

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Владимирский государственный университет**  
**имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича**  
**Столетовых»**  
**(ВлГУ)**



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по образовательной деятельности  
А.А. Панфилов  
«\_\_\_\_\_» 2017 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### СЕРВИСОЛОГИЯ

Направление подготовки 43.03.01 Сервис  
Профиль "Сервис недвижимости и коммунальной инфраструктуры"  
Уровень высшего образования бакалавриат

Форма обучения очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед., час	Лекции час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работ, Час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
3	5 зач. ед. 180 час.	18	36	-	81	Экзамен 45
<b>Итого</b>	<b>3 зач. ед. 180 час</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>81</b>	<b>Экзамен 45</b>

Владимир 2017

## **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Целью дисциплины "Сервисология"** является формирование у студентов общих и профессиональных компетенций в области системы знаний о человеке и его потребностях, роли сервиса в развитии, формировании и удовлетворении человеческих потребностей, в том числе в области оказания жилищных и коммунальных услуг.

**Задачи дисциплины** заключаются в развитии следующих знаний, умений и навыков студентов:

- изучить основы теории потребностей человека и методами их удовлетворения;
- изучить структуру и классификации потребностей человека;
- рассмотреть место и роль сервиса в удовлетворении человеческих потребностей;
- освоить методологические подходы к человеку в сфере недвижимости и коммунальной инфраструктуры в зависимости от психологического своеобразия потребителя и личностных проявлений профессионала в сервисной деятельности;
- изучить процесс принятия потребительских решений;
- систематизировать знания в области организации обслуживания в контактной зоне.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Сервисология» представляет собой важную часть ОПОП по направлению подготовки 43.03.01 Сервис и относится к обязательным дисциплинам вариативной части.

Эта дисциплина имеет логические и методологические взаимодействия с дисциплинами "Менеджмент в сфере услуг", "Маркетинг услуг", "Управлением многоквартирным домом", "Риэлторские услуги", "Экспертиза и диагностика объектов ЖКХ".

Все эти дисциплины формируют схожие компетенции. Изучение программного материала дисциплины «Сервисология» в сочетании и взаимодействии с вышеназванными курсами способствуют формированию у студентов знаний и умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности в сфере недвижимости и коммунальной инфраструктуры.

## **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие общекультурные и профессиональные компетенции:

- ОК-4 – способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
- ОК 5 - способностью к самоорганизации и самообразованию
- ОПК 2 готовность разрабатывать технологии процесса сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя
- ПК-8 способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями
- ПК-9 способностью выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности

В результате освоения данной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования

### **Знать:**

предмет сервисологии; основные понятия сервисологии; классификацию услуг (ОПК-2);

содержание ключевых понятий о потребностях человека, способы и средства удовлетворения потребностей человека сферой обслуживания, существенные характеристики сервисологии как науки (ОПК-2, ПК - 9);

теории потребностей, виды потребностей, классификации потребностей (ПК - 9);

мотивацию потребителя, психологические типы потребителей, особенности обслуживания потребителей с учетом их темперамента, характера, типологии (ОК-5, ОПК-2);

понятия сервисной культуры (ОПК-2, ОК-5);

теорию обслуживания, социальное, культурное значение потребностей в жизнедеятельности человека, возможности использования в диверсификации сервисной деятельности этнокультурных, исторических и религиозных традиций (ПК - 8);

основные потребности и психофизиологические возможности человека, их взаимосвязь с социальной активностью человека роли сервиса в формировании и развитии потребностей человека (ПК - 9);

особенности инновационных технологий удовлетворения потребностей человека, способы и средства оказания услуг, способы практического применения знаний в области сервисной деятельности, факторы внешнего и внутреннего влияния на потребителя, процесс принятия потребительских решений (ОПК - 2, ПК - 9)

**Уметь:**

развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя, учитывать роль социально значимых процессов и явлений, системы ценностей, особенностей общественно-политической жизни в процессе создания оптимальной инфраструктуры обслуживания потребителей услуг, анализировать способы создания новых моделей обслуживания потребителей (ОК-4, ОПК -2, ПК - 9);

