

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное агентство по образованию РФ

Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса

Н.А. КОНОПЛЕВА

СЕРВИСОЛОГИЯ

Учебная программа курса

по специальностям

10010365 (230500) «Социально-культурный сервис и туризм»

10011065 (230600) «Домоведение»

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2009

Учебная программа по дисциплине «Сервисология» составлена в соответствии с требованиями ГОС ВПО РФ.

Предназначена студентам по специальностям 10010365 (230500) «Социально-культурный сервис и туризм» и 10011065 (230600) «Домоведение».

Составитель: Н.А. Коноплева, канд. культурологии, доцент, проф. кафедры СМ.

Утверждена на заседании кафедры СМ.

Рекомендована к изданию УМК ИСМД ВГУЭС.

© Издательство Владивостокский
государственный университет
экономики и сервиса, 2009

ВВЕДЕНИЕ

Курс «Сервисология» (Человек и его потребности) является базисным для изучения цикла дисциплин, связанных с сервисной тематикой. Менеджеры и профессионалы в сфере услуг в современной российской культуре столкнулись с необходимостью повышения качества сервиса и удовлетворения потребностей клиентов на высоком уровне. Вместе с тем своеобразие услуг: их неосвязаемость, несохраняемость, неотделимость от источника, непостоянство качества создают значительные проблемы для менеджеров в сервисной деятельности. Маркетинговая система в данной сфере должна опираться не только на исследование рынка, рекламу, продвижение услуги, но, прежде всего, на понимание человека, его потребностей и психологические закономерности их мотивации и удовлетворения.

Дисциплина дает студентам понимание человека как индивида, как личности – носителя определенных ролей и субъекта общественно-исторической деятельности, как индивидуальности. Комплексный подход исследования человека как целостности дает представления о нем как социально-природном существе.

В результате изучения дисциплины будущие менеджеры и специалисты по социально-культурному сервису и туризму приобретут компетенции по работе с людьми различных психологических типов, построению коммуникаций с учетом выявленных у клиента (персонала, представителей других организаций и бизнес сообществ) потребностей, ценностных ориентаций и мотивов. Разовьют компетенции по вхождению в контакт, налаживанию взаимоотношений, пониманию людей на основе вербальных и невербальных характеристик общения.

Кроме того, они приобретут знания и навыки работы с возражениями и сопротивлениями клиентов, научатся мотивировать клиентов с учетом выявленных при взаимодействии с ними внешних и внутренних мотивационных факторов, создавать успешный имидж своего товара и услуги, презентовать себя, свой товар, успешно продвигать их и реализовывать.

Также в результате изучения дисциплины будут приобретены и развиты личностные компетенции по умению получать и анализировать информацию, прогнозировать и предвидеть ситуации, принимать решения в неопределенных ситуациях, подчиняться требованиям и нормам других людей, принимать решения с учетом ситуации, а также психологических особенностей клиентов.

В учебном курсе изучается система потребностей, их формирование, динамика и основные классификации. Значительное место в курсе отводится взгляду на человеческие потребности, мотивацию деятельности в аспекте современных психологических и психоаналитических знаний. Прослежены место и роль сервиса в удовлетворении челове-

ских потребностей; методические подходы к человеку в сфере сервиса в зависимости от психологического своеобразия потребителя и личностных проявлений профессионала в сервисной деятельности. Изучаются условия обеспечения оптимальной инфраструктуры обслуживания с учетом природной и социальной сущности человека.

Проблемная область материала, излагаемого в курсе, возникает на пересечение ряда направлений научной мысли и учебных дисциплин: философия, философская антропология, теология, социальная психология, психология (воли, мотивации и мотивов, личности), социальный менеджмент, этикет и др.

Учебная программа соответствует Государственному образовательному стандарту Высшего профессионального образования.

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

1.1. Цели и задачи изучения дисциплины

Учебный курс «Сервисология» разработан и читается студентам сервисных специальностей с целью повышения их гуманитарной подготовки. Одно из основных средств гуманитаризации образования – это ориентировка обучения на понимание человеческой личности, ее потребностей и мотивацию деятельности.

Цель курса: формирование у студентов знаний о человеке, его сущности и потребностях, методах удовлетворения потребностей индивида и общества, способах подходов к потребителю в сфере услуг, изучение места и роли сервиса в удовлетворении человеческих потребностей, на освоение методических подходов к человеку в сфере сервиса.

Проблема человеческих потребностей раскрывается с философских, психологических, социологических, экономических и других позиций, что придает курсу интеграционный характер и позволяет студентам синтезировать полученные ранее знания в гуманитарной области.

Программа построена таким образом, что, прежде всего, рассматривается понимание человека в философской антропологии в исторической ретроспективе, прослеживается феномен человека как природного и социального существа. В дальнейшем подробно рассматривается проблема потребностей, мотивационные аспекты человеческой деятельности, изучаются потребности как внутренний побудитель активности человека, как способ удовлетворения нужды, как ценность, как состояние, как системная реакция, прослеживаются способы и средства удовлетворения потребностей. Исследуются современные психологические теории личности в аспекте потребностей индивида. Изучается сервис как система услуг, направленная на удовлетворение человеческих потребностей, факторы, влияющие на поведение потребителя и работника сферы услуг, особенности функционирования сферы услуг. Рассматривается психологическая культура сервиса. Изучаются основные классификации услуг. Подробно изучается модель поведения потребителя с учетом влияния внешних и внутренних факторов: культурных, социальных, личностных, экономических и психологических.

