Соотношение потребности, интереса, мотива и стимула в структуре деятельности.
22. Правила эффективного сервиса.
23. Понятие об услугах и их качестве. Культура обслуживания в сфере сервиса.

Рекомендуемая литература

1. Балабанов, В. С. Инновационный менеджмент / В. С. Балабанов, М. Н. Дудин. – М.: Элит, 2014. – 282 с.
2. Велединский В. Г. Сервисная деятельность. – М.: КноРус, 2013. 212 с.
3. Инновационный менеджмент / под ред. С. Д. Ильенковой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 391 с.
4. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / под ред. проф. Л. Н. Оголевой. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 238 с.
5. Лойко О.Т. Сервисная деятельность. –М.: Академия, 2010. - 303 с.
6. Маховикова, Г. А. Инновационный менеджмент / Г. А. Маховикова, Н. Ф. Ефимова. – М.: Эксмо, 2010. – 208 с.
7. Медынский, В. Г. Инновационный менеджмент: учеб. / В. Г. Медынский. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 295 с. 7. Дармилова, Ж. Д. Инновационный менеджмент: учеб. пособие для бакалавров / Ж. Д. Дармилова. – М.: Дашков и К, 2016. – 168 с.
8. Павлова, Г. Ю. Сервисная деятельность. –М.: КНОРУС, 2016. - 175 с.
9. Резник Г.А. Сервисная деятельность. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 200 с.
10. Романович Ж. А. Сервисная деятельность Учеб. для вузов по специальности «Сервис» (по обл. применения). 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2006. – 267 с.
11. Руденко Л. Л. Сервисная деятельность. – М.: Дашков и К, 2015. - 207 с.
12. Сервисная деятельность. Учеб. пособие для вузов / С.Н. Коробкова, В.И. Кравченко, С. В. Орлов, И. П. Павлова; Под ред. В. К. Романович. - 3-е изд. - СПб. и др.: Питер, 2005. 155 с.
13. Третьякова Т.Н. Сервисная деятельность. – М.: Академия, 2008. 301 с.