оценивать природные и социальные факторы, разновидности услуг и их характеристику, теорию обслуживания, понимать социальное и культурное значение и роль потребностей в жизнедеятельности человека, применять основные законы сервиса, принципы, методы и категории (ПК - 8);

выявлять социально-психологические особенности человека как носителя тех или иных потребностей, оценивать психические, физиологические особенности человека, социальную значимость потребителей (ПК - 9)

**Владеть:**

навыками самостоятельного анализа ведущих мотивов и потребностей, влияющих на специфику организации обслуживания потребителей (ОПК - 2)

навыками изучения социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов (ОК-5, ПК - 8);

способностью применения социальных практик сервиса, их вариативностью для удовлетворения потребностей клиента (ПК - 8);

способностью к обобщению и восприятию опыта развития социальных практик сервиса в России и за рубежом (ПК - 9)

навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами, методами выявления потребностей человека, определения их значимости в иерархии ценностей личности (ПК - 9)

#### **4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Максимальная учебная нагрузка по данной дисциплине составляет 180 часов. Из них: количество аудиторных часов 54 из них: 18 часов лекционных занятий, 36 часов практических занятий. Количество часов, отводимое на самостоятельную работу студентов, составляет 81 час. Итоговая аттестация по предмету экзамен (45 часов) Общая трудоемкость дисциплины составляет 180 часов или 5 зачетных единиц.

### Тематический план курса

#### 3 семестр

№	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Объем учебной работы с применением интерактивных методов (в часах / %)	Форма текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
				Лекции	Практические	Лабораторные работы	Контрольные	СРС			
1.	Тема 1. Сервисология как наука	3	1-4	4	6			12		6 /60 %	
2.	Тема 2. История развития сервисологии	3	4-5	2	4			12		4 /66 %	1 ретинг-контроль
3.	Тема 3. Потребности человека и их классификация	3	6-9	4	6			14		6 /60 %	
4.	Тема 4. Мотивационная структура поведения личности	3	9-12	2	6			14		4 /50 %	2 ретинг-контроль
5.	Тема 5. Модели принятия потребительских решений	3	13-16	2	6			12		6 /75 %	
6.	Тема 6. Сервис как сфера обслуживания	3	17-18	4	8			17		8 /66 %	3 ретинг-контроль
<b>ИТОГО</b>		3	18	36				81		34/62	Экзамен 45

## **Содержание дисциплины**

### **Тема 1. Сервисология как наука.**

Сервисология как наука—цели и задачи. Основные понятия сервисологии: человек, нужда, потребность, товар, услуга, обслуживание. Классификация услуг.

Философская антропология. Комплексный подход к исследованию человека. Индивидуальные и групповые характеристики человека как основа запросов человека.

Натуралистическая теория происхождения человека. Концепция Дарвина о происхождении человека. Сущность человека, его отличительные черты.

Экономика как сфера удовлетворения потребностей человека. Сервисная деятельность как социально-экономическая деятельность.

Сервисная культура.

### **Тема 2. История формирования и развития сервисологии**

Психологические и психолого-педагогические теории мотиваций. Креационистская, психоаналитическая (З.Фрейд, Г.Юнг, А.Адлер), гештальт-теория, гуманистическая психологическая теория человека.

Формирование и развитие теории маркетинга на основе психологических теорий мотиваций, как первый этап сложения сервисологии. А.Маслоу и его концепция иерархии потребностей.

Инфраструктура, исследование производственной и непроизводственной инфраструктуры. Экономические и социологические исследования инфраструктуры и инфраструктурного производства как системы выявления и удовлетворения потребностей человека.