Изучение дисциплины предусматривает решение ряда образовательных задач:

- Изучить предмет и объект сервисологии.
- Приобрести понимание необходимости системного подхода к проблеме сущности человека.
- Изучить человека как индивида, как личность – носителя определенных ролей и субъекта общественно-исторической деятельности.
- Овладеть знаниями по пониманию человека и его потребностей в исторической ретроспективе.

- Приобрести компетенции понимания потребностей человека в аспекте современных психологических теорий личности.
- Исследовать систему потребностей человека, их динамику и формирование.
- Изучить структуру и классификации потребностей.
- Приобрести компетенции по мотивации потребителя с учетом психологических разновидностей, особенностям обслуживания потребителя с учетом их темперамента, характера, типологии.
- Научиться соотносить свои личностные характеристики с психологическим своеобразием потребителя.
- Владеть знаниями по влиянию социокультурных, экономических, психологических факторов на поведение потребителя в процессе принятия решения.
- Стать компетентными в вопросах анализа типологии потребителей и построении подходов к ним в процессе сервисной деятельности.
- Изучить сервис как сферу услуг. Сущность и классификацию услуг.
- Освоить методики исследования социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере.
- Приобрести компетенции по выявлению ценностных ориентаций личности.

1.2. Совокупность компетенций, приобретаемых при изучении курса

Компетентность в сфере Сервисологии особенно важна для специалистов, в условиях динамично развивающегося рынка услуг. Дисциплина способствует приобретению знаний и навыков обслуживания клиентов, компетенций по работе с людьми различных психологических типов, построению коммуникаций с учетом выявленных у клиента (персонала, представителей других организаций и бизнес сообществ) потребностей, ценностных ориентаций и мотивов. Знание данного учебного курса, навыки и умения, приобретенные в процессе его изучения способствуют развитию компетенций по вхождению в контакт, налаживанию взаимоотношений, пониманию клиентов на основе вербальных и невербальных характеристик общения. Кроме того, студенты приобретают опыт работы с возражениями и сопротивлениями клиентов, их мотивирования с учетом выявленных при взаимодействии с ними внешних и внутренних мотивационных факторов, создания успешного имиджа своего товара и услуги, презентации себя, товаров и услуг, успешному продвижению их и реализации.

Итак, изучение дисциплины способствует формированию у студентов следующих компетенций:

- рассмотрение человека во всех аспектах его существования: как индивида, как личности – носителя определенных ролей и субъекта общественно-исторической деятельности;

- оценивать динамику становления знаний о человеке и его потребностях в исторической ретроспективе;
- использовать информационные способности в анализе структуры и классификации потребностей человека;
- формировать систему потребностей человека, динамику и особенности формирования;
- анализировать структуру и классификацию потребностей человека;
- применять методические подходы к человеку в сфере сервиса в зависимости от психологического своеобразия потребителя и личностных проявлений профессионала в сервисной деятельности;
- использовать психодиагностические методики, направленные на выявление выраженности различных потребностей личности;
- использовать методики диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере;
- использовать психодиагностические методики: «Ценностные ориентации» М. Рокича, «Диагностика мотивационной структуры личности»;
- применять практические умения работы с возражениями и сопротивлением клиентов;
- уметь работать с клиентами различных этнических групп.

1.3. Объем и сроки изучения курса

Объем курса составляет 100 часов, из них 51 час аудиторных: 32 часа лекционных и 17 часов практических занятий, кроме того, часть теоретического материала студенты осваивают самостоятельно, а также осваивают ряд психодиагностических методик по анализу мотивационно – потребностной сферы человека.

1.3.1. Практические занятия

Проводятся в объеме 17 часов. На занятиях студенты дискутируют в объеме лекционного и изучаемого самостоятельно материала, проводят реферативные сообщения по избранным темам, анализируют результаты психодиагностических методик.

1.4. Виды текущего, промежуточного контроля знаний студентов по дисциплине и способы их проведения

Текущий контроль: проводится письменный опрос студентов по заданным темам. Контролируются индивидуальные домашние задания по изучаемым психодиагностическим методикам.

Промежуточный контроль: проводится в виде экзамена в форме электронного тестирования с учетом изученного теоретического материала и практических исследований.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Перечень тем лекционных занятий

Тема 1. Введение в предмет. Предмет и задачи сервисологии.

Человек как смысловая модель мира

В лекции дается понятие о сервисе, предмете и объекте исследования дисциплины. Прослеживается развитие представлений о человеке в философской антропологии. Отмечается проблема уникальности человека, роль философии в комплексном изучении человека.

Тема 2. Системный подход к проблеме сущности человека и его потребностей

В лекции дается понятие о человеке, рассматривается структурная характеристика подходов к сущности человека.

Прослеживается взгляд на человека и его потребности в исторической ретроспективе:

Философы древнего мира и Средневековья о человеческих потребностях (Гераклит, Демокрит, Ксенофонт, Аристотель, Платон, Сократ, Протагор, Эпикур, гедонизм Аристипа, антигедонизм Сенеки). Древнеиндийская философия (Веды и Упанишады), философия древнего Китая (Конфуций).

Средневековые философы – теологи Августин, Фома Аквинский.

Философы Нового Времени и мыслители Просвещения о природе и сущности потребностей. Новое Время (Ф. Бэкон, Т. Гоббс, этическое учение Д. Локка). Просветители второй половины 18 века (Монтескье, Вольтер, Руссо, Гольбах).

Буржуазная классическая политэкономия о потребностях и потреблении (А. Смит, Д. Рикардо).

Немецкая классическая философия и вопросы потребностей (И. Кант, идеалистическая философия Гегеля, Людвиг Фейербах: содержание и функции потребностей).

