

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина **Б.3. ВДВ 3.** Гуманистические аспекты сервиса

Семестр: 3

Количество часов: 72

Количество зачетных единиц: 3

Промежуточная аттестация: зачет

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Гуманистические аспекты сервиса» включена в учебный план подготовки бакалавров по направлению 43.03.01 Сервис профиль «Производственный сервис». Дисциплина позволяет сформировать у студентов представления о важности гуманистических идей в организации сервисной деятельности.

Цель и задачи освоения дисциплины: «Гуманистические аспекты сервиса» является формирование у студентов знаний о значимости организационных аспектов сервисного обслуживания для обеспечения устойчивых социально-экономических, культурно-личностных взаимоотношений в повседневной жизни, его роли в создании тесного единства самореализации индивида с творческим преобразованием окружающей действительности

Задачами:

- научить видеть последствия, связанные с нарушением законов социальной справедливости и баланса интересов;
- раскрыть организационные меры для улучшения обслуживания, его потенциальные резервы в улучшении качества жизни;
- показать действенность обслуживания населения в обеспечении стабильности жизнедеятельности социальных групп;
- выделить важнейшие закономерности в обслуживании населения, определяющие антикризисные процессы в развитии общества;
- обосновать потребности в использовании законов сервисной деятельности для гарантийных условий в укреплении жизнестойкости индивидов и социальных групп.

Содержание дисциплины:

Гуманизм: эволюция взглядов. Идеи гуманизма в человеческой истории. Понятие «гуманизм». Классификация идей гуманизма. Гуманизм Античности: система воззрений Аристотеля, Демокрита, Эпикура, Сократа. Теистический гуманизм. Классический гуманизм (гуманизм эпохи Возрождения и Нового времени): Ф.Бекон, Эразм Роттердамский, М. Монтень, Томас Мор. Коммунистический гуманизм. Натуралистический (научный гуманизм) – элективный набор установок, рожденных в современную научную эпоху (вера в высшую ценность и самосовершенствование человеческой личности).

Становление и развитие организованного гуманистического движения.

Глобальные противоречия и издержки индустриального развития. Утилитарные задачи постиндустриальной экономики. Общемировые негативные тенденции: неблагоприятное состояние экологии, процессы деиндустриализации стран Западной Европы, США и Канады, социальное неравенство людей, деформация в ценностных установках людей, живущих в обществе, ориентированном на потребление. Индустриализация как фактор изменения общественного мнения о роли коллективных отношений. Современный гуманизм. Периодизация современного гуманистического движения.

Сервисная деятельность – необходимое социально-культурное явление в достижении реального гуманизма. Генезис обслуживания населения. Истоки зарождения обслуживания населения. Три закона генезиса обслуживания, определивших устойчивость жизнедеятельности людей. Обслуживание населения как реализация потребностей человека в социализации. Потребности индивида – важнейший фактор в достижении единства природы и общества. Своевременное удовлетворение потребностей – важнейший закон в системе организации жизни. Обслуживание как гарантия жизнедеятельности индивида в условиях общественных отношений. Влияние возрастающих потребностей на формирование сотрудничества между индивидами и уважение к партнеру.

Гуманизация социальных отношений. Укрепление взаимодействия с другими индивидами через удовлетворение потребностей в обеспечении безопасности. Формирование человеколюбия через осознание значения роли «другого». Создание норм этики (специфики духовных побуждений). Обслуживание как фактор формирования устойчивого социального настроения и укрепления жизненных интересов. Философия бизнеса в системе организации удовлетворения потребностей, его гуманистическая направленность.

Результативность философии бизнеса через уровень сервисного пространства как состояния социальных отношений со снижением конфликтности, напряженности, с сохранением сердечности, радушия и адресности для индивида.

Гуманизация межличностных связей в системе обслуживания. Роль субъекта как организатора системы обслуживания населения. Статус субъекта в обслуживании населения – быть хозяином своей судьбы, т.е. влиять на события. Субъект в системе обслуживания – тип поведения человека, посвящающего свою жизнь заботе о других, т.е. реальному гуманизму. Значение партнерства в гуманизации общества.