Появление термина "Сервисология" Направление исследований в области сервисологии в РФ на рубеже 20-21 веков

### **Тема 3. Потребности человека и их классификация**

Потребности человека и их классификация. Теории потребностей. Мотивация индивидуального потребления. Общая характеристика мотивационно-потребностной сферы человека. Потребительские ценности и потребительское поведение Проблема классификации потребностей и мотивов. Биологические и социальные потребности. Материальные и духовные потребности. Индивидуальные и общественные потребности. Рутинные и творческие потребности. Физиологические потребности. Потребность в безопасности. Потребность в любви. Потребность в уважении. Потребность в смысле жизни и самоактуализации

### **Тема 4. Мотивационная структура поведения личности**

Мотив, мотивация, мотивационный процесс.

Мотивационная сфера личности. Характеристики мотивационной сферы: широта, гибкость, иерархизированность.

Основные виды мотивации: мотивация общения, мотивация власти, мотивация помощи, мотивация самосовершенствования, мотивация учебной и профессиональной деятельности. Диспозиционная мотивация. Ситуационная мотивация. Сознательная и бессознательная мотивация.

Проблемы противоречий личных и общественных потребностей. Политические, социально-культурные, социально-экономические и религиозные противоречия мотивов и мотивации поведения человека. Последствия внутриличностного конфликта мотивов.

### **Тема 5. Модели принятия потребительских решений**

Основные подходы к исследованию людей как потребителей. Покупатели и потребители. Типы личности и потреблению. Самосознание потребителя. Установки и поведение потребителя. Индивидуальные и социальные факторы потребительского выбора.

Культура и потребительское поведение: влияние культуры и субкультуры на восприятие, антропология в маркетинге субкультуры и потребительские предпочтения.

Модели принятия потребительских решений. Процесс и совершение покупки. Осознание проблемы, поиск информации, оценка альтернативы, процессы, следующие за покупкой.

Реклама, убеждения, манипуляции общественным сознанием.

#### **Тема 6. Сервис как сфера обслуживания**

Сервис и сервисная деятельность. Структура сервисной деятельности и удовлетворение потребностей. Классификация видов сервиса. Методы удовлетворения потребностей сферой сервиса. Услуга как полезное действие и её социальная роль. Сфера услуг и особенности ее функционирования. Индивидуальное обслуживание как сфера профессиональной деятельности. Качество услуг, ожидания потребителей и их удовлетворение.

Понятие контактной зоны. Физические характеристики контактной зоны.

Потребительские предпочтения и причины их возникновения.

### **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий.

Пример использования основных активных и интерактивных методов в лекционных и практических занятиях (аудиторные занятия) (общее количество 36 часов за один семестр) по разделам

Раздел	Метод (форма)	Общее Количество часов (по разделам)
<b>Сервисология как наука</b>	Лекции с применением информационно-коммуникационные технологии. Работа в малых группах	6
<b>История развития сервисологии</b>	Лекционные, семинарские занятия с применением информационно-коммуникационных технологий (мультимедиа презентация). Работа в малых группах. Семинар.	4
<b>Потребности человека и их классификация</b>	Лекции с применением информационно-коммуникационные технологии. Работа в малых группах	6
<b>Мотивационная структура поведения личности</b>	Лекционные, семинарские занятия с применением информационно-коммуникационных технологий (мультимедиа презентация). Работа в малых группах. Семинар.	4
<b>Модели принятия потребительских решений</b>	Лекции с применением информационно-коммуникационные технологии. Работа в малых группах	6
<b>Сервис как сфера обслуживания</b>	Лекционные, семинарские занятия с применением информационно-коммуникационных технологий (мультимедиа презентация). Работа в	8

малых группах. Семинар.

Основные виды учебной работы по дисциплине «Сервисология»: проблемные лекции, лекции и практические занятия с применением ИКТ, лекция – дискуссия активные методы проведения занятий, занятия за круглым столом, обучение с широким использованием ситуационных задач.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 20 % аудиторных занятий (определяется требованиями ФГОС с учетом специфики ОПОП). Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов составляют 62 % аудиторных занятий (определяется соответствующим ФГОС).

При чтении лекций следует широко использовать разнообразные наглядные учебные пособия (раздаточный материал) и презентационный материал. Ряд лекционных и практических занятий предполагает совмещение тех или иных методов, как правило, это проблемная лекция с применением методов ИКТ.

