

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФИЛИАЛ ФГБОУ ВО «ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. НАХОДКЕ

КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И ИСКУССТВОВЕДЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ 2

Рабочая программа дисциплины

по направлениям подготовки

43.03.01 Сервис

профиль Управление в жилищно-коммунальном хозяйстве

Рабочая программа дисциплины «Курсовое проектирование – 2» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль подготовки «Управление в жилищно-коммунальном хозяйстве» Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 05 апреля 2017 г. № 301).


Составитель: Соломонова Л.В., старший преподаватель кафедры гуманитарных и искусствоведческих дисциплин

Утверждена на заседании кафедры дизайна и сервиса от 14.04.2011 года, протокол № 8.


Редакция 2015 года, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры гуманитарных и искусствоведческих дисциплин от 24.06.2015 года, протокол № 9

Редакция 2016 года, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры гуманитарных и искусствоведческих дисциплин от «07» июня 2016 года, протокол № 10.

Редакция 2018 года, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры гуманитарных и искусствоведческих дисциплин от «28» апреля 2018 года, протокол № 9.

Заведующий кафедрой (разработчика)  Дикусарова М.Ю.

«28» апреля 2018 года

Заведующий кафедрой (выпускающей)  Дикусарова М.Ю.

«28» апреля 2018 года

1 Цели и задачи курсовой работы

Главной и основной целью любого курсового проекта является проверка полученных знаний и закрепление их при исследовании различных аспектов, связанных как с теоретической, так и с практической частями работы. Курсовой проект по своей тематике рассчитан таким образом, что любая тема так или иначе связана с содержанием большинства разделов данных учебных курсов.

Курсовое проектирование сосредоточивает студента на решение следующих задач: - сбор и анализ материала, касающегося выбранной им темы;

- обоснования актуальности исследования, определение его цели и задач

- определение и построение в определенной последовательности этапов практического решения аспектов проблемы;

- на базе полученных знаний, навыков и умений, обоснование полученных результатов.

Данные цель и задачи, заявленные как необходимое условие курсовой работы, позволяют студенту получить навыки решения исследуемой проблемы, умения анализировать необходимые литературные источники, и проявление творческой самостоятельности в исследовании. Кроме того, данная курсовая работа аккумулирует знания по основным дисциплинам, таким как: речевая коммуникация, деловая коммуникация в сервисе, сервисная деятельность, технология создания имиджа, стратегия профессиональной эффективности, невербальные средства общения, индивидуальный стиль в одежде, знания, которых помогут сделать данную работу более полной.

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, владения и/или опыт деятельности, характеризующие этапы/уровни формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Формируемые компетенции

Название ОПОП ВО (сокращенное название)	Компетенции	Название компетенции	Составляющие компетенции	
БСС	ОК-5	способностью к самоорганизации и самообразованию	Владения:	способностью к самоорганизации и самообразованию
	ОПК-2	готовность разрабатывать технологии процесса сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя	Знания:	основы организации технологического процесса сервиса
Умения:			представить необходимые условия для организации контактной зоны предприятия сервиса	

			Владения:	применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня профессиональной компетентности
ОПК-3	готовностью организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя		Знания	Знать теоретические основы маркетинга, особенности маркетинга услуг; состав и содержание комплекса маркетинга услуг, факторы маркетинговой среды и профессиональной квалификации; технологию сбора и использования информации о потребителях, их поведении на рынках; специфику поведения потребителей на рынке услуг, источники получения информации о предпочтениях потребителей.
			Умения	Уметь проводить исследования рынка и реализовывать продвижение услуг; определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг; прогнозировать спрос и предложение на услуги; выявлять главные психологические особенности потребителей.
			Владения	Владеть приемами изучения предпочтений потребителей; навыками и методами проведения маркетинговых исследований в сервисе; методами анализа полученных данных.
ПК-6	готовность к разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий		Знания	систему маркетинга, особенности продвижения услуг; теоретические основы информатики и информационных технологий
			Умения	демонстрировать применение современных информационных технологий; проводить исследования рынка и осуществлять продвижение услуг; работать с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях

			Владения	навыками в области информатики, применения специальных и прикладных программных средств, работы в компьютерных сетях
--	--	--	----------	--

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Курсовое проектирование 2» относится к вариативным дисциплинам, изучается студентами в соответствии с учебным планом ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 43.03.01 Сервис.