Истоки, создающие тип поведенческой культуры у субъекта обслуживания. Содержание типа поведенческой культуры: инновационность; устремленность к обновленной реальности; информативность; повышение профессионализма; искусство выбора; укрепление клиентурного порядка. Историческая обусловленность клиентурного порядка. Специфические качества клиентурного порядка. Перспектива взаимоотношений в рамках клиентурного порядка как фактор созидательного характера сервисного пространства.

Роль субъекта в формировании культуры потребления в системе сервисной деятельности. Культура потребления личности – мир ее творческой активности. Преобразующие аспекты творческой активности: критика, эмпатия, фантазия,

интеллект. Личность в единстве внутренних устремлений с внешними факторами - инициатор в реформировании социально-культурных отношений.

Душевность в системе потребления. Фактор разумной достаточности в культуре потребления.

Социально-организационные факторы, обеспечивающие созидательную роль в обслуживании населения. Организация процесса обслуживания: выбор цели и средств ее достижения. Тактика и стратегия процесса обслуживания: тактические задачи – сохранение в повседневности устойчивости жизнедеятельности и придание ей созидательного характера; стратегические задачи – повышение роли обслуживания и расширение его влияния на обустройство жизнедеятельности.

Две организационные цели в обслуживании: сиюминутное удовлетворение потребностей посетителей и стимулирование. Их ориентация на достижение созидательного объединения людей. Аспекты повседневного обслуживания: своевременность, четкость, соблюдение норм поведения, объемная информация о качестве и доступности имеющихся товаров и услуг, их роль в формировании устойчивого социального настроения.

Функциональность обслуживания в системе повседневности: психологические аспекты и межличностные нормы в системе «продавец-покупатель». Дифференциация потребителей – необходимое условие для укрепления связей с разнообразными социальными группами и успешного сервисного обслуживания.

Клиент в системе обслуживания, его роль в реформировании социального пространства от прагматизма к сердечности и заинтересованности и совершенствованию системы реального гуманизма. Пять характеристик К. Роджерса инициаторам сервисного пространства с учетом достижений сервисной культуры. Клиентурные отношения на основе баланса интересов личности с окружающим миром.

Гуманистические принципы обслуживания населения - необходимое условие изменения характера конкурентоспособности сервисной деятельности: от борьбы за выживание к формированию устойчивого благополучия социальных групп с укреплением свободы индивида.

Понятие «коэволюция». Сущность коэволюции – комплексный системный подход в обустройстве жизни человека, баланс между духовными подходами в развитии индивидуального сознания, реальной защитой прав человека и устойчивым и последовательным развитием социально-культурных объектов.

Формирование сервисного пространства через увеличение роли услуг как человекоберегающего фактора. Связь отдыха с социальным прогрессом как фактор устойчивых взаимоотношений организаторов обслуживания с отдельно взятым человеком, нуждающимся в мобилизации своих сил.

Стратегия человеколюбия в коэволюционном методе. Законы, направленные на приоритет человекоберегающих технологий и формирование сервисного пространства: закон возрастающих потребностей; закон баланса интересов; закон равновесности; альтруизм, коэволюция и синергетика. Изменение через коэволюционный метод парадигмы в системе жизнедеятельности: «люди жи-

вут, чтобы работать» на обновленную целесообразность «люди работают, чтобы жить».

Необходимость правовой культуры для достижения равновесности. Совершенствование и приумножение правовой культуры как средства для устойчивости взаимоотношений, самосовершенствования людей в обеспечении стабильности жизни. Трансформация услуг для населения в организационно-культурный сегмент профилактики кризисных явлений.

Антикризисная направленность обслуживания населения как важная сторона реального гуманизма и необходимое условие расширения правовой основы социально-культурных отношений. Профилактика кризисных отношений через развитие социального детерминизма. Социальный детерминизм как альтернатива остаточному принципу в организации жизнедеятельности людей через синтез социально-научных, культурно-духовных достижений, раскрываемых в личностных потребностях. Закон неравенства и эффективности биосистем.

Цивилитарность – условие стабильности жизнедеятельности людей. Сервисные отношения как защитная норма в обустройстве среды обитания.

Факторы, создающие упадок настроения людей. Формирование культуры управления в сервисной деятельности – необходимое условие для устранения дисбаланса в межличностных отношениях.