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся, в учебном процессе должны широко использоваться активные и интерактивные формы проведения практических занятий в том числе: семинары в диалоговом режиме, дискуссии (в том числе – групповые), др.

**Самостоятельная работа** студентов подразумевает работу под руководством преподавателей (консультации и помочь при выполнении практических заданий, подготовки презентационных материалов) и индивидуальную работу студента с ПК и в сети INTERNET (разработка индивидуальных электронных портфолио, мультимедиа презентации), а также работу научной библиотеке ВлГУ и в областной научной библиотеке.

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

Основным оценочным средством текущего контроля успеваемости является рейтинг контроль. Всего по дисциплине проводиться 3 рейтинг-контроля.

### **Первый рейтинг-контроль.** Тестовые задания.

#### **Сервис — это:**

1. это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг;
2. любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой;
3. предпродажное и гарантинное обслуживание.

#### **3. Сервисная деятельность – это:**

1. активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
2. управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
3. продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

#### **4. Услуга обладает следующими качествами:**

1. способность к хранению и транспортировке;
2. неотделимость от своего источника;
3. неизменностью качества.

#### **5. Профессиональные услуги оказывают:**

1. развлекательные учреждения;
2. организации общественного питания;
3. рекламные компании.

**6. Общественными услугами являются:**

1. телевидение, радио, образование;
2. услуги, связанные с досугом;
3. услуги, связанные с транспортом.

**7. Материальные услуги направлены на:**

1. формирование отдельных требований потребителей;
2. удовлетворение материальных потребностей;
3. удовлетворение духовных потребностей.

**8. Непроизводственные услуги – это:**

1. транспортировка грузов;
2. техническое обслуживание оборудования;
3. услуги здравоохранения, культуры.

**9. К некоммерческим услугам относят:**

1. услуги предприятий туризма и отдыха;
2. услуги организаций общественного питания;
3. услуги благотворительных фондов.

**10. Достижение счастья через самоограничение, через презрение к материальным благам наиболее ярко продемонстрировал своим образом жизни...**

- A. Сократ  
B. Платон  
V. Диоген  
Г. Эпикур

**11. Кто глубоко исследовал проблему зависимости потребностей человека от конкретно-исторических условий**

- A. Гегель  
Б. Гольбах  
V. Марк и Энгельс  
Г. Руссо

**12. Осознанная потребность и влечеие к чему-либо определенному это –**

- A. Желание  
Б. Стремление  
V. Влечеие

**13. Присущая индивиду уверенность в себе, настороженность, влиятельность, привязанность, независимость, агрессивность, непостоянство, выдержанность, почтительность, стремление к успеху, властолюбие, характеризуют**

- A. меру поведения  
Б. роль в жизни  
V. образ жизни  
Г. тип личности

**Второй рейтинг-контроль.**

1. Объясните, какие типы услуг помогут потребителю удовлетворить каждый уровень потребностей в иерархии потребностей по А. Маслоу.
2. Какие факторы влияют на появление наших потребностей в услугах.
3. Какие источники информации наиболее эффективны, используемые для потенциального клиента для принятия решения о покупке.
4. Назовите основные психологические факторы, субъективно обуславливающие единоличное принятие решения деловых физических лиц и институциональных структур.
5. Охарактеризуйте взгляды на человека в современной философии.

6. Расскажите о смыслоориентированном направлении в философской антропологии.

7. Осветите проблему сущности и существования человека.

8. Охарактеризуйте деятельностную сущность человека, предметность и субъектность деятельности.

9. Охарактеризуйте понятие личности как социального субъекта.

10. Охарактеризуйте взгляд на современного человека с позиции рыночной типологии.

11. Проведите сравнительную характеристику позитивных и негативных сторон личности.

