

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГУ»)

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладной социологии

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Социология (академический бакалавр) 39.03.01

Социология маркетинга

Уровень квалификации выпускника (бакалавр)

Форма обучения (очная, очно-заочная, заочная)

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2019

Социологическое измерение сервисной экономики
Рабочая программа дисциплины
Составители:
Канд.соц.наук, доц. кафедры прикладной
социологии Китайцева О.В.

Ответственный редактор:
Д.ф.н., профессор, зав. Кафедрой прикладной
социологии В.Ф. Левичева

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры
№ 1 от 29.08.2019

© Российский государственный гуманитарный университет, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка
 - 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)
 - 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
 - 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы
2. Структура дисциплины (модуля)
3. Содержание дисциплины (модуля)
4. Образовательные технологии
5. Оценка планируемых результатов обучения
 - 5.1. Система оценивания
 - 5.2. Критерии выставления оценок
 - 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 6.1. Список источников и литературы
 - 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
9. Методические материалы
 - 9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий
 - 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ
 - 9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: сформировать у студентов комплекса компетенций, позволяющих проводить социологическое исследование потребителей в сфере сервиса, а также привить навыки анализа организаций, принадлежащих к сервисному сектору экономики.

Задачи дисциплины:

- сформировать представления о предмете, методах и задачах социологии сервисной экономики, ее основных категориях и понятиях
- изучить историю социологического подхода к сфере экономики;
- обучить навыкам социологического исследования сервисных организаций;
- обучить навыкам социологического исследования поведения потребителей в сфере сервиса

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-2. Способен подготовить проектное предложение для проведения социологического исследования (самостоятельно или под руководством)	ПК-2.1. Описывает проблемную ситуацию	Знать: основные тенденции развития социологических теорий потребления; подходы к разработке и обоснованию стратегий проведения исследований в рамках социологии потребления как специальной области экономической социологии с учётом факторов социально-демографического развития Уметь: применять полученные знания для сбора, анализа статистической информации и формирования социологического мировоззрения Владеть: базовыми технологиями для решения концептуальных задач в области изучения потребления
	ПК- 2.2. Обосновывает актуальность	Знать: основные тенденции

	<p>проекта для решения поставленной проблемы</p>	<p>развития социологических теорий потребления; подходы к разработке и обоснованию стратегий проведения исследований в рамках социологии потребления как специальной области экономической социологии с учётом факторов социально-демографического развития Уметь: применять полученные знания для сбора, анализа статистической информации и формирования социологического мировоззрения Владеть: базовыми технологиями для решения концептуальных задач в области изучения потребления</p>
	<p>ПК-2.3. Согласовывает документацию, регламентирующую взаимодействие заказчика и исполнителя социологического исследования</p>	<p>Знать: основные тенденции развития социологических теорий потребления; подходы к разработке и обоснованию стратегий проведения исследований в рамках социологии потребления как специальной области экономической социологии с учётом факторов социально-демографического развития Уметь: применять полученные знания для сбора, анализа статистической информации и формирования социологического мировоззрения Владеть: базовыми технологиями для решения концептуальных задач в области изучения потребления</p>
<p>ПКУ-4 -</p>	<p>ПКУ-4.1. Демонстрирует способность</p>	<p>Знать: основные</p>

<p>способность самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>	<p>поставить цель и умение разработать конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии</p>	<p>современные исследовательские методы с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий.</p> <p>Уметь: поставить цель и разработать конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии Владеть: навыками формулировки задач научных исследований в различных областях социологии с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>
	<p><i>ПКУ-4.2.</i> Формулирует задачи научных исследований в различных областях социологии с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>	<p>Знать: основные современные исследовательские методы с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий.</p> <p>Уметь: поставить цель и разработать конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии Владеть: навыками формулировки задач научных исследований в различных областях социологии с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>
	<p><i>ПКУ-4.3.</i> Использует современные исследовательские методы, обогащенные отечественным и</p>	<p>Знать: основные современные исследовательские методы с</p>

	<p>зарубежным опытом для решения исследовательских задач в различных областях социологии.</p>	<p>использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий.</p> <p>Уметь: поставить цель и разработать конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии</p> <p>Владеть: навыками формулировки задач научных исследований в различных областях социологии с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социологическое измерение сервисной экономики» является частью профессионального цикла дисциплин учебного плана для направления подготовки 30.03.01 Социология (академический бакалавр).