Русские мыслители о потребностях человека (М.В. Ломоносов, Н.Г. Чернышевский и др.).

Рассматриваются конкурирующие установки: теоцентризм, логоцентризм, социоцентризм, антропоцентризм.

Тема 3. Философская антропология и современные науки о человеке.

Проблема человеческого бытия

Исследуется уникальность человека, прослеживается роль философии в комплексном изучении человека, рассматривается место человека в иерархии живых существ, дуальность его природы.

Прослеживается единство биологического и социального в человеке, происхождение человека. Дуальность природы человека. Религиозные интерпретации антропогенеза.

Изучается проблема человеческого бытия в современной философии (экзистенциальная антропология, структурная антропология, систематическая антропология, религиозная антропология).

***Тема 4. Человек как индивид и личность.
Нравственная и духовная сущность человека***

Изучается характеристика человека как индивида, как субъекта социальных отношений и сознательной деятельности. Рассматривается человек как личность в процессе игранья ролей и становления своей сущности. Изучается нравственно-духовная сущность человека.

Рассматривается человек в поисках смысла своего существования, в поисках красоты (эстетическое измерение человеческого бытия), в поисках добра (этическое измерение человеческого бытия), в поисках истины.

Тема 5. Современные психологические теории личности и потребностей человека. Основные положения, касающиеся природы человека

Прослеживается взгляд на человека у ряда современных психологов, отмечается многообразие значений понятия личности в психологии. Рассматриваются общие положения понятия.

Исследуются основные компоненты теорий личности (структура, мотивация, развитие, здоровье).

Рассматриваются основные положения, отражающие фундаментальные различия на природу человека у ряда персонологов.

Тема 6 Психодинамическое направление теории личности и потребности человека.

Потребности как реализация человеческих влечений.

Индивидуальная теория личности А. Адлера.

Стремление к превосходству как мотивация активности человека

В лекции рассматривается психоаналитический взгляд на человека, его природу и потребности у З. Фрейда. Теория мотивации личности по З. Фрейду.

Прослеживается взгляд на человека у А. Адлера. Понятие о комплексе неполноценности, жизненном стиле личности, стремлении к превосходству и социальном интересе. Изучаются выделяемые Адлером типологии личности («Реальная компенсация», «Псевдокомпенсация», «Не-нужные», «Пустые делатели добрых дел»), прослеживаются их характеристика и потребности.

Тема 7. Аналитическая теория личности К.Г. Юнга.

Эго психология Э. Эриксона

Рассматривается взгляд Юнга и Эриксона на природу человека. Прослеживается типология личности у К.Г. Юнга. Изучается взгляд Юнга на становление человеческой самости, на индивидуацию как по-

ребность человека в становлении, самосовершенствовании, реализации «Я».

Изучается человек как социальное существо у Э.Эриксона, рассматриваются потребности человека в различные возрастные периоды. Прослеживается потребность человека в личностном росте.

Тема 8. Гуманистическая теория личности Э. Фромма. Экзистенциальные потребности человека

Изучается личность как продукт взаимодействия между врожденными потребностями и давлением социальных норм и предписаний.

Исследуются экзистенциальные потребности человека (потребность в установлении связей, потребность в преодолении, потребность в укоренности, в идентичности, в системе взглядов, ценностей и преданности).

Социальные типы характера по Фромму: продуктивные и непродуктивные ориентации характера.

Тема 9. Социокультурная теория личности К. Хорни

Взгляд К.Хорни на человека в аспекте культурного своеобразия. Базисные потребности человека (потребность в удовлетворении и в безопасности). Десять невротических потребностей человека.

Типология личности у К. Хорни (ориентация на людей – уступчивый тип, ориентация от людей – обособленный тип, ориентация против людей – враждебный тип).

Тема 10. Диспозициональное направление в теории личности

Изучаются взгляды на человека у Г. Олпорта, Р. Кеттела, Г. Айзенка. Рассматривается потребность человека в личностном росте, исследуется индивид как развивающаяся система.

Тема 11. Социально-когнитивное направление в теории личности (Д. Роттер)

Рассматривается человек во взаимодействии с другими людьми, в реализации целей.

Изучаются шесть категорий потребностей человека (потребность в признании и компетентности, в защите, в доминировании, в независимости, любви и привязанности, в физическом комфорте). Компоненты потребностей у Роттера.

Тема 12. Гуманистическая теория личности А. Маслоу

Прослеживаются основные принципы гуманистической психологии. Взгляд А. Маслоу на человека.

Мотивация и иерархия потребностей: физиологические потребности, потребность в безопасности и защите, в принадлежности и любви (дефицитарная и бытийная любовь), потребность в самоуважении и уважении другими людьми, потребность в самоактуализации. Дефицитарная мотивация и мотивация роста. Метапотребности по Маслоу.

Тема 13. Направленность личности

Изучаются мотивация и мотивы активности человека. Мотивационная сфера и мотивационные свойства личности. Рассматриваются основные взгляды на данные понятия. Прослеживаются установки, идеалы, склонности, привычки человека. Изучаются основные подходы к понятию: потребность. Рассматривается потребность как побудитель активности человека, как нужда, предмет ее удовлетворения, как отсутствие блага, как ценность, как состояние. Потребностные отношения человека.

Тема 14. Содержание понятия потребности. Классификация

Изучается потребность как системная реакция. Дается определение потребности. Исследуется структурный анализ системы потребностей, основные классификации.

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. Способы удовлетворения духовных потребностей.

Социальные потребности. Потребность в общении, самоутверждение в коллективе, в обществе. Потребность в обретении власти.

Разумные потребности.