### **Третий рейтинг-контроль подготовка доклада**

#### **Примерная тематика докладов**

*(может быть расширена с учетом интересов студентов)*

1. Роль услуг в современном обществе

2. Производственные услуги

3. Непроизводственные услуги

4. Потребности в концепции психоанализа

5. Методы формирования потребностей

6. Методы выявления потребностей

7. Формирование и развитие феномена потребительского общества

8. Сервисная экономика

9. Методы контроля качества услуг

10. Интеллектуальный капитал в сервисе

11. Договор и сделка в сервисе

12. Особенности восточной деловой культуры

13. Особенности европейской деловой культуры

14. Особенности американской деловой культуры

15. Особенности российской деловой культуры

#### **Требования к оформлению презентации**

Текст доклада должен быть набран в текстовом редакторе MS WORD, общее количество страниц печатного текста - не менее 4, Times New Roman 14, интервал, 1,5.

Доклад должна иметь титульный лист с наименованием ВУЗа, кафедры, темы презентации работы, ФИО студента и преподавателя; места написания и года.

Страницы должны быть пронумерованы; обязательны правильно оформленные постраничные сноски или внутри текста.

При использовании источников следует в сноске или ссылке указываться источник заимствования.

### **Самостоятельная (внеаудиторная) работа студентов (общее количество 81 час.)**

1. Общность и различие социальной сущности и биологической природы человека

2. Классические научные идеи духовно-культурной деятельности - философского, религиозного, культурного творчества социоприродных измерений человека.

3. Русская философия о человеке, его происхождении, сущности и предназначении.

4. Человек как микрокосм в соотношении с макрокосмом в античной культуре.

5. Человек и Бог в Средневековье: формирование самосознания.

6. Гуманизм и антропоцентризм эпохи Возрождения как основа формирования личностной индивидуальности.
7. Природа человека в творчестве мыслителей эпохи Нового времени.
8. Исследование субъектности человека классиками немецкой школы.
9. Система атрибутов бытия человека.
10. Социальная сущность человека.
11. Свобода как атрибут человека
12. Доминирующие потребности в различные возрастные периоды.
13. Творчество человека (религиозное, культурное, духовное)
14. Теория Э. Фромма об экзистенциальных потребностях человека
15. Проблемы свободы личности в философии Н.А. Бердяева
16. Концепция потребностей у Демокрита и Эпикура
17. Концепция человека и его потребности в философии Гегеля и Маркса
18. Взаимосвязь ментальности личности и системы потребностей
19. Русский национальный менталитет и специфические социальные потребности
20. Взаимосвязь материальных, духовных и социальных потребностей
21. Культура и ценности. Субкультуры. Воздействие культуры на поведение потребителей.
22. Мода как один из факторов, влияющих на поведения потребителей.
23. Сущность и варианты потребительского выбора. Воспринимаемые риски покупателей.
24. Процесс осознания потребности потребителем
25. Воздействие рекламных обращений на поведение потребителей

#### **Вопросы экзамена**

1. Сервисология как наука: цели и задачи.
2. Комплексный подход к исследованию человека. Индивидуальные и групповые характеристики человека как основа запросов человека.
3. Натуралистическая теория происхождения человека. Концепция Дарвина о происхождении человека. Сущность человека, его отличительные черты.
4. Экономика как сфера удовлетворения потребностей человека.
5. Сервисная деятельность как социально-экономическая деятельность.
6. Сервисная культура.
7. Формирование и развитие теории маркетинга на основе психологических теорий мотиваций, как первый этап сложения сервисологии. А.Маслоу и его концепция иерархии потребностей.
8. Инфраструктура, исследование производственной и непроизводственной инфраструктуры.
9. Экономические и социологические исследования инфраструктуры и инфраструктурного производства как системы выявления и удовлетворения потребностей человека.
10. Появление термина "Сервисология" Направление исследований в области сервисологии в РФ на рубеже 20-21 веков
11. Основные виды мотивации: мотивация общения, мотивация власти, мотивация помощи, мотивация самосовершенствования, мотивация учебной и профессиональной деятельности. Диспозиционная мотивация. Ситуационная мотивация. Сознательная и бессознательная мотивация.
12. Проблемы противоречий личных и общественных потребностей. Политические, социально-культурные, социально-экономические и религиозные противоречия мотивов и мотивации поведения человека. Последствия внутриличностного конфликта мотивов.
13. Основные подходы к исследованию людей как потребителей. Покупатели и потребители.

