

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Человек и его потребности в сфере гостеприимства»
для ООП 43.03.03 «Гостиничное дело»**

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины «Человек и его потребности в сфере гостеприимства» призвано сформировать у студентов систематические представления антропологического и сервисологического характера. В этих целях предполагается изучение:

- возможностей человеческой психофизиологии в контексте истории культуры и динамики основных индивидуальных потребностей;
- взаимной зависимости потребностей и структуры их обслуживания (сервиса) от социальной активности людей в той или иной социально-природной среде;
- основных классификаций услуг, их характерных особенностей в свете теории обслуживания.

**ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ
РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Результатом освоения дисциплины является формирование у студентов следующих компетенций:

ОК-1	способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1)
ОК-6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6)

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:	Особенности социальной политики российского государства, действие социальных стандартов, направленных на качество жизни
Уметь:	Применять социальные обязательства в профессиональной сфере на основе их ресурсного обеспечения
Владеть:	Основами формирования социальных отношений в обществе

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы (108 часов), в том числе:

для студентов очной формы обучения: лекции – 16 часов, практические занятия – 24 часов, самостоятельная работа, включая подготовку к экзамену – 68 часов;

для студентов заочной формы обучения: лекции – 4 часов, практические занятия – 6 часов, самостоятельная работа, включая подготовку к зачету, – 98 часов.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Содержание дисциплины

Наименование темы	Содержание
Тема 1. Гуманитарные и естественные науки	Комплексный подход в исследованиях человека как социально-культурной и природной целостности: уникальность человека во

<p>о психо-физиологических возможностях и способностях рода «ЧЕЛОВЕК»</p>	<p>Вселенной. Родовые, видовые, особенные признаки человека в иерархии живого. Естествознание, историческая антропология и религия о генезисе человеческого рода. Между Богом и зверем. Значение понятий «индивид, личность, человек» в становлении потребностей. Сущностная взаимосвязь способностей и потребностей. Чувственность, память, воображение, мышление – основные способности человека; воля к воле – мотив к свободному проявлению способностей. Преодоление несвобод – сущностная (родовая) способность человека. Роль речи-языка в онтогенезе человека. Предметные значения и духовные смыслы культуры – матрица родовых человеческих способностей. Основные философские представления о человеческой природе. Натурфилософия античности. Понятие «Дао» в китайской культуре. Духовность буддизма. Человеческое достоинство в воззрениях стоиков. Патристика и средневековье о судьбе, и предначертанье человека. Оптимизм и гуманизм Ренессанса. Разумность человека в эпоху классики и Просвещения. Трагизм человеческого бытия в Новое и Новейшее время. Сочувствие к «маленькому человеку» русской литературы. Постмодернистские педагогические и художественные практики о сегодняшнем человеке. Виртуальные реальности, угрожающие прогнозы и будущее человеческого рода.</p>
<p>Тема 2. Модели (теоретические представления) основных индивидуальных потребностей</p>	<p>Потребности и условия жизни человека в природе и социуме. Сложность человека и его потребностей. Философское осмысление потребностей. Космос, Бог, Человек, Общество, Рациональность модернизма – основные историко-культурные схемы потребностей. Индивидуальные основные потребности и психофизиологические возможности человека. Общая характеристика индивидуальных и общественных потребностей. Материальные и духовные, первичные и вторичные, основные и не основные потребности индивида. Способности и воля, потребности и целеполагающая деятельность человека. Человеческие потребности и общественные интересы. Потребности человека в безопасности и лояльности, в общении и самореализации, собственности и статусе (А.Маслоу). Смысл богатства человека: «иметь или быть?»(Э.Фромм). Индивидуальная потребность в усилении собственной жизнестойкости и «влечение к смерти». Между неврозом и психозом (З.Фрейд). Взаимосвязь понятий: «гигиена», «человеческий капитал» (знания-умения-навыки, здоровье, компетентность), «социальный капитал» (договороспособность). Мотивация процессом деятельности и ее результатом. Различие деятельности продуктивной (для других) и результативной (негативный опыт для себя). Роль моделирующей рефлексии в целеполагании, проектировании, стратегическом менеджменте. Социальные инновации и проблемы изобретения новых потребностей.</p>
<p>Тема 3. Содержательные и процессуальные теории мотивации: взаимосвязь</p>	<p>Реализация схемы: потребности - способности - труд - самореализация. Роль исследования потребностей в совершенствовании сервисной деятельности. Различия понятий: «нужда и желание», «прихоть и стремление», «интерес и влечение». Значения терминов: ценности и их система (в</p>