Возвышенные потребности.

Извращенные потребности.

Информационные потребности.

Рекреационные потребности человека. Представление о рекреационных потребностях. Взаимодействие общественных, групповых и индивидуальных рекреационных потребностей.

Тема 15. Сервисная деятельность и ее профессиональная сущность

Изучается сфера услуг, дается определение, рассматриваются материальные и нематериальные услуги, прослеживаются особенности нематериальных. Изучается классификация услуг по специфике содержания, по видам труда, по характеру распределения общественных фондов потребления, по видам потребления, по формам обслуживания. Рассматриваются услуги в аспекте их качества, изучается культура сервиса. Прослеживается психологическая культура сервиса, рассматриваются типы темперамента клиента и работника сферы услуг, прослеживаются особенности их взаимодействия.

Тема 16. Особенности мотивации потребительской деятельности.

Мотивация потребителя

Прослеживаются особенности рынка сферы услуг, изучаются этапы совершения заказа, факторы, влияющие на принятие решения клиентом. Изучаются социокультурные и психологические факторы, мотивирующие потребителя при принятии решения о покупке товара или услуги. Тактика обслуживания на этапах совершения заказа.

Тема 17. Сервис как система услуг, направленная на удовлетворение человеческих потребностей

Изучается поведение потребителя в процессе принятия решений. Покупательский спрос. Задачи работника сферы услуг на пути продвижения товара и удовлетворения потребностей клиента. Типология потребителя: когнитивный потребитель, независимый потребитель, потребитель – новатор. Модель процесса потребления.

2.2. Перечень тем практических занятий

Занятие 1

Анализ потребностей индивида и личности

Базисные и социальные потребности. Структурный анализ системы потребностей, основанный на человеческих потребностях. (потребность в общении, в одобрении, активности, познавательной деятельности, художественно-эстетическая потребность, культурно – досуговая и др.). Опрос по пройденному теоретическому материалу.

Занятие 2

Психодинамическое направление в теории личности и Индивидуальная психология в понимании человека

Рассматриваются потребности как реализация влечения и человека и стремление к превосходству как мотивация его активности.

Занятие 3

Гуманистическая теория Э. Фромма

Рассматриваются экзистенциальные потребности человека и продуктивные и непродуктивные типы характера. Анализируется рыночный тип человека, его позитивные и негативные характеристики.

Занятие 4

Гуманистическая теория личности А. Маслоу

Изучается взгляд на человека А. Маслоу. Рассматривается иерархия потребностей в «пирамиде» Маслоу.

Занятие 5

Социокультурная теория личности К. Хорни

Рассматриваются невротические потребности, их влияние на потребительское поведение.

Занятие 6

Типологии потребителя. Основные подходы

Рассматриваются этапы процесса продаж. Основные теории, объясняющие потребительское поведение.

Занятие 7

Мотив, мотивация, мотивационный процесс

Рассматриваются внешние и внутренние факторы в мотивации потребительского поведения. Мотивация потребителей с учетом их этнической принадлежности.

Занятие 8

Работа с возражениями и сопротивлением клиентов.

Воронка продаж

Рассматриваются виды возражений: необоснованные, обоснованные, ложные возражения. Схема действий продавца.

3. ПЕРЕЧЕНЬ И ТЕМАТИКА РАБОТ СТУДЕНТОВ ДЛЯ ВСЕХ ФОРМ ОБУЧЕНИЯ

3.1. Тематика самостоятельных работ

1. Сущность мотива. Мотив как потребность, как цель, как побуждение, как намерение.
2. Мотив как устойчивые свойства (личностные диспозиции).
3. Мотив как состояние.
4. Понимание термина мотивация. Мотивационный процесс.
5. Мотивация, обусловленная потребностями личности.
6. Формы организации мотивационного процесса.
7. Индивидуальные особенности мотивации.
8. Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере.
9. Методика «Ценностные ориентации» М. Рокича.
10. Методика «Диагностика мотивационной структуры личности».
11. Особенности клиентурного общения. Типы клиентов.
12. Экспресс диагностика клиента. Невербальные средства диагностики.
13. Психология манипулирования.
14. Знаки внимания как атрибут сервиса
15. Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере (О.Ф. Потемкиной, М. Рокича).
16. Методика диагностике мотивационной структуры личности (В.Э. Мильман), локуса контроля (Дж. Роттер), особенностей личности в общении (Т. Лири).

3.2. Самостоятельные психодиагностические методики

3.2.1. Пример

психодиагностической самостоятельной работы: Диагностика мотивационной структуры личности

Вводные замечания. В структуре личности работника имеются два вида мотивации: производительная и потребительная. Производительная мотивация детерминирует творческое развитие личности и способствует включению человека в социум. Этот вид ценностей ориентирует человека на будущее, в них предпосылки предметного, содержательного развития, как отдельного индивидуума, так и общества в целом. Производительная мотивация, исходя из ее сути, является созидательной, так как способствует порождению общественно значимых материальных и ду-

ховных ценностей. Потребительная мотивация направлена на поддержание жизнедеятельности субъекта и обусловлена его природными потребностями.

Тест выявляет некоторые устойчивые тенденции личности: общую и творческую активность, стремление к общению, обеспечению комфорта, социального статуса и пр.

Задание:

Выскажите свое отношение к 14 утверждениям по каждому из 8 вариантов ответов (а, б, в, г, д, е, ж, з), поставив в соответствующих клетках регистрационного бланка одну из следующих оценок каждого утверждения: "+" – "согласен с этим", "=" – "когда как", "-" – "нет, не согласен", "?" – "не знаю". На всю работу отводится не более 20 минут.