4 Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Индекс	Семестр курс	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
				лек		прак	лаб	ПА	КСР			
Б-СС	ОФО	Б.1.В.17	7	7	8				1	7	244	КР

5 Структура и содержание дисциплины (модуля)

В общем случае перечень разделов и их содержание определяется конкретной темой курсовой работы. При выполнении работ исследовательского характера содержание курсовой работы должно состоять из следующих основных частей:

- введения;
- основной части (в соответствии с темой работы);
- заключения;
- списка использованной литературы;
- приложения.

Обычно основная часть курсовой работы состоит из теоретической и эмпирической части. Рекомендуется теоретическое исследование представить в двух разделах. В первом разделе рассматриваются вопросы, относящиеся к объекту исследования, во втором – к предмету. При такой структуре оптимально каждый раздел теоретического исследования разделить на два подраздела. Если в работе теоретические исследования представлены в одном разделе, то соответственно число подразделов увеличивается. При такой структуре теоретическая часть разделяется на три-четыре подраздела. Эмпирическая часть исследования, как правило, представляется в одном разделе, состоящем из трех-четырех подразделов.

Следует отметить, что эмпирическая часть исследования так же может быть разделена на два раздела, если логика построения работы диктует выделить разработку рекомендаций по совершенствованию и оптимизации деятельности или формированию подходов к решению исследуемых проблем на предприятии в отдельный раздел.

Разработка каждой составной части имеет свои особенности.

Введение. В соответствии с общепринятыми правилами оформления курсовых работ во введении необходимо:

- дать краткое обоснование выбранной темы, ее актуальность и необходимость решения проблемы в современных условиях;
- сформулировать научную новизну и практическую значимость работы;

- представить анализ использованных источников;
- определить объект и предмет исследования;
- определить цель и задачи исследования;
- предоставить информационную базу исследования;
- определить методологический подход;
- предоставить перечень использованных методов исследования.

Введение также должно содержать характеристику структуры курсовой работы. Объем введения составляет 1-2 страницы.

Актуальность темы определяется значимостью рассматриваемой проблемы для различных сфер деятельности фирмы в условиях рынка, степени внимания уделяемого данной проблеме руководством фирмы и современным состоянием проблемы на данном этапе экономического развития сервисных предприятий.

Анализ использованных источников представляет собой краткий перечень вопросов, относящихся к исследуемой теме рассматриваемых авторами работ. Учитывая, что при выполнении курсовой работы студент использует значительное количество источников при их анализе, в ведении отмечаются наиболее значимые по полноте и глубине раскрытия исследуемой проблемы.

Выбор объекта и предмета исследования. Объект является более широким понятием темы. Предмет является составной частью объекта и определяет конкретное направление исследования. Например, для темы:

- «Влияние коммуникативных характеристик персонала на эффективность работы компании» объектом исследования является эффективность работы компании, предметом исследования - коммуникативные характеристики персонала конкретного предприятия;
- «Качественные аспекты организации процесса продаж малого торгового предприятия» объект исследования – управление качеством, предмет исследования – качество организации процесса продаж малого торгового предприятия;
- «Качество трудовой жизни социальных работников» объект исследования – трудовая жизнь, как компонент управления персоналом (или управление персоналом), предмет исследования – качество трудовой жизни социальных работников;
- «Аспекты организации детского клуба в контексте развития творческого потенциала личности» объект исследования – развитие творческого потенциала личности, предмет исследования – организация детского клуба;
- «Исследование технологии управления персоналом в сфере дополнительного профессионального образования» объект исследования – управление персоналом, предмет исследования – технологии управления персоналом в сфере дополнительного профессионального образования;
- «Организация процесса продаж на предприятии розничной торговли» объект исследования – деятельность предприятий розничной торговли, предмет исследования – процесс продаж на предприятии розничной торговли.

Цель исследования определяется темой курсовой работы. Задачи исследования определяют содержание основной части курсовой работы и формулируются в соответствии с подразделами или укрупняются в соответствии с разделами курсовой работы (оптимально ставится не более 5-6 задач). При формулировке задач используются глаголы: выявить, определить, исследовать, обозначить, проанализировать, рассмотреть, сформулировать, обобщить, охарактеризовать, разработать и т.д.

Содержание основной части должно точно соответствовать теме работы и полностью ее раскрывать. В основной части отражаются теоретические и практические результаты исследования, расчеты, обобщение результатов, графический материал, обоснование программы исследования, анализ полученных данных и рекомендации по совершенствованию. Курсовой проект должен содержать расширенную (по сравнению с материалами лекций и учебников) теоретическую и практическую части.