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: Основы социологии, Методология и методы социологического исследования, Социология маркетинга.

В результате освоения дисциплины формируются компетенции, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Методология и методы социологического исследования. Качественные методы», «Научно-исследовательская работа», «Преддипломная практика».

2. Структура дисциплины (модуля)

Структура дисциплины (модуля) для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 32 ч., самостоятельная работа обучающихся 58, ч., экзамен 18 ч.

№ п/п	Раздел Дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
		Лек	Сем	Промежуто чная аттестаци я	Сам	
1	Теоретико-методологические основы социологического исследования сервиса.	6	2		10	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
2	Анализ процессов становления и развития института сервиса в современном российском обществе	8	14		13	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
3	Социологическое исследование сферы услуг	10	14		13	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
	экзамен			18		Представления результатов аналитического проекта в виде доклада с презентацией
		24	30	18	36	Всего – 108

Структура дисциплины (модуля) для очно-заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 114ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 32 ч., самостоятельная работа обучающихся 64, ч., экзамен 18 ч.

№ п/п	Раздел Дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
		Лек	Сем	Промежу точная аттестац ия	Сам	
1	Теоретико-методологические основы социологического исследования сервиса.	4	6		10	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
2	Анализ процессов становления и развития института сервиса в современном российском обществе	4	6		14	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
3	Социологическое исследование сферы услуг	6	6		14	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
	экзамен			18	20	Представления результатов аналитического проекта в виде доклада с презентацией
		14	18	18	58	Всего – 108

Структура дисциплины (модуля) для заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 12 ч., самостоятельная работа обучающихся 87, ч., экзамен 9 ч.

№ п/п	Раздел Дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
		Лек	Сем	Промежут. аттестация	Сам	
1	Теоретико-методологические основы социологического исследования сервиса.	2			25	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
2	Анализ процессов становления и развития института сервиса в современном российском обществе	2	2		20	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
3	Социологическое исследование сферы услуг	2	4		32	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
	экзамен			9	10	Представления результатов аналитического проекта в виде доклада с презентацией
		6	6	9	87	Всего – 108

3. Содержание дисциплины

Содержание дисциплины должно состоять из разделов, соответствующих структуре дисциплины, подразделов и отдельных тем с той степенью подробности, которая, по мнению автора, оптимально способствуют достижению цели и реализации поставленных задач.

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Теоретико-методологические основы социологического исследования сервиса. Процессы становления сервиса как социального института.	Социологическое измерение сервисной экономики в системе социологических дисциплин. Основные понятия, термины, социально-экономические теории. Понятия услуги, потребности и потребления в социологии. Услуга как социальное взаимодействие. История развития сервиса. Признаки и функции сервиса как

		социального института.
2.	Анализ процессов становления и развития института сервиса в современном российском обществе	<p>Особенности становления института сервиса в России. Специфика формирования норм и санкции в российском сервисе. Развитие института сервиса в России.</p> <p>1. Основные характеристики услуг. 2. Классификация услуг. 3. Модели маркетинга услуг. (Битнер, Д. Ратмела, П. Эйглие и Е. Лангеарда, Ф. Котлера). 4. Роль марки и бренда в преодолении проблем, вызванных характеристиками услуг. 5. Концепции маркетинга в сфере услуг 6. Сущность, подходы, философия и цели внутреннего маркетинга. 7. Персонал фирмы как главный компонент концепции внутреннего маркетинга. Маркетинговый подход к управлению персоналом..</p>
3.	Социологическое исследование сферы услуг	<p>Исследование национально-культурных особенностей восприятия сферы услуг. Исследования организационного поведения в сфере сервиса. Индивидуальное поведение человека в сервисной экономике</p>

