

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины **СОВРЕМЕННАЯ ИНДУСТРИЯ  
СОЦИОКУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА**

Направление подготовки бакалавров 43.03.01 – «Сервис»

Профиль подготовки «Социокультурный сервис»

Кафедра туризма и сервиса

<b>Цель изучения дисциплины</b>	Цели освоения дисциплины: овладение теоретическими и практическими знаниями по особенностям технологий сервиса, принципам действия и сервисному обеспечению потребностей клиента, оказанию основных видов услуг в сфере социально-культурного сервиса
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</b>	<p>Тема 1. Теоретические основы социально-культурной деятельности</p> <p>Тема 2. Субъекты социально-культурной деятельности</p> <p>Тема 3. Ресурсная база социально-культурной деятельности</p> <p>Тема 4. Факторы дифференциации содержания и форм социально-культурной деятельности, вариативность моделей социально-культурной деятельности</p> <p>Тема 5. Современные тенденции развития социально-культурной деятельности</p> <p>Тема 6. Массмедийные технологии: назначение, специфика, тенденции развития</p> <p>Тема 7. Технологии рекреационно-оздоровительной деятельности.</p> <p>Тема 8. Управленческие технологии и их роль в реализации социокультурных программ</p>
<b>Пререквизиты дисциплины</b>	<p>Предмет «Современная индустрия социокультурного сервиса» имеет логические и содержательно-методологические взаимосвязи со всеми основными дисциплинами ОПОП. Он имеет тесную методологическую связь с дисциплинами базовой части такими как «Сервисная деятельность», «Сервисные технологии в курортной деятельности». Все вышеперечисленные предметы позволяют приобрести необходимые базовые знания и практические навыки.</p> <p>Изучаемая дисциплина имеет логические связи с последующими дисциплинами: «Экспертиза и диагностика объектов социокультурного сервиса», «Управление персоналом на предприятиях социокультурного сервиса», «Реклама в туризме и сервисе», «Стандартизация и сертификация услуг в сервисной сфере», - а также с производственной практикой.</p>
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</b>	<p>Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)</p> <p>Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов (ОПК-4)</p> <p>Способен проводить экспертизу и диагностику объектов сервиса (ПКО-4)</p>
<b>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правила социального взаимодействия;</li> <li>- основы организации и планирования деятельности предприятий сервиса; имеет представление о различных структурах рынков;</li> </ul>

	<p>маркетинговую стратегию организаций, мероприятия, направленные на ее реализацию</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знать законодательно-нормативную базу объектов и систем сервиса, категоризм предприятий сервиса;</li> <li>- основные термины и определения экспертизы и диагностики объектов и систем сервиса;</li> <li>- виды, классификация, основные характеристики объектов и систем сервиса.</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели</li> <li>- анализировать возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата</li> <li>- осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды;</li> <li>оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели</li> <li>- анализировать состояние и тенденции развития рынка сервиса; проводить анализ конкурентной среды отрасли; участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию; использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований</li> <li>- организовать экспертизу и диагностику объектов социокультурного сервиса</li> </ul> <p><i>Владеть</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами проведения маркетинговых исследований и продвижения услуг с учетом потребительского спроса; методами осуществления мероприятий, направленных на реализацию маркетинговой стратегии; навыками проведения анализа конкурентной среды отрасли</li> <li>- видами и средствами экспертизы и диагностики.</li> <li>- измерительными, регистрационными, органолептическими и экспертными методами экспертизы и диагностики</li> </ul>
<p><b>Используемые инструментальные и программные средства:</b></p>	<p>В преподавании дисциплины «Экспертиза и диагностика объектов социокультурного сервиса» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.</p> <p>Активные и интерактивные методы обучения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Интерактивная лекция (тема № 1, 3, 4, 7, 8);</i></li> <li>- <i>Групповая дискуссия (тема № 4);</i></li> <li>- <i>Ролевые игры (тема № 6);</i></li> <li>- <i>Тренинг (тема № 2);</i></li> <li>- <i>Метод проектов (тема № 7);</i></li> <li>- <i>Разбор конкретных ситуаций и объектов (тема № 7).</i></li> </ul>
<p><b>Формы текущего контроля:</b></p>	<p>Контрольная работа, коллоквиум, рейтинг-контроли №1, 2, 3</p>
<p><b>Форма промежуточного контроля знаний:</b></p>	<p>Экзамен</p>

Составитель аннотации    доцент кафедры «ТиС», к.б.н. Лавров Илья Александрович

Заведующий кафедрой ТиС

Гужова Лидия Григорьевна

Председатель учебно-методической комиссии  
направления 43.03.01

Ареев О.В.