Теоретические исследования. Теоретическая глава представлена аналитической, информационной частью курсового исследования, включающей в себя анализ аспектов той или иной проблемы, выбранной студентом для курсовой работы. При этом выявляется умение студентов работать с различными информационными источниками (учебная, научная литература, интернет). Цель данного анализа определить уровень разработанности тех или иных вопросов, связанных с темой исследования, что позволяет выявить проблемные моменты и создать научную базу для эмпирического исследования.

Теоретические исследования должны в полной мере раскрывать тему, в соответствии с выбранным объектом и предметом исследования, поставленными задачами и спецификой деятельности исследуемого предприятия. Студенту необходимо помнить, что каждое слово в теме несет смысловую нагрузку определяющую содержание как теоретической, так и практической части.

Теоретическая часть должна содержать изложение основных теоретических и методологических положений по выбранной теме, освоенных в результате работы студента над литературными источниками.

В этой части курсовой работы необходимо показать знание рекомендованных научно-исследовательских и учебно-методических публикаций, умение критически подходить к рассмотрению проблем, воспринимать отечественный и зарубежный опыт, отвечающий целям и задачам курсовой работы. Важно продемонстрировать навыки общения, систематизации и структуризации полученных знаний, их приложения к анализу исследуемой проблемы и раскрытию ее сущности.

Для работы над теоретической частью ценным является привлечение для анализа статей, научных монографий, рефератов и другой тематической литературы, в которой разработаны отдельные аспекты проблемы.

При разработке данного раздела следует иметь в виду, что материалы, по выбранной теме, содержащиеся в лекционных курсах и имеющихся учебниках, должны восприниматься студентом как уже известные истины, и если при этом студентом не высказывается оригинальное суждения, то эти материалы не подлежат описанию.

Теоретическая часть включает в себя аналитическо-информационную поддержку исследования выделенных компонентов (аспектов) изучаемой проблемы и состоит из нескольких разделов (подразделов) в которых дается общая сущностная характеристика изучаемой проблемы, рассматриваются составляющие ее аспекты, обосновываются подходы к решению задач.

Например: исследование, направленное на анализ влияния коммуникативных характеристик персонала на эффективность работы компании предполагает следующую последовательность анализа: в первом разделе целесообразно рассмотреть теоретические аспекты понятия «эффективность работы компании» и методы её определения; во втором определить влияние коммуникативных характеристик персонала на эффективность работы компании в соответствии со спецификой её деятельности.

В теоретической части курсовой работы рекомендуется:

- определить сущность исследуемой проблемы, установить, в чем главная цель реализации рассматриваемой проблемы в деятельности организации, ее место в системе сложившейся организации деятельности. Дать характеристику степени приоритетности проблемы в литературных источниках;

- обобщить опыт (как положительный, так и негативный) и уровень реализации рассматриваемой проблемы в деятельности отечественных и зарубежных организаций;

- определить состав и краткое содержание принципов и методов реализации изучаемой проблемы на практике;

- определить какие процессы составляют основу рассматриваемой проблемы, выделить ключевые аспекты и компоненты;

- выявить факторные элементы менеджмента фирмы, оказывающие влияние на фирму и степень реализации проблемы на предприятии;
- определить особенности организации конкретной сервисной деятельности в контексте исследуемой проблемы;
- определить подходы, инструменты и методы анализа состояния исследуемой проблемы на предприятии.

Для тем направленных на решение вопросов по организации новых предприятий важными составляющими теоретической части являются:

- характеристика специфических особенностей организации сервисной деятельности по выбранному направлению;
- клиентские технологии, требования к персоналу, ассортиментная и сервисная политика, параметры качества;
- факторы и тенденции развития выбранного направления сферы сервиса;
- организационно-правовые, производственно-технологические, психологические и др. аспекты организации деятельности предприятий оказывающих аналогичные услуги.

Эмпирические исследования. В задачу эмпирической части входит практический анализ предмета исследования, на материале конкретного сервисного предприятия, являющегося в данном разделе объектом исследования.

Данная часть должна содержать подробную характеристику организации деятельности (менеджмента) конкретного предприятия в контексте исследуемой проблемы, включая формальные и неформальные составляющие, позволяющую дать полный всесторонний анализ современного (реального) состояния исследуемой проблемы, выявить основные позитивные и проблемные компоненты, наметить и разработать рекомендации по совершенствованию деятельности предприятия.