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебной работы	Формируемые компетенции	Информационные и образовательные технологии
1	2	3	4	5
1.	Теоретико-методологические основы социологического исследования сервиса. Процессы становления сервиса как социального института.	<p><i>Лекция 1.</i> Введение в специальность. <i>Лекция 2.</i> . Отражение сферы услуг в основных экономических теориях. История развития сервиса.. <i>Семинар 1.</i> Признаки и функции сервиса как социального института Основные методы социологического исследования сервисной экономики. 4 часа</p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	ПК-2 ПКУ-4	<p><i>Вводная лекция - информация</i> <i>Лекция с использованием видеоматериалов</i> <i>Лекция-визуализация с применением слайд-проектора</i></p> <p><i>Дискуссия с обсуждением доклада</i></p> <p><i>Консультирование и проверка подготовки докладов посредством</i></p>

				<i>электронной почты</i>
2.	Анализ процессов становления и развития института сервиса в современном российском обществе	<p><i>Лекция 3. Особенности становления института сервиса в России.</i></p> <p><i>Лекция 4. Маркетинг в сфере услуг.</i></p> <p><i>Семинар 2. Постиндустриальная экономика как экономика услуг. 6 ч</i></p> <p><i>Семинар 3. Маркетинг в сфере услуг. 4 ч</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	ПК-2 ПКУ-4	<p><i>Лекция-визуализация с применением слайд-проектора</i></p> <p><i>Лекция - эвристическая беседа</i></p> <p><i>Лекция – развёрнутая беседа</i></p> <p><i>Проблемная лекция</i></p> <p><i>Проблемная лекция</i></p> <p><i>Подготовка к занятию с использованием электронных источников</i></p>
3.	Социологическое исследование сферы услуг	<p><i>Лекция 5. Национально-культурные особенности маркетинга в сфере услуг.</i></p> <p><i>Лекция 6. Проблемы качества в индустрии услуг</i></p> <p><i>Лекция 7. Факторы, определяющие поведение работника и клиента в социологической рефлексии.</i></p> <p><i>Лекция 8. Потенциал экономики услуг .</i></p> <p><i>Семинар 4. Процесс взаимодействия в маркетинге услуг. Материализация услуги в социологическом дискурсе. 6 часов .</i></p> <p><i>Семинар 5. Внутренний маркетинг и корпоративная культура как инструменты маркетинга в сфере услуг. 6 ч</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	ПК-2 ПКУ-4	<p><i>Лекция-дискуссия</i></p> <p><i>Лекция – развёрнутая беседа</i></p> <p><i>Проблемная лекция</i></p> <p><i>Заключительная лекция – обобщение всего курса.</i></p> <p><i>Семинар – тренинг навыков общения</i></p> <p><i>Дискуссия с обсуждением доклада</i></p> <p><i>Подготовка к занятию с использованием электронных источников</i></p>

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- посещение лекций	1 балл	16 баллов
- подготовка и презентация доклада	8 баллов	16 баллов
или участие в дискуссии на семинаре	4 балла	28 балла
Промежуточная аттестация (экзамен) (представление доклада – презентации)		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину)		100 баллов

Полученный совокупный результат (максимум 100 баллов) конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (EuropeanCreditTransferSystem; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
85 – 94			B
61 – 84	хорошо		C
55 – 60	удовлетворительно		D
50 – 54			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине:

Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Текущий контроль

При оценивании посещения лекций за посещение каждой лекции ставится 1 балл. Участие в обсуждении доклада, подготовленного другим студентом на семинаре учитывается:

- активность в стремлении понять смысл, уточнить основные тезисы докладчика (0-1 балл)
- грамотность постановки вопроса к докладчику (0-1 балл).

