|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | |
| **Сервисология** | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки | 43.03.01 Сервис |  |
| Направленность (профиль) | Технологии менеджмента в сервисе | |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года | |
| Форма обучения | Очная, заочная | |

* + - 1. Учебная дисциплина «Сервисология»изучается во втором семестре.
      2. Курсовая работа *-* не предусмотрена

## Форма промежуточной аттестации

* + - 1. экзамен
      2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП
      3. Учебная дисциплина «Сервисология» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

* + - 1. Целями изучения дисциплины «Сервисология» являются:
      2. - приобретение студентом теоретических знаний и практических навыков в сфере оказания услуг, удовлетворения потребностей потребителей и умения находить наиболее оптимальный вариант для реализации сервисных услуг;
      3. - формирование у обучающихся навыков осуществления общения в контактной зоне;
      4. - формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.
      5. Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора**  **достижения компетенции** | **Планируемые результаты**  **обучения по дисциплине** |
| --- | --- | --- |
| ПК-2  Способен к предоставлению услуг в условиях непосредственного взаимодействия с потребителями, партнерами, организациями | ИД-ПК-2.2  Применение методов оценки результатов процессов обслуживания потребителей; | * Различает виды сервиса;основные концепции потребительского поведения. * Умеет выделить особенности современного рынка и определить стратегические цели развития предприятия; сравнить основные концепции сервиса по ряду признаков при составлении планов развития. * Демонстрирует владение некоторыми методами реализации основных концепций при внедрении инноваций в деятельность фирмы. * Рассматривает возможность управления товарной политикой фирмы при составлении конкурентоспособной оценки продукции в условиях обновления ассортимента. * Знает теорию формирования конъюнктуры рынка и спросе потребителей в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями. * Умеет анализировать информацию о конъюнктуре рынка и спросе потребителей в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями, определять факторы, влияющие на показатели производственно-хозяйственной деятельности предприятия сферы сервиса. * Умеет вступать во взаимодействие в целях выполнения поставленных профессиональных задач. * Рассматривает управление характеристиками воздействующих факторов и элементов культуры, мировоззренческих и поведенческих аспектов личности в соответствии с уровнем культуры |
| ПК-3  Способен применять методы прикладных исследований и участвовать в разработке инновационных решений при осуществлении сервисной деятельности | ИД-ПК-3.1  Осуществление маркетинговых исследований рынка, потребителей, конкурентов (сбор и анализ информации о ценах на товары, работы, услуги) в сфере сервиса |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения – | 5 | **з.е.** | 180 | **час.** |
| по заочной форме обучения – | 5 | **з.е.** | 180 | **час.** |