Обработка результатов.

Ответы испытуемого переводятся в баллы:

«+» – 2 балла, «=» – 1 балл, «-» или «?» – 0 баллов.

Баллы суммируются по следующим шкалам: «жизнеобеспечение» (Ж), «комфорт» (К), «социальный статус» (С), «общение» (О), «общая активность» (Д), «творческая активность» (ДР), «социальная полезность» (ОД).

«Ключ к шкалам»:

К шкале «жизнеобеспечение» (Ж) относятся ответы по следующим позициям опросника:

1а, б; 2а; 3а; 4е; 5а; 6з; 8а; 10д; 11а; 12а.

К шкале «комфорт» (К):

2б,в; 3б; 4з; 5б,в; 7а; 9а; 11б, в; 12в.

К шкале «социальный статус» (С):

1е; 2г; 7в, г; 8в, з; 9в, г, е; 10 г; 11д; 12д, е.

К шкале «общение» (О):

1в; 2д; 3в; 4б; 7б, з; 8 б,г; 9д, з; 10а; 11г; 12в.

К шкале «общая активность» (Д):

1г, з; 4а, г; 5з; 6а, б, г; 7д; 9б; 10в; 12з.

К шкале «творческая активность» (ДР):

1ж, з; 2е, ж; 3ж; 4д; 5д, е; 6е; 7е, ж; 8 д, ж; 10ж; 11 з; 12г.

К шкале «социальная полезность» (ОД):

1д; 2з; 3г, д; 4в, ж; 6ж; 8е, 9ж; 10б, е; 11 е, ж; 12ж.

Сумма баллов по шкалам Ж, К, С, О характеризует общежитийскую направленность; сумма баллов по шкалам Д, ДР, ОД характеризует «рабочую» направленность личности.

Затем строятся графики (мотивационные профили), по горизонтали обозначаются шкалы, по вертикали – баллы.

Если у вас наиболее высокие баллы по шкалам Д, ДР, ОД, то выражен «рабочий» мотивационный профиль личности, если у вас наиболее высокие баллы по шкалам Ж, К, С, О, то это свидетельствует о выраженности общежитийского профиля.

Форма 1.

Бланк ответов

Дата _____ Возраст _____

Пол _____ Профессия _____

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14

3.2.2. Текст опросника

«Диагностика мотивационной структуры личности»

1. В своем поведении в жизни нужно придерживаться следующих принципов:

- 1) «время – деньги», нужно стремиться их больше заработать;
- 2) «главное – здоровье», нужно беречь себя и свои нервы;
- 3) свободное время нужно проводить с друзьями;
- 4) свободное время нужно отдавать семье;
- 5) нужно делать добро, даже если это дорого обходится;
- 6) нужно делать все возможное, чтобы завоевать место под солнцем и превосходить других;
- 7) нужно приобретать больше знаний, разбираться в искусстве, чтобы понять причины и сущность того, что происходит вокруг;
- 8) нужно стремиться открыть что-то новое, создать, приобрести, добиться успехов в искусстве.

2. В своем поведении на работе нужно следовать таким принципам:

- 1) работа – это вынужденная жизненная необходимость;
- 2) главное – не допускать конфликтов;
- 3) нужно стремиться обеспечить себя спокойными удобными условиями;
- 4) нужно активно стремиться к продвижению по службе;
- 5) главное – завоевать авторитет и признание;
- 6) нужно постоянно совершенствоваться в своем деле и сверх обязательных требований работы;
- 7) в своей работе всегда можно найти интересное, то, что может увлечь;
- 8) нужно не только увлечься самому, но и увлечь работой других.

3. Среди моих дел в свободное от работы время большое место занимают следующие:

- 1) текущие, домашние;

- 2) отдых, развлечения;
 - 3) встречи с друзьями;
 - 4) общественные дела;
 - 5) занятия с детьми;
 - 6) учеба, чтение необходимой для работы литературы;
 - 7) хобби;
 - 8) подрабатывание денег.
4. Среди моих рабочих дел много места занимают следующие:
- 1) деловое общение (переговоры, выступления, обсуждения и пр.);
 - 2) личное общение (на темы, не связанные с работой).
 - 3) общественная работа;
 - 4) учеба, повышение квалификации, получение новой информации.
 - 5) работа творческого характера;
 - 6) работа, непосредственно влияющая на заработок (сдельная, дополнительная);
 - 7) работа, связанная с ответственностью перед другими;
 - 8) свободное время, отдых, перекуры.
5. Если бы мне добавили дополнительный выходной день, я бы, скорее всего, потратил его на то, чтобы:
- 1) заниматься текущими домашними делами;
 - 2) отдыхать;
 - 3) развлекаться;
 - 4) заниматься общественной работой;
 - 5) заниматься учебой, получать новые знания;
 - 6) заниматься творческой работой;
 - 7) делать дело, в котором чувствуешь ответственность перед другими;
 - 8) делать дело, дающее возможность заработать.
6. Если бы у меня была возможность полностью по-своему планировать рабочий день, я бы стал, скорее всего, заниматься:
- 1) тем, что составляет мои основные рабочие обязанности;
 - 2) общением с людьми по делам (переговоры, обсуждения и пр.);
 - 3) личным общением (разговорами, не связанными с работой);
 - 4) общественной работой;
 - 5) учебой, получением новых знаний, повышением квалификации;
 - 6) творческой работой;
 - 7) работой, выполняя которую чувствуешь ответственность и пользу;
 - 8) работой, за которую можно получить больше денег.
7. Я часто разговариваю с друзьями и знакомыми на такие темы:
- 1) где что можно купить, как хорошо провести время;
 - 2) об общих знакомых;
 - 3) о том, что вижу и слышу вокруг;
 - 4) как добиться успеха в жизни;
 - 5) о работе;
 - 6) о своих увлечениях (хобби);
 - 7) о своих успехах и планах;

8) о жизни, книгах, кинофильмах, политике.