Например: эмпирическая часть курсовой работы, выполненной по теме «Влияние коммуникативных характеристик персонала на эффективность работы компании» должна содержать описание деятельности предприятия, его организационной структуры, анализ личностных характеристик персонала, их сильных и слабых сторон, социотипа, стиля взаимодействия, выработку рекомендаций.

В эмпирической части курсовой работы рекомендуется:

- дать в зависимости от темы общую характеристику предприятия или общую характеристику организационной культуры;
- дать подробную характеристику реального состояния исследуемого вопроса;
- оценить соответствие подходов руководства фирмы современным тенденциям, инновационность, негативность или позитивность ситуации в исследуемом вопросе;
- дать объективную и субъективную оценку результативности деятельности фирмы в контексте исследуемой проблемы;
- выявить причины негативной ситуации по рассматриваемой проблеме, определить их место в производственной или управляющей системе и возможность изменений в позитивную сторону;
- наметить пути позитивного развития и разработать рекомендации по совершенствованию состояния означенной проблемы.

Для тем направленных на решение вопросов организации новых предприятий важными составляющими эмпирической части являются:

- исследование актуальности создания сервисной фирмы соответствующего направления;
- разработка товарной политики предприятия, формирование моделей-предложений, уровня и качества сервиса;
- разработка производственно-технологических и организационных вопросов;
- экономическое обоснование эффективности предлагаемых решений.

К общей характеристике предприятия относятся краткие общие сведения об организации: название, цели и задачи, историческая справка, классификационная характеристика, на-

правление деятельности, организационная структура, функциональные взаимосвязи и характер организационных отношений, уровень организационной культуры.

Характеристика организационной культуры дополняется более подробной характеристикой ценностей организации, миссией и философией организации, уровнем формализации различных аспектов корпоративной культуры и т.д.

Выполнение эмпирической части предполагает использование различных методов и инструментов исследования: метод включенного наблюдения, опрос, в том числе анкетирование и интервьюирование, методы выявления и анализа проблем, инструменты качества, методы анализа и оптимизации бизнес-процессов и т.д. Важную роль при выполнении эмпирической части играет работа с документацией, информационными базами и статистическая обработка данных. Методы психодиагностики и анкетирования целесообразно использовать как для субъективной, так и для объективной оценки.

Например: Эмпирическое исследование по теме «Влияние коммуникативных характеристик персонала на эффективность работы компании» требует использования измерительного материала: тестов, опросников, интервью. С помощью психодиагностических методик определяются особенности взаимоотношений в коллективе, психологический микроклимат, стили руководства, тип корпоративной культуры, уровень коммуникативных характеристик персонала. Используя методы математической обработки данных, можно выявить научную значимость и достоверность полученных результатов.

С целью оптимизации выполнения эмпирических исследований студенты должны предварительно составить программу исследования, обеспечивающую комплексный системный подход. Исследовательская база должна быть обоснована и утверждается руководителем. Используя методы математической обработки данных, можно выявить научную значимость и достоверность полученных результатов. Эмпирический раздел работы должен содержать выводы и рекомендации.

Заключение. Заключение должно содержать анализ полученных результатов в соответствии с целями и задачами, поставленными во введении, основные выводы о проведенном исследовании. Выводы делаются по каждому подразделу теоретической и эмпирической части. Объем заключения 2–3 страницы.

Список литературных источников. В списке литературы указываются все источники на которые дается ссылка основной части курсовой работы. Следует обращать внимание на год издания используемых литературных источников, предпочтение следует отдавать литературным источникам с годом издания не позднее 2005 года, при этом не исключается использование и более ранних изданий, если последние не потеряли свою актуальность.

Приложение. В приложение может быть включен различный дополнительный материал, характеризующий деятельность фирмы, документы предприятия, фотографии, разработанные анкеты, дополнительный детальный анализ различных характеристик и т.д.

Оформление курсовой работы должно производиться в соответствии с стандартом ВГУЭС (СК-СТО-ТР-04-1.005-2015 –Требования к оформлению текстовой части выпускных квалификационных работ, курсовых работ (проектов), рефератов, контрольных работ, отчетов по практикам, лабораторным работам).

6 Методика выполнения курсовой работы

Можно порекомендовать следующий алгоритм работы над курсовой работой:

- 1) Знакомство с данными методическими указаниями.
- 2) Выбор темы и согласование ее с руководителем, составление плана работы, осознание и формулирование цели работы.
- 3) Изучение источников, которые дадут информацию для освещения теоретических и практических аспектов работы (учебная, научная литература; монографии; авторефераты; статьи, первичная информация и т.п.).

4) Уточнение темы и плана работы, утверждение у руководителя окончательного варианта.

5) Полномасштабный подбор литературы и сбор необходимой информации для практической части.

6) Написание курсовой работы.

Подбор литературы целесообразно начинать с изучения тех книг и периодических изданий, которые рекомендованы научным руководителем. При изучении периодических изданий лучше всего использовать последние в году номера журналов, где помещается указатель

Материал должен излагаться в соответствии с названием и целевой установкой работы, логически стройно и последовательно, выводы должны быть аргументированы. При этом нужно четко осознавать, что цель работы состоит не в простом описании поставленных в плане вопросов, а в анализе существующих проблем управления деятельностью экономических субъектов и обосновании предложений по решению этих проблем.

Сроки выполнения каждого этапа определяет преподаватель в соответствии с графиком учебного процесса. Студент вправе обратиться к преподавателю за консультацией по любому вопросу, возникающему в ходе подготовки курсовой работы, соблюдая при этом нормативы времени, отведенные на консультации. Преподаватель консультирует студента по вопросам, связанным с составлением плана работы, выбором источников, использованием литературы, формированием основного содержания работы, составлением введения и заключения, оформлением работы. В процессе консультаций преподаватель контролирует подготовку курсовой работы, знакомится с текстом и делает свои замечания.

Консультации по курсовой работе проводятся в часы, предусмотренные учебным планом.

Курсовая работа по дисциплине «Курсовое проектирование 2» должна отвечать ряду требований:

- тематика, предмет и объект исследования должны быть актуальными;
- содержание и форма подачи материала должны быть конкретными;
- работа должна быть оформлена в соответствии с предъявляемыми требованиями.

Выполненная работа сдается на проверку научному руководителю и подписывается к защите или возвращается на доработку. Для успешной защиты работы студент должен свободно ориентироваться в представленном материале. В процессе защиты студент должен кратко (в течение 5 минут) обосновать актуальность темы, раскрыть цель и основное содержание работы. Особое внимание необходимо уделить полученным результатам, сделанным выводам и предложенным в работе рекомендациям. Использование письменного текста работы в процессе защиты не допускается. Ответы на вопросы и критические замечания должны быть краткими и касаться только существа дела. В ответах и выводах следует оперировать фактами и практическим результатами, полученными в результате выполнения работы.

Критерии оценки. Итоговая оценка «отлично» выставляется в том случае, если студент четко обозначил цели и задачи курсовой работы, полностью раскрыл содержание проблемы, сумел сформировать самостоятельные выводы, использовал представительный список источников, оформил работу в соответствии с принятыми стандартами, при защите работы показал высокий уровень знаний.

Итоговая оценка «хорошо» выставляется в том случае, если курсовая работа соответствует предъявляемым требованиям, однако автор не сумел учесть все замечания руководителя по доработке и ответить на некоторые вопросы при ее защите.

Итоговая оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент не сумел выполнить некоторые требования, предъявляемые к курсовой работе, в частности не сумел сформулировать самостоятельные выводы, а также испытывал затруднения при ее защите.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в том случае, если студент не учел ключевые требования, предъявляемые к курсовой работе. В случае неудовлетворительной

оценки работа подлежит повторному выполнению с обязательной сменой тематики.

Курсовая работа должна быть написана в сроки, устанавливаемые кафедрой. Несвоевременное представление курсовой работы на кафедру приравнивается к неявке на экзамен, поэтому студент, не сдавший без уважительных причин в срок курсовую работу, получает неудовлетворительную оценку, считается имеющим академическую задолженность.

Положительная оценка за курсовую работу выставляется в ведомость и зачетную книжку студента, а по окончании университета – в приложение к диплому. В случае неудовлетворительной оценки студент должен написать курсовую работу по новой теме или, по решению комиссии, доработать возвращенную работу.

Защищенные курсовые работы студентам не возвращаются и хранятся в архиве кафедры.

7 Тематика курсовых работ

Основу тематики курсового проектирования составляют содержание дисциплин учебного курса «Креативные технологии в социально-культурном сервисе» и учебного курса «Невербальные средства общения», сущность которых раскрыта в лекционном материале и практических занятиях данных курсов.

Материалом исследования может являться анализ подходов к процессу создания имиджа, характеристика и функции, принципы и особенности его формирования.

Одна из тем данного раздела может быть посвящена основным социокультурