

социального. Человек как существо разумное. Человек как политическое животное. Человек как “плененный дух”. Происхождение человека. Естественное и сверхъестественное. Религиозные интерпретации антропогенеза. Антропогенез как часть эволюции. Человек как тело, как животное, как машина. Природа и сущность человека и его потребностей. Человеческая природа и ее признаки.

Представление о человеке как социально-природном существе. Комплексный подход к исследованию человека как целостности. Человек как социально-природное существо. Роль природной и социальной среды в формировании потребностей человека. Основное противоречие в биологических явлениях. Противоречие между наследственностью и приспособлением как основное противоречие жизни. Человеческая индивидуальность: наследственность и среда. Наследственное и социальное в человеке и его потребностях. Значение понятий индивид, личность, человек в решении проблемы потребностей. Проблема индивидуального и социального в смысле жизни. Смысл и ценности жизни. Любовь. Потребности человека в любви. Искусство жизни. Вера как потребность человека и как состояние души. Потребность человека в личном общении. Эрос как страсть. Эрос и любовь. Классификация любви. Проблема идеальной любви и потребность человека в ней. Смерть как тайна человеческого бытия. Смысл жизни и проблема смерти: потребности и культы.

Развитие представлений о человеке в философии. Философская антропология и ее истоки. Конкурирующие установки: теоцентризм, логоцентризм, социоцентризм, антропоцентризм. Философская антропология и философия человека. Философы Древнего мира и Средневековья о человеческих потребностях (Гераклит, Ксенофонт, Демокрит, Протагор, Сократ, Платон, Аристотель, Эпикур, гедонизм Аристиппа, антигедонизм Сенеки). Средневековые философы: Аврелий Августин, Фома Аквинский. Гуманистическая антропология Ренессанса (Ф.Петрарка, Л.Валла, Л.да

Винчи). Философы Нового Времени и мыслители Просвещения о природе и сущности потребностей. Новое Время (Ф.Бэкон, Т.Гоббс, этическое учение Д.Локка). Просветители второй половины XVIII века (Монтескье, Вольтер, Руссо, П.Гольбах). Буржуазная классическая политэкономия о потребностях и потреблении (А.Смит, Д.Рикардо). Немецкая классическая философия и вопросы потребностей (И.Кант, идеалистическая философия Г.Гегеля, Л.Фейербах: содержание и функции потребностей). Русские мыслители о потребностях человека (М.В.Ломоносов, Н.Г.Чернышевский и др.)

Структура и классификация потребностей человека. Потребности в структуре личности и ее образе жизни. Потребности уровня жизни и качества жизни. Классификация потребностей человека в психологии. Основные потребности человека. Теории мотивации личности по З. Фрейду и А. Маслоу. Структура потребностей по У. Маслоу. "Общепринятая" классификация. 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, религиозная духовность и светская духовность. Способы удовлетворения духовных потребностей. Социальные потребности. Потребность в общении, самоутверждение в коллективе, в обществе. Потребность в обретении власти. Оптимальная модель совокупных потребностей. Разумные потребности. Возвышенные потребности. Извращенные потребности. Информационные потребности. Рекреационные потребности человека. Взаимодействие общественных, групповых и индивидуальных рекреационных потребностей.

Процесс принятия решения потребителем. Факторы, влияющие на процесс принятия решения: индивидуальные, психологические и социальные. Процесс осознания потребности потребителем. Воздействие культуры на поведение потребителя. Система ценностей. Влияние семьи, религии и образования на принятие решения потребителем. Влияние этнической культуры на поведение потребителя.

Дисциплина «Сервисная деятельность»

Предпосылки возникновения сервисной деятельности. Содержание понятия «сервисная деятельность». Историческое развитие сервисной деятельности и ее особенности в эпоху формирования постиндустриального общества. История развития сервиса в России. Противоречия сервисной деятельности: между товаром и услугой; идеальными и реальными услугами; между стандартизацией и индивидуализацией услуг; между существующими потребностями и возможностями их удовлетворения; между удовлетворением потребностей различных групп клиентов; между удовлетворением существующих потребностей человека и формированием этих потребностей; между удовлетворением потребностей, связанных с непосредственной материальной выгодой, и потребностей в самореализации личности.

Деятельность как процесс удовлетворения потребностей. Потребность человека в деятельности. Содержание деятельности. Структура человеческой деятельности. Отношение человека к действительности и к самому себе в историческом процессе антропо-социо-культурогенеза. Культурация и социализация человека. Переход от биологической организации жизнедеятельности к социокультурной организации деятельности человека. Внеинстинктивное управление человеческой деятельностью. Структура деятельности на уровне практики, на уровне духовной регуляции, и на уровне ее практически-духовного, художественно-образного удвоения. Субъект и объект деятельности. Продукт деятельности. Средства овладения

целью как объектом. Деятельность материальная и идеальная. Управление потребностями через управление деятельностью субъекта. Классификация видов сервисной деятельности по сферам его осуществления. Характеристика материально-преобразовательной, познавательной, ценностно-ориентационной, коммуникативной форм деятельности.

Организация обслуживания потребителей. Теория организации обслуживания. Современные формы обслуживания. Основные правила обслуживания потребителей. Правила оформления договора на оказание услуги, случаи его расторжения. Сроки и порядок возмещения убытков потребителю (исполнителю) в случае нарушения договора. Стандарты обслуживания. Структура бытового обслуживания. Учет природных и социальных факторов в структуре обслуживания человеческих потребностей. Социальная и экономическая зависимость различных видов бытового обслуживания. Жизненностилевые группы. Ожидание от обслуживания. “Любители” с высокими запросами. Обеспечение оптимальной инфраструктуры обслуживания с учетом природных и социальных факторов. Основные методы бытового обслуживания населения.