8. *Моя работа дает мне, прежде всего:*

- 1) достаточные материальные средства для жизни;
- 2) общение с людьми, дружеские отношения;
- 3) авторитет и уважение окружающих;
- 4) интересные встречи и беседы;
- 5) удовлетворение непосредственно от самой работы;
- 6) чувство своей полезности;
- 7) возможность повышать свой профессиональный уровень;
- 8) возможность продвижения по службе.

9. *Больше всего мне хочется бывать в таком обществе, где:*

- 1) уютно, хорошие развлечения;
- 2) можно обсудить волнующие тебя вопросы;
- 3) тебя уважают, считают авторитетом;
- 4) можно встретиться с нужными людьми, завязать полезные отношения;
- 5) можно приобрести новых друзей;
- 6) бывают известные, заслуженные люди;
- 7) все связаны общим делом;
- 8) можно проявить и развить свои способности.

10. *Я хотел бы на работе быть рядом с такими людьми:*

- 1) с которыми можно поговорить на разные темы;
- 2) которыми я мог бы передавать свои знания и опыт;
- 3) с которыми можно больше заработать;
- 4) которые имеют авторитет и вес на работе;
- 5) которые могут научить чему-нибудь полезному;
- 6) которые заставляют тебя становиться активнее в работе;
- 7) которые имеют много знаний и интересных идей;
- 8) которые готовы поддержать тебя в разных ситуациях.

11. *К настоящему времени я имею в своей жизни в достаточной степени:*

- 1) материальное благополучие;
- 2) возможность интересно развлекаться;
- 3) хорошие условия жизни;
- 4) хорошую семью;
- 5) возможность интересно проводить время в обществе;
- 6) уважение, признание и благодарность других;
- 7) чувство полезности для других;
- 8) созданное что-то ценное, полезное.

12. *Я думаю, что, занимаясь своей работой, имею в достаточной степени:*

- 1) хорошую зарплату, другие материальные блага;
- 2) хорошие условия для работы;
- 3) хороший коллектив, дружеские взаимоотношения;
- 4) определенные творческие достижения в ней;

- 5) хорошую должность;
- 6) самостоятельность и независимость;
- 7) авторитет и уважение коллег;
- 8) высокий профессиональный уровень.

13. *Больше всего мне нравится, когда:*

- 1) нет насущных забот;
- 2) кругом комфортное, приятное окружение;
- 3) кругом оживление, веселая суета;
- 4) предстоит провести время в веселом обществе;
- 5) испытываю чувство соревнования, риска;
- 6) испытываю чувство активного напряжения и ответственности;
- 7) погружен в свою работу;
- 8) включен в совместную работу с другими.

14. *Когда меня постигает неудача, не получается то, что очень хочу:*

- 1) я расстраиваюсь и долго переживаю;
- 2) стараюсь переключиться на что-нибудь другое, приятное;
- 3) теряюсь, злюсь на себя;
- 4) злюсь на то, что мне помешало;
- 5) стараюсь оставаться спокойным;
- 6) переживаю, когда пройдет первая реакция, и спокойно анализирую то, что произошло;
- 7) стараюсь понять, в чем я был виноват;
- 8) стараюсь понять причины неудачи и исправить положение.

3.3. Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения дисциплины

1. Понятие о человеке в философии и психологии.
2. Понимание человека в исторической ретроспективе. Обзор эпох.
3. Антропологические воззрения в древнеиндийской философии и Древнем Китае (Конфуцианство и даосизм).
4. Понимание человека и его потребностей в античности. Философская этика Сократа. Материалистический монизм Демокрита
5. Антропологический дуализм Платона.
6. Сущность человека и его потребностей у Аристотеля, Сенеки, Аристипа, Платона.
7. Представление о человеке в Средние века.
8. Идеи гедонизма во взглядах на потребности человека (Эпикур, Лукреций Кар).
9. Экономические теории потребностей (А. Смит, Д. Рикардо).
10. Взгляды на человека и его потребности в Новое время и эпоху просвещения (Паскаль, Ламетри, Бэкон, Гоббс, Локк, Монтескье, Вольтер, Руссо, Гольбах).
11. Немецкая классическая философия о человеке и его потребностях (Кант, Гегель, Фейербах).