При оценивании тестовой работы учитывается полнота выполненной работы: каждое верно выполненное задание оценивается в 1 балл.

Доклад, самостоятельное выступление, сообщение на семинаре оценивается по следующему алгоритму (по 8-балльной системе):

Показатели	Балл
Соответствие содержания заявленной теме	1
Доклад содержит сформулированное исследуемое (рассматриваемое) положение (тезис или группа тезисов), при этом: Определено место исследуемого (рассматриваемого) тезиса в теории	1
Обозначен круг понятий и терминов, необходимых для описания исследуемого (рассматриваемого) тезиса	1
Приведены описания и сравнения примеров использования исследуемого тезиса в мировой и российской практике (в случае отсутствия российских примеров, приводится не менее двух примеров из мировой практики)	1
Доклад разделен на смысловые части и наличествует логика рассуждений при переходе от одной части к другой, сделаны выводы	1
Подача материала выступления: свободное владение содержанием, общение с аудиторией, чёткие ответы на вопросы	1
Доклад длится 10-15 минут, сопровождается мультимедийной презентацией	1
В докладе присутствует ссылка на источники, авторов исследований	1
Итого:	8

Перечень примерных вопросов для экзамена.

Формируемые компетенции и индикаторы их достижения: ПК-2 (ПК-2.1; ПК-2.2.; ПК-2.3.) и ПКУ-4. (ПКУ-4.1.; ПКУ- 4.2.; ПКУ-4.3.)

1. Предмет и методы социологии сервисной экономики.
2. Сфера услуг в классических экономических теориях.
3. Понятие постиндустриальной экономики как экономики услуг.
4. Типология сферы услуг.
5. Сфера образования как сфера оказания услуг.
6. «Неформальная экономика» в сфере сервиса.
7. Международный аутсорсинг в сфере услуг.
8. Специфика некоммерческого оказания услуг.
9. Традиционные и высокоинтеллектуальные услуги в национальной экономике.
10. Организация обследования организации, принадлежащей к сфере услуг.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

а) основная литература

1. Экономическая социология : учеб. пособие для вузов / под ред. В. И. Верховина ; МГУ им. М.В. Ломоносова, Социол. фак. - М. : Фонд "Мир": Акад. проект, 2006. - 728 с. [ЭБС Znanium.com].
2. Синяева И. М.Маркетинг услуг : ВО - Бакалавриат / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 2. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017. - 252 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 9785394027239. [ЭБС Znanium.com].
3. Вебер М.Избранные произведения : пер. с нем. / М. Вебер ; сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова ; предисл. П. П. Гайденко. - М. : Прогресс, 1990. - 804 с. [ЭБС Znanium.com].
4. Гидденс Э.Социология / науч. ред. В. А. Ядов ; общ. ред. Л. С. Гурьевой и Л. Н. Иосилевича. - Москва : УРСС, 1999. - 703 с. [ЭБС Znanium.com].
5. Тезаурус социологии : темат. словарь-справочник / под ред. Ж. Т. Тощенко. - М. : ЮНИТИ-Дана, 2009-. - (Cogito ergo sum. Urbi et orbi). [Кн. 1]. - 2009. - 487 с.
6. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы.М.,2000 [ЭБС Znanium.com].

б) дополнительная литература

1. Шкаратан О.И. Социально-экономическое неравенство и его воспроизводство в современной России. М.: «Олма Медиа Групп», 2009. С. 110-123. URL.: <http://ecsocman.hse.ru/text/19211780/>
2. Бурстин Д. Дж. Сообщества потребления // THESIS. 1993. Т. 1. Вып. 3. С. 231–254.
2. Вьюжанина Н.Е. Приватизация: мифы и реальность // Социологические исследования. 1998. № 11. URL.: <http://ecsocman.hse.ru/data/385/883/1216/007.Vx60YUZHANINA.pdf>
3. Собственность в жизни россиян: реальность и домыслы // Социологические исследования. 2005. № 11. URL.: http://ecsocman.hse.ru/data/338/937/1216/Sobstvennost_v_zhizni_rossiyan.pdf

4. Голенкова З.Т., Игитханян Е.Д. Российский предприниматель: некоторые аспекты современной жизни // Социс. 2006. №11. URL: https://www.isras.ru/files/File/Socis/2006-11/golenkova_igitxanyan.pdf
 5. Душацкий Л.Е. Ценностно-мотивационные доминанты российских предпринимателей // Социс. 1999. №7. URL: <http://ecsocman.hse.ru/socis/msg/18699248.html>
 6. Радаев В. Экономическая социология. М.: НИУ - ВШЭ. 2005 или 2008 гг. Раздел 5, глава 11. «Хозяйственная организация: понятие, основные признаки и формы». С. 244-250. URL: https://socioline.ru/files/5/316/radaev_v.v._-_ekonomicheskaya_sociologiya_uchebniki_vshe_-_2005.pdf
 7. Эфендиев А. Г., Балабанова Е. С. Человеческое измерение" российского бизнеса: к демократически-гуманистическому типу социальной организации фирмы // Социологические исследования. 2012. №7. С. 43-54. URL: http://www.isras.ru/files/File/Socis/2012_7/Efendiev.pdf
 8. Аникин В. А. Работа в жизни россиян // Социологические исследования. 2009. №12. С. 48-55. URL: http://ecsocman.hse.ru/data/2010/03/12/1212041901/Anikin_8.pdf
 9. Денисова Ю.С. Трудовые перегрузки как тенденция в рабочем процессе // Социологические исследования. 2004. №5. С. 40-49. URL: <https://www.isras.ru/files/File/Socis/2004-05/denisova.pdf>
 10. Шкаратан О. И., Карачаровский В. В., Гасюкова Е. Н. Прекариат: теория и эмпирический анализ (на материалах опросов в России, 1994-2013) // Социологические исследования. 2015. № 12. С. 99-110. URL: http://socis.isras.ru/files/File/2015/2015_12/99_110_Shkaratan.pdf
 11. Стребков Д.О. Модели кредитного поведения и факторы, определяющие их выбор // Социс. 2007. №3. С. 52-62. http://ecsocman.hse.ru/data/450/634/1219/Strebkov_6.pdf
 12. Кредитные выплаты россиян: есть ли повод для беспокойства // Официальный портал ФОМ. URL.: <https://fom.ru/posts/14274>
 13. Радаев В.В. Уроки «финансовых пирамид», или что может сказать экономическая социология о массовом финансовом поведении // Мир России. 2002. Т. 11. № 2. С. 39–70. http://ecsocman.hse.ru/data/538/960/1219/2002_n2_p39-69.pdf
 14. Абрамова С.Б. Деньги как социальная ценность: поколенческий срез проблемы // Социс. 2000. № 7. С.37–41. <https://www.isras.ru/files/File/Socis/07-2000/005.ABRAMOVA.pdf>
 15. Беляева Л. А. Уровень и качество жизни. Проблемы измерения и интерпретации // Социологические исследования. 2009. № 1. С. 33-42. <https://www.isras.ru/files/File/Socis/2009-01/Belyaeva.pdf>
 16. Ахмадишина Д.А. Сфера услуг в России и ее особенности. Совет молодых учёных и специалистов Казани. http://grani3.kznscience.ru/data/documents/5_Ahmadishina.pdf
 17. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Д. Белл; пер. с англ. Под ред. В.Л. Иноземцева. – М.:Academia, 1999.
 18. Демидова Л.С. Сфера услуг в России: трудный путь модернизации // Мировая экономика и международные отношения. 2008. №2.
 19. Предводителя М.Д., Балаева О.Н. Основные тенденции развития российской сферы услуг. Сайт НИУ ВШЭ http://www.hse.ru/data/306/898/1237/MY_4_2008__PB.pdf
- 6.2.** Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины: базы данных, информационно-справочные и поисковые системы.
1. Интернет-проект «Корпоративный менеджмент». <http://cfin.ru>
 2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. <http://elibrary.ru/>
 3. Научная электронная библиотека КиберЛенинка
 4. Федеральный образовательный портал НИУ ВШЭ <http://ecsocman.hse.ru>