Корпоративная культура: понятие, содержание и практическая направленность. Гуманизм корпоративной культуры. Компоненты проявления корпоративной культуры: элементы обновления производства, культура труда, индекс человеческого развития (ИЧП), поиск коэффициента полезности, наличие паттерна, социально-профессиональное творчество. Социально-психологическая направленность системы одобрения (стимулирования) – необходимое условие профилактики разрушения цельности сообщества на эгоистические элементы, расширения характера толерантности, позитивной критики как поиска неиспользованных ресурсов.

Стимулы развития корпоративной культуры: забота об исполнителях производственной программы, прозрачность доходов, выполнение инструкций и точная информация, цивилитарный порядок.

Эргономика в корпоративной культуре. Развитие социального творчества в корпоративной культуре.

Программа формирования и совершенствования корпоративной культуры в сфере обслуживания населения через воспроизводство реального гуманизма – любви как к «ближнему», так и «дальнему» соучастнику своего производства.

Характер социального действия в идеологии. Идеологические подходы к сфере обслуживания населения и их содержание. Идеология в обслуживании – человекосберегающая модель жизни. Взаимопомощь – основа идеологии обслуживания.

Роль социальных законов в познании жизни. Идеология обслуживания – основа организации общества и культуры взаимодействия.

Главная задача идеологии обслуживания – защита основ реального гуманизма для сохранения жизни на планете. Задача идеологии на уровне повседневности – обеспечение постоянного удовлетворения потребностей.

Формирование сервисного пространства через модернизацию сферы обслуживания и единство связей между агентами и клиентами сервиса, сервисным производством, сервисной культурой, культурой потребления и социальными институтами сервиса.

Необходимость обновления структуры общественных отношений. Формирование необходимых компонентов сервисного пространства, ориентированного на реализацию реального гуманизма: агент услуг, философия бизнеса, клиентурный порядок, доверие.

Роль агента в сервисном пространстве. Динамика бизнеса в сервисном пространстве. Задачи стратегии устойчивости. Научная база сервисного бизнеса. Необходимость триединства в обновлении услуг и товаров: опыт достигнутого – модернизация настоящего – реальная перспектива будущего.

Сочетание бизнеса с философией необходимое условие антикризисного развития общества. Формирование инновационного мышления, ориентированного на единство культуры мышления и эффективной организации предпринимательства.

Влияние формирования клиентурной базы на укрепление сервисного пространства. Клиентурный аспект в сотрудничестве - необходимое условие преобразования экономики в социально-гуманистическую отрасль. Нормы клиентурных взаимоотношений через постулат «Клиент всегда прав». Закономерности совершенствования сервисного пространства через клиентурный аспект. Динамическое развитие клиентурных отношений в сочетании с устойчивым и стабильным удовлетворением потребностей.

Роль доверия в укреплении сервисного пространства через развитие и укрепление клиентурного порядка и соблюдения законов духовно-эмоционального самоощущения. Метод экономической рациональности в устойчивости сервисных структур.

Сервисная деятельность как явление индивидуальной целесообразности. Самореализация индивида в укреплении сервисного порядка с устойчивыми взаимоотношениями. Самоопределение людей как фактор достижения устойчивых, прозрачно моделируемых принципов жизнедеятельности с социальным оптимизмом.

Законы человеколюбия в организационно-гуманистических основах сервисной деятельности, их содержание и влияние на исправление деформации современной реальности.

Самоорганизация людей через сервисное обслуживание. Методы социального моделирования (коэволюция, синергетика, интроспекция, логический анализ, ретроспективность) – необходимое условие создания обновленной структуры социально-культурного обмена и системы взаимной заинтересованности. Содержание методов.

Самоопределение в жизни индивида, его роль в изменении поведения и образа мышления.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать следующими общекультурными (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

ОК -1: способность владеть культурой мышления, целостной системы научных знаний об окружающем мире, ориентироваться в ценностях бытия, жизни, культуры.

ОК -18: готовностью к компромиссу с потребителем по возможному варианту и требуемому качеству обслуживания.

ПК-2: выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности

ПК-11: к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка услуг и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства

ПК-13: готовностью к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности

Образовательные технологии:

В преподавании дисциплины «Гуманистические аспекты сервиса» применяются разнообразные интерактивные образовательные технологии в зависимости от вида и цели учебного занятия.

Составитель: А.Я. Воронина, кафедра гуманитарных дисциплин