12. Антропологическая концепция марксизма.
13. Потребности человека в теориях русских революционных мыслителей (Радищев, Пестель, Ломоносов, Чернышевский и др.).
14. Объект изучения сервисологии – человек в пространстве и времени.
15. Человек как социально-природное существо. Соотношение биологического и социального в человеке.
16. Сущность человека. Понятие о деятельностной сущности человека.
17. Понятие и общие характеристики индивида.
18. Понятие личность, «ролевой веер», исторический ракурс.
19. Личность и индивидуальность. Определение. Соотношение двух понятий.
20. Понятие деятельности. Социально-деятельностная сущность человека.
21. Теории личности о человеке и его потребностях (З.Фрейд, А. Адлер, К. Хорни, Э. Фромм, А.Маслоу).
22. Основные компоненты теорий личности: структура, мотивация, развитие, психическое здоровье, психопатология.
23. Основные положения теорий личности: свобода – детерминизм; гомеостаз – гетеростаз; проактивность – реактивность. Теории Фрейда, Фромма и др. в контексте этих положений.
24. Психодинамическая теория личности З.Фрейда: основные положения, структура личности по Фрейду, взгляд на истоки потребностей.
25. Гуманистическая теория личности Э. Фромма Экзистенциальные потребности человека по Фромму. Продуктивный и непродуктивный типы личности.
26. Концепция человека у К. Хорни, значение детских переживаний в формировании личности и ее потребностей. Десять невротических потребностей личности.
27. Теория личности Роттера: значение потребностей, шесть категорий потребностей.
28. Гуманистическое направление в психологии. Основные положения теории А.Маслоу.
29. Мотивация и иерархия потребностей по А.Маслоу.
30. Иерархия потребностей по А.Маслоу: физиологические потребности, потребности в безопасности и защите.
31. Иерархия потребностей по А.Маслоу: потребность в принадлежности и любви. Дефицитарная и бытийная любовь.
32. Иерархия потребностей по А.Маслоу: потребность в самоуважении. Фрустрация этой потребности.
33. Иерархия потребностей по А.Маслоу: потребность в самоактуализации: понятие и особенности самоактуализирующейся личности.
34. Бытийные мотивы и основные метапотребности по А. Маслоу.

35. Структурный анализ системы потребностей. Основные классификации потребностей. (Бестужев – Лада, Обуховский, Чхартишвили и др.).
36. Классификация потребностей. Пять подуровней потребностей.
37. Сервисная деятельность, ее сущность. Понятие об услугах их классификация.
38. Понятие об услугах и их качестве. Культура обслуживания в сфере сервиса.
39. Психологическая культура сервиса. Типология потребителя и работника сферы сервиса на основе их темперамента. Особенности взаимодействия.
40. Структура бытового обслуживания. Совершение заказа в сфере услуг. Этапы. Тактика обслуживания на этапах совершения заказа.
41. Поведение потребителя в процессе принятия решений. Задачи специалиста сервиса в процессе удовлетворения потребностей.
42. Покупательский процесс. Четыре этапа процесса потребления.
43. Типология потребителя. Когнитивный потребитель.
44. Типология потребителя. Независимый потребитель.
45. Потребители новаторы.
46. Самовосприятие и его влияние на поведение потребителя.
47. Модель поведения потребителя. Внешние факторы.
48. Модель поведения потребителя. Личностные факторы.
49. Основные классификации потребителей.
50. Классификация покупателей Макдональда.
51. Тип личности и покупательское поведение.
52. Модель поведения потребителя. Психологические факторы.
53. Сервис как сфера услуг. Понятие услуги, их классификация.
54. Качество услуги. Психологическая культура сервиса.
55. Сервис услуг. Услуга как форма общения.
56. Принципы и правила психологического влияния на потребителя.
57. Особенности функционирования сферы услуг.
58. Основные классы и соответствующие им сферы услуг.
59. Индивидуальное обслуживание как сфера профессиональной деятельности. Четыре вида сервиса.
60. Правила эффективного сервиса.
61. Участники решения о покупке в социально-бытовой сфере.

3.4. Индивидуальные домашние задания

Даются по проводимым психодиагностическим исследованиям.

3.5. Темы реферативных работы

1. Потребность в общении.
2. Потребность в отдыхе.
3. Потребность в любви и принятии.

4. Потребность в одиночестве.
5. Потребность в семье.
6. Потребность в труде.
7. Потребность в самореализации.
8. Потребность в творчестве.
9. Потребность во власти.
10. Потребность в агрессии.
11. Потребность в безопасности.
12. Потребность в творчестве.
13. Потребность в духовном росте.
14. Потребность в самоутверждении.
15. Потребность в познании.
16. Эффективные продажи.
17. Психологические аспекты влияния.
18. Как обаять клиента.
19. Язык подсознания и успешность продаж.
20. Разработка услуг и управление сервисом.
21. Анализ потребностей и тенденций в макросреде:
– (природная, социокультурная, технологическая, экономическая среда).
22. Покупательские ситуации на бизнес-рынке.
23. Маркетинговые стратегии в сфере обслуживания.

4. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

4.1. Основная литература

Коноплева Н.А. Сервисология (человек и его потребности): учебное пособие / Н.А. Коноплева. – М.: Флинта: МПСИ, 2008. – 248 с.

Ильин Е.П. Мотивация и мотивы / Е.П. Ильин. – СПб: Издательство «Питер», 2000. – 512 с.: ил.

Человек: Философско-энциклопедический словарь / Рос. академия наук, Институт человека; под общей редакцией акад. И.Т. Фролова. – М.: Наука 2000 – 516 с.

Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности / Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб.: «Питер Пресс», 2006. – 608 с.

Удальцова М.В., Аверченко Л.К. Человек и его потребности (Сервисология): Учебное пособие / М.В. Udальцова, Л.К. Аверченко. – Новосибирск, 2002.

Шиповская Л.П. Человек и его потребности: учебное пособие / Л.П. Шиповская. – М.: Инфра – М. – 2008. – 432 с.

5.2. Дополнительная литература

Гуревич П.С. Философская антропология / П.С. Гуревич. – М.: Логос, 1997. – 354 с.

Годфруа Ж. Что такое психология: в 2 т. / Ж. Годфруа; пер. с франц. – М.: Мир, 1992.

Говалло В.И. Почему мы не похожи друг на друга. Очерки о биологической индивидуальности / В.И. Говалло. – М.: Знание, 1991. – 224 с.

Грядовой Д.И. Философия. Структурный курс основ философии: учебное пособие / Д.И. Грядовой. – М.: Издательство «Шит – М», 1999. – 266 с.