5. Сайт Всероссийского научно-исследовательского конъюнктурного института. www.vniki.ru
6. Бизнес-сайт агентства рыночных исследований и консалтинга «Маркет» www.market-agency.ru
7. Сайт российской компании RPRG, крупнейшей в области маркетинговых исследований www.rprg.ru
8. ВЦИОМ (Всероссийский Центр исследования общественного мнения). www.WCIOM.ru
9. Сайт Российской ассоциации маркетинга. www.ram.ru
10. <http://www.postindustrial.net>
11. 2. <http://www.humanities.edu.ru>
12. 3. <http://www.nethistory.ru>
13. Сервис статистики. Экспорт услуг из России http://newsruss.ru/doc/index.php/Экспорт_услуг_из_России
14. 2. Российское образование. <http://www.edu.ru>
15. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт <http://www.gks.ru>.
16. The World Bank. <http://www.worldbank.org>.
17. The World Travel Organization. <http://www.wto.org>.

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.

1. Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г.

1.1. Web of Science

1.2. Scopus

2. Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г.

2.1. Журналы Cambridge University Press

2.2. ProQuest Dissertation & Theses Global

2.3. SAGE Journals

2.4. Журналы Taylor and Francis

3. Профессиональные полнотекстовые БД

3.1 JSTOR

3.2 Издания по общественным и гуманитарным наукам

3.3 Электронная библиотека Grebennikon.ru

4. Компьютерные справочные правовые системы

4.1 Консультант Плюс,

4.2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения интерактивных лекций необходим компьютер и проектор, а также, по возможности, доступ в Интернет для возможности немедленного получения информации.

Для проведения практических занятий необходим специально оборудованный компьютерный класс с установленными пакетами программ MS Office. Кроме того, в процессе подготовки к занятиям, предусматривается использование отдельных видов программного обеспечения (См. Перечень).

Перечень лицензионного программного обеспечения

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
2	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
3	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
4	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
5	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
6	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
7	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
8	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
9	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBrailleViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы практических (семинарских) и лабораторных занятий. Методические указания по организации и проведению

При подготовке к семинарским занятиям используется литература, указанная в пунктах 6.1. и 6.2.

<i>Тема 1</i>	Семинар 1. Признаки и функции сервиса как социального института Основные методы социологического исследования сервисной экономики
<i>Цель занятия:</i>	Выработать у студентов практические навыки составления анкет, подготовки интервью, анализа рабочих документов.
<i>Форма проведения.</i>	Практическое занятие
<i>Вопросы для обсуждения</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные понятия, термины, социально-экономические теории. 2. Понятия услуги, потребности и потребления в социологии. 3. Услуга как социальное взаимодействие. 4. История развития сервиса. 5. Признаки и функции сервиса как социального института.

<i>Тема 2 (6 ч.)</i>	Сервисная экономика как проявление постиндустриальной экономики.
<i>Цель занятия:</i>	Выработать у студентов практические навыки:

	<ul style="list-style-type: none"> • анализа научных источников • публичного представления результатов анализа • ведения дискуссии
<i>Форма проведения.</i>	Дискуссия
<i>Вопросы для обсуждения</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Переход экономики в постиндустриальную фазу 2. Значение сервисной экономики 3. Формы организации сферы услуг 4. Характеристики постиндустриального общества 5. Доля экономики услуг в разных странах 6. Показатели эффективности организации сферы услуг

<i>Тема 3</i>	Особенности становления института сервиса в России. Некоммерческие формы организации оказания услуг.
<i>Цель занятия:</i>	Сформировать у студентов знания о развитии института сервиса в России.
<i>Форма проведения.</i>	Дискуссия по докладам
<i>Вопросы для обсуждения</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Специфика формирования норм и санкции в российском сервисе. 2. Развитие института сервиса в России. 3. Некоммерческое оказание услуг. 4. Благотворительные фонды и некоммерческие организации: цели и организация работы.