<p>потребностей и социальной активности</p>	<p>сопоставлении мифа и религии). Вера, надежда, любовь – мотивы жизнедеятельности. Производственное и непроизводственное потребление. Понятия «блага, полезности, спроса». Соотношение спроса и потребностей. Спрос, уровень жизни и качество жизни. Экономическое развитие общества и основные типы потребления. Особенности типов потребления аграрного общества, индустриального общества, «общества массовой культуры и потребления» (информационного или постиндустриального общества). Формирование индивидуального стиля потребления и технологий индивидуального обслуживания. Противоречие интернационализации, стандартизации и диверсификации, индивидуализации – мотив развития сферы потребления. Тенденция развития уникальных и нестандартных видов сервиса. Мотивация и стимуляция работников сферы обслуживания (модели В.Врума, М.Портера, М.Лайкерта и др.). Цели, средства и продукты потребления услуг: экономическое содержание понятий «товар» и «услуга». Специфика индивидуальных и рекреационных потребностей в обществе потребления. Корпоративная культура, имидж и бренд фирмы в сфере рекламно-информационных услуг. Мода в контексте социальной активности масс: феномен «человека массовой культуры». Вопросы мотивации клиентов модными услугами.</p>
<p>Тема 4. Структура сервиса (сферы обслуживания) и социокультурная среда</p>	<p>Изменение характера и структуры российского потребления в первой половине XXI века с точки зрения сервисологии. Формула капитализации «Д – Т – Д» в сфере обслуживания. Сервис как система услуг. Выявление потребностей клиентов. Структура бытового обслуживания с позиции учета природных и социальных факторов в структуре потребностей. Понятия: «клиентная база», «стиль жизни» групповых и частных клиентов. Властная пирамида менеджеров в сервисной фирме. Различие экономических интересов предпринимателей-собственников и менеджеров-исполнителей, наемных работников. Потребительский спрос и рыночная конъюнктура: динамика доминирования тех или иных видов бытового обслуживания и жизненный цикл массовой потребности. Классификации услуг. Общероссийский классификатор услуг населению. Специфические (частные) методы деятельности в сфере услуг. Потребности в социальной и географической мобильности. Организация туризма как система услуг. Потребность в туристических путешествиях как одна из значимых потребностей современного человека. Индивидуальная жизнедеятельность как приключение-путешествие в пространстве и времени встреч, событий, информации. Возрастание потребности в получении новой информации и ориентаций в информационных потоках. Туризм как один из способов удовлетворения потребности в информации и событийных переживаниях.</p>
<p>Тема 5. Основные классификации услуг: сравнительная характеристика</p>	<p>Процесс – сущностное отличие любой услуги от физического товара или продукта, предназначенного для продажи (Гегель: «процесс угасает в продукте»). Услуга как замысел и проект удовлетворения потребности. Целостность услуги как</p>

	<p>одновременность процессов производства услуги (труда людей-производителей), ее доставки и продажи (труд продавцов), покупки и потребления услуги клиентами. Философия сервисологии и рефлексивно-сравнительное отношение к разнообразию классификаций услуг.</p>
<p>Тема 6. Введение в теорию обслуживания</p>	<p>Основные проблемы сервисологии, связанные с особенностями функционирования сферы услуг. Дефицит концептов при диверсификации потребностей. Зависимость эффективной работы сервиса от форм и методов обслуживания потребителей. Корреляция понятий: «методология и деятельность», «метод, операция и акт действия», «опция, способ и элемент конкретного действия». Методология сервиса — это деятельность предоставления услуг потребителю в комплексном сочетании клиентцентрированных способов обслуживания. Наглядная осязаемость формы обслуживания и неосязаемая методика. Современные формы обслуживания и тенденция приближения услуг к потребителю, сокращения времени обслуживания, создания максимума удобств и комфортных условий в процессе приобретения и потребления услуг. Обслуживание потребителей в стационарных условиях; обслуживание потребителей с выездом на дом; бесконтактное обслуживание по месту жительства потребителя; обслуживание с использованием обменных фондов услуг (основных и дополнительных).</p>