14. Индивидуальные и социальные факторы потребительского выбора.
15. Культура и потребительское поведение: влияние культуры и субкультуры на восприятие, антропология в маркетинге субкультуры и потребительские предпочтения.
16. Модели принятия потребительских решений. Процесс и совершение покупки. Осознание проблемы, поиск информации, оценка альтернативы, процессы, следующие за покупкой.
17. Реклама, убеждения, манипуляции общественным сознанием.
- 18.** Сервис и сервисная деятельность. Структура сервисной деятельности и удовлетворение потребностей.
19. Классификация видов сервиса.
20. Индивидуальное обслуживание как сфера профессиональной деятельности Качество услуг, ожидания потребителей и их удовлетворение.
21. Понятие контактной зоны. Физические характеристики контактной зоны.
22. Потребительские предпочтения и причины их возникновения.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ** **Основная литература**

1. Мальшина Н.А. Сервисология. Потребности человека [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Мальшина Н.А., Ермакова Н.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 144 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62607.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Инновации в сервисе. Использование инфографии [Электронный ресурс]: учебное пособие/ В.О. Чулков [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: СОЛОН-ПРЕСС, 2014.— 124 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/26916.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Ермакова Н.И. Психодиагностика [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Ермакова Н.И., Перепелкина Н.О., Мутавчи Е.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018.— 224 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72995.html>.— ЭБС «IPRbooks»

### **Дополнительная литература**

1. Таранова И.В. Сервисология [Электронный ресурс]: учебник/ Таранова И.В., Трухачев А.В.— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, АГРУС, 2013.— 296 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47350.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Удальцова, М.В. Сервисология. Че-ловек и его потребности [Текст] : учебное пособие / М.В. Удальцова, Е.В. Наумова. - 2-е изд., стереотип. - Москва : Омега-Л, 2012. - 105 с.
3. Тётушкин, В.А. Сервисная деятельность: основные понятия и современные проблемы (региональный аспект) [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.А. Тётушкин; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 125 с.
4. Барабанщиков В.А. Лицо человека как средство общения [Электронный ресурс]: междисциплинарный подход/ Барабанщиков В.А., Белопольская Н.Л., Виссарионова В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Когито-Центр, 2012.— 348 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15263.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Коноплева, Н.А. Сервисология [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2013. — 248 с.

### **Интернет ресурсы**

1. Philosophy.ru [Электронный ресурс]: философский портал. – Режим доступа: <http://www.philosophy.ru>.

2. <http://www.iprbookshop.ru/> - электронная библиотечная система IPRbooks

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «СЕРВИСОЛОГИЯ»**

*Лекционные аудитории* должны быть оборудованы должны быть оборудованы мультимедийными системами, компьютерами (ноут-бук), экраном.. Аудитория 103-5, 305-5.

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины использованы:

Электронные мультимедийные средства обучения мультимедиа презентации подготовлены по всем разделам курса: включающие диаграммы, схемы, таблицы, фотоматериалы, иллюстрации.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС  
ВО по направлению 43.03.01 Сервис  
Профиль "Сервис недвижимости и коммунальной инфраструктуры"

Рабочую программу составил  
кандидат педагогических наук, Суханова К.А. *Суханова*

Рецензент  
(представитель работодателя) *Евгений Макроуков В.Р.*, генеральный директор НКО  
подпись) *ФИО, место работы, должность, ФИО,*  
*ФИО, к.т.н.*

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры *ТиС*  
Протокол № 1 от 1.09.2017 года  
Заведующий кафедрой *Ольга Гунево 1.Г.*  
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии  
направления 43.03.01 Сервис  
Протокол № 1 от 5.09.17 года  
Председатель комиссии *Макроуков О.Р.*  
(ФИО, подпись)