<i>Тема 4</i>	Высокоинтеллектуальные услуги как признак развитой экономики.
<i>Цель занятия</i>	Выработать у студентов представление о рынке услуг, его структуре и значимости современных высокоинтеллектуальных услуг
<i>Форма проведения</i>	Дискуссия по докладам
<i>Вопросы для обсуждения</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Структура национального рынка услуг 2. Образование на рынке услуг 3. Экспорт образовательных и других услуг как высокодоходная отрасль экономики 4. Экспорт и импорт услуг. 5. Сопоставление рынка услуг в развитых и развивающихся странах

<i>Тема 5</i>	Маркетинг в сфере оказания услуг.
<i>Цель занятия</i>	Выработать у студентов навыки предпринимательского мышления
<i>Форма проведения</i>	Деловая игра: разработка проектов несколькими группами
<i>Вопросы для обсуждения</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные характеристики услуг. 2. Классификация услуг. 3. Модели маркетинга услуг.(Битнер, Д. Ратмела, П. Эйглие и Е. Ланггарда, Ф. Котлера).

	<p>4. 4. Роль марки и бренда в преодолении проблем, вызванных характеристиками услуг.</p> <p>5. 5. Концепции маркетинга в сфере услуг</p> <p>6. 6. Сущность, подходы, философия и цели внутреннего маркетинга.</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

9.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания предназначены для рационального распределения времени студента по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины. Они составляются на основе сведений о трудоемкости дисциплины, ее содержании и видах работы по ее изучению, а также учебно-методического и информационного обеспечения. В раздел включаются: рекомендации по изучению дисциплины или отдельных тематических разделов, вопросы и задания для самостоятельной работы, материалы, необходимые, для подготовки к занятиям (разделы книг, статьи и т.д.). Раздел может быть представлен в табличной форме.

Вид работы	Содержание	Трудоемкость самостоятельной работы (в часах)	Рекомендации
Подготовка к семинарам	См. вопросы в планах семинарских занятий	28 часов	Прочитать рекомендованную литературу, подготовить ответы на вопросы (см. планы семинарских занятий), при необходимости – найти информацию в Интернет (социологические и статистические данные), провести обследование для разработки эмпирической или прикладной проблемы
Освоение теоретического материалы	См. контрольные вопросы к курсу	20 часов	Освоение теории предполагает как проработку материалов лекций, так работу с источниками и

			литературой в соответствии с рекомендованным списком, составление рецензий на прочитанную литературу
Подготовка к промежуточной аттестации	См. контрольные вопросы к курсу	18	Повторить теоретический материал, освежить в памяти содержание семинарской программы (эмпирические материалы), подготовиться к ответам на контрольные вопросы
Итого по дисциплине		66 часов	

Дисциплина «Социологическое измерение сервисной экономики» является частью профессионального цикла дисциплин учебного плана для направления подготовки 30.03.01 – Социология (академический бакалавр).

Дисциплина реализуется на социологическом факультете кафедрой прикладной социологии.

Цель дисциплины: сформировать у студентов комплекса компетенций, позволяющих проводить социологическое исследование потребителей в сфере сервиса, а также привить навыки анализа организаций, принадлежащих к сервисному сектору экономики.