Дойль Питер. Маркетинг, менеджмент и стратегии / П. Дойль; 3 изд. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.: ил.

Дильтей В. Воззрение на мир и исследование человека со времен Возрождения и Реформации / В. Дильтей. – М.: Иерусалим: Университетская книга, 2000. 464 с. – (Книга света).

Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности / А.Г. Здравомыслов. – М.: Политиздат, 1986. – 223 с.

Ершов А. Взгляд психолога на активность человека / А. Ершов. – М.: Луч, 1991. – 159 с.

Ершов П.М. Потребности человека / П.М. Ершов. – М.: Мысль, 1990. – 365 с.

Куницина В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение: учебник для вузов / В.Н. Куницина, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. – СПб.: Питер, 2001. – 544 с.: ил.

- Котлер Филип маркетинг менеджмент: Экспресс-курс / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с., ил.
- Лейбин В.М. Фрейд, психоанализ и современная западная философия / В.М. Лейбин. – М.: Политиздат, 1990.
- Менеджмент в сфере услуг/ Под ред. доктора экон. наук. Уколова В.Ф. – М.: «Луч», 1995.
- Осницкий А.В. Вопросы человековедения (философско-психологический этюд) / А.В. Осницкий. – СПб.: Информ-издат. Агентство «Лик», 1993. – 80 с., ил.
- Психоанализ и культура: Избранные труды Карен Хорни и Эриха Фромма. – М.: Юрист, 1995. 623 с. – (Лики культуры).
- Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. – СПб.: Питер Ком, 1999. – 720 с.
- Самсин А.И. Социально-философские проблемы исследования потребностей / А.И. Самсин. – М.: Высш. шк., 1987. – 159 с.
- Социальная философия: учебное пособие для вузов / В.Н. Лавриненко, В.П. Ратников, В.Ю. Дорошенко и др. / под ред. проф. В.Н. Лавриненко. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1995. – 240 с.
- Сергеев К.К. Философская психология / К.К. Сергеев. – Тольятти: п/п «Современник», 1999. – 144 с.
- Смайлс С. Саморазвитие умственное, нравственное и практическое / С. Смайлс. – Печатается по: СПб.: Изд. В.И. Губинского, 1900. – Минск.: Изд-во Университетское, 2000. – 411с.
- Социальная психология личности в вопросах и ответах: учебное пособие / под ред. проф. В.А. Лабунской. – М.: Гардарики, 1999. – 397 с.
- Стивенс Нэнси Дж., Адамс Боб Эффективные продажи, ориентированные на покупателя / Дж. Н. Стивен, Б. Адамс. – М.: Фаир-Пресс. 2001. – 384 с.: ил.
- Успенский П.Д. Психология возможной эволюции человека. Космология возможной эволюции человека / П.Д. Успенский; пер. с англ. – СПб.: АО «Коплект», 1995
- Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама принципы и практика / У. Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти. – СПб.: Питер, 2001. – 800 с.: ил.
- Философия конспект лекций под ред. доктора филос. наук Трушкова В.В. – М.: «Былина», 2001.
- Фромм Э. Человек для себя / Э. Фромм. – Минск: Коллегиум, 1992.
- Фромм Э. Душа человека / Э. Фромм – М.: «Республика», 1992.
- Федцов В.Г. Культура сервиса: Учебно – практическое пособие / В.Г. Федцов. – М.: Изд-во “ПРИОР”, 2000. – 208 с.
- Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С. Психология потребителя в маркетинге / Г. Фоксол, Р. Голдсмит, С. Браун. – СПб.: Питер, 2001. – 352 с.: ил.
- Человек: Мыслители прошлого и настоящего о его жизни, смерти и бессмертии XIX век / Редкол.: Фролов И.Т. (отв. ред.) и др. – М.: Республика, 1995. – 528 с.

Чалдини Роберт Психология влияния / Р. Чалдини. – СПб.: Питер, 1999. – 272 с.

Человек и его потребности: учебное пособие/ под ред. проф. К.М. Оганяна. – СПб.: Изд-во СПбТИС, 1997.

Экономическая психология социокультурный подход / под ред. И.В. Андреевой. – СПб.: Питер, 2000. – 512 с.: ил.

Шейнов В.П. 12 секретов успеха / В.П. Шейнов. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 416 с.

Это человек: Антология / сост., вступ. ст. П.С. Гуревича. – М.: Высшая Школа, 1995. – 320 с.

Язык подсознания. – Красноярск: БОНУС, М.: ОЛМА-ПРЕСС; СПб.: НЕВА, 1999. – 432 с.: ил.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	1
1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ.....	5
2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
3. ПЕРЕЧЕНЬ И ТЕМАТИКА РАБОТ СТУДЕНТОВ ДЛЯ ВСЕХ ФОРМ ОБУЧЕНИЯ	14
4. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	23

Учебно-методическое издание

Составитель

Нина Алексеевна Коноплева

СЕРВИСОЛОГИЯ

Учебная программа курса

по специальностям

10010365 (230500) «Социально-культурный сервис и туризм»

10011065 (230600) «Домоведение»

В авторской редакции

Компьютерная верстка Н.А. Игнатьевой

Лицензия на издательскую деятельность ИД № 03816 от 22.01.2001

Подписано в печать 01.06.09. Формат 60×84/16.
Бумага писчая. Печать офсетная. Усл. печ. л. 1,6.
Уч.-изд. л. 1,4. Тираж 50 экз. Заказ

Издательство Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса
690600, Владивосток, ул. Гоголя, 41
Отпечатано в типографии ВГУЭС
690600, Владивосток, ул. Державина, 57