Место и роль общения участников сервисной деятельности. Понятие «контактная зона». Особенности оснащения контактной зоны. Взаимоотношения специалиста по сервису и туризму и клиента в процессе оказания услуги. Сценарий обслуживания.

Классификация видов услуг. Цели использования классификаторов услуг. Классификация услуг на основе производственно-технического и функционального подходов; по целевому назначению; по принципу вещественности; по способу оплаты; по комплексности. Общероссийский классификатор услуг населению (ОКУН).

Качество услуг сервисной деятельности. Понятие качества услуги, ее основные характеристики. Показатели качества услуг: назначения, безопасности, надежности, профессионального уровня персонала,

циального назначения, эстетические показатели и показатели формативности. Качество услуги с точки зрения потребителя. носительное качество. Методы анализа качества сервисной деятельности. изненный цикл услуги, «петля качества».

Основные понятия и определения туристско-гостиничного бизнеса. нятия «турист», «экскурсант», «туроператор», «турагент». Основные виды зима, классификация и характеристика основных туристических и журсионных услуг. Роль санаторно-оздоровительных услуг в социально-номической жизни страны.

Характеристика отдельных видов сервисных услуг. Особенности висной деятельности в области фитнеса. Особенности развития фитнес-тров. Социально-экономические предпосылки развития фитнес-центров в сии. Услуги, предоставляемые фитнес-центрами. Характеристика уговых услуг. Направления развития услуг досугового характера. иссификация предприятия различных видов развлечений, отдыха и ьтуры. Развитие транспортно-эксплуатационных услуг. Основные виды спортно-экспедиционных услуг, потребительские критерии выбора спортно-экспедиционных предприятий. Особенности организации истического сервиса.

БНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

сновная литература:

- . Павлова, И. П. Сервисная деятельность [Текст] : учебное пособие / И. П. ова, В. К. Романович и [др.]: - СПб, 2002. – 160 с.
- . Романович, В. К. Сервисная деятельность [Текст] : учебник / В. К анович, С. Л Калачев. – М., 2006. – 156 с.
- . Федцов, В. Г. Культура сервиса [Текст] : учебно-практическое пособие / Федцов. - М. : изд-во ПРИОР, 2000. - 168 с.
- . Карнаухова, В. К. Сервисная деятельность [Текст] : учебное бие / В. К. Карнаухова, Т. А. Краковская. – М., 2006. - 0183 с.

5. Романович, В. К. Сервисная деятельность [Текст] : учебное пособие / В. К. Романович. – СПб, 2006. – 202 с.

6. Орлов С.В. Человек и его потребности [Текст] : учебное пособие / С.В. Орлов. – СПб, 2006. – 202 с.

7. Удальцов М.В. Сервисология. Человек и его потребности [Текст] : учебное пособие / М.В.Удальцов, Л.К.Аверченко – Новосибирск, Сибирское соглашение. – 2002.

б) дополнительная литература:

1. Майерс, Д. Социальная психология [Текст] / Д. Майерс. – СПб : Питер Ком, 1998. – 243 с.

2. Михеева. Н. А. Менеджмент в социально-культурной сфере [Текст] : учебное пособие / Н. А Михеева, Л. Н Галенская. - СПб.: изд-во Михайлова В.А., 2000. – 136 с.

3. Энджел, Д. Ф. Поведение потребителей [Текст] / Д. Ф Энджел, П. У Блэкуэлл, Р. Д. Миниард. – СПб : Питер Ком, 1999. – 125 с.

4. Чарлидини, Р. Психология влияния [Текст] / Р. Чарлидини. – СПб: Питер Ком, 1998. – 186 с.

5. Березин, И. С. Маркетинг и исследования рынков. [Текст] / И. С. Березин. – М.: Русская Деловая Литература, 1999. – 243 с.

6. Виллонас, В. К. Психологические механизмы мотивации человека [Текст] / В. К Виллонас. – М.: изд-во Моск. Ун-та, 1990. – 147 с.

7. Джи, Б. Имидж фирмы – путь к успеху [Текст] / Б Джи. – СПб: Питер Ком, 1998. – 186 с.

8. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: [Текст] : учебник для вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз / пер. с англ. под ред. Р. Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 216 с.

9. Социальная психология экономического поведения. [Текст]. –М.: Наука, 1999. – 86 с.

10. Уокер, Дж. Введение в гостеприимство [Текст]: учебник/ Дж. Уокер / пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 94 с.

11. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей [Текст] : федер. закон : офиц. текст. – М., 2003.

в) периодические издания

г) программное и коммуникационное обеспечение

1. Операционные системы Windows, стандартные офисные программы;
2. Законодательно-правовая электронно-поисковая база по качеству и безопасности пищевых продуктов («Консультант», «Гарант»);

3. Электронные версии учебников, пособий, методических разработок, указаний и рекомендаций по всем видам учебной работы, предусмотренных вузовской рабочей программой, находящихся в свободном доступе для студентов;

4. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»;

5. 1С: предприятие «Комплексная автоматизация предприятий» food@ragus.ru.

6. Готовые тренинги www.instituthoteca.ru;

7. Презентации лекции по модулям дисциплины.

д) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»;

2. Интернет-сайт «Kuking.net»;

3. Поисковая система «Google»;

4. Поисковая система «Rumblor»;

5. Поисковая система «Gogo»;

6. Поисковая система «Яндекс»;

7. Поисковая система «Aport»;

8. Поисковая система «Yahoo»;

9. Поисковая система «Bing»;

10. Поисковая система «Mail.ru».