Задачи дисциплины:

- сформировать представления о предмете, методах и задачах социологии сервисной экономики, ее основных категориях и понятиях
- изучить историю социологического подхода к сфере экономики;
- обучить навыкам социологического исследования сервисных организаций;
- обучить навыкам социологического исследования поведения потребителей в сфере сервиса.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- ✓ ПК-2. Способностью подготовить проектное предложение для проведения социологического исследования (самостоятельно или под руководством)
- ✓ ПКУ-4 - способность самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий

В результате освоения дисциплины студент должен:

- знать специфику отношений между обществом, государством и некоммерческими организациями в процессе обмена ценностями;
- знать специфику социологического взгляда на проблематику потребления и поведения потребителей в сфере сервиса;
- Уметь применять специфический комплекс маркетинга для организаций оказывающих сервисные услуги
- уметь интегрировать знания о процессах потребления с теоретическими основами анализа поведения потребителя в маркетинге для разработки и использования маркетингового инструментария
- Владеть основными методами исследования, применяемых в сфере некоммерческого маркетинга и производства услуг,
- владеть основами социологического подхода анализа потребления в сфере сервиса;
- владеть навыками социологического анализа и практического использования знаний в области социальных коммуникаций, учитывающих специфику формирования эффективной информационной политики в сфере сервиса,
- Владеть методиками построения эффективного коммуникационного канала в сфере маркетингового анализа и практической реализации сервисных услуг;

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, промежуточная аттестация в форме экзамена.
Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачётных единицы,

Приложение 2

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	Приложение №1	31.08.2020г	№1

Автор-составитель

(личная подпись)

(Китайцева О.В.)

1. Структура дисциплины (к п. 2 РПД на 2020)

Структура дисциплины (модуля) для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 114 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 64 ч., самостоятельная работа обучающихся 32 ч., экзамен 18 ч.

№ п/п	Раздел Дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
		Лек	Сем	Промежу точная аттестаци я	Сам	
1	Теоретико-методологические основы социологического исследования сервиса.	6	12		12	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
2	Анализ процессов становления и развития института сервиса в современном российском обществе	8	14		5	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
3	Социологическое исследование сферы услуг	10	14		5	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
	экзамен			18	10	Представления результатов аналитического проекта в виде доклада с презентацией
		24	40	18	32	Всего – 114

Структура дисциплины (модуля) для очно-заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 114 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 32 ч., самостоятельная работа обучающихся 64, ч., экзамен 18 ч.

№ п/п	Раздел Дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
		Лек	Сем	Промежут очная аттестаци я	Сам	
1	Теоретико-методологические основы социологического исследования сервиса.	4	6		10	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
2	Анализ процессов становления и развития института сервиса в современном российском обществе	4	6		14	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
3	Социологическое исследование сферы услуг	6	6		18	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
	экзамен			18	18	Представления результатов аналитического проекта в виде доклада с презентацией
		14	18	18	64	Всего – 114

Структура дисциплины (модуля) для заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 114 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 12 ч., самостоятельная работа обучающихся 93, ч., экзамен 9 ч.

№ п/п	Раздел Дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
		Лек	Сем	Промежу точная аттестац ия	Сам	
1	Теоретико-методологические основы социологического исследования сервиса.	2			22	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
2	Анализ процессов становления и развития института сервиса в современном российском обществе	2	2		20	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
3	Социологическое исследование сферы услуг	2	4		42	Дискуссия, презентации. Устный ответ на семинаре.
	экзамен			9		Представления результатов аналитического проекта в виде доклада с презентацией
		6	6	9	93	Всего – 114

2. Образовательные технологии (к п.4 на 2020 г.)

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;

– электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;

– системы для электронного тестирования;

– консультации с использованием телекоммуникационных средств.

3. Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)

1. Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г.

1.1. Web of Science

1.2. Scopus

2. Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г.

2.1. Журналы Cambridge University Press

2.2. ProQuest Dissertation & Theses Global

2.3. SAGE Journals

2.4. Журналы Taylor and Francis

3. Профессиональные полнотекстовые БД

3.1 JSTOR

3.2 Издания по общественным и гуманитарным наукам

3.3 Электронная библиотека Grebennikov.ru

4. Компьютерные справочные правовые системы

4.1 Консультант Плюс,

4.2. Гарант

4. Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)

Перечень лицензионного программного обеспечения

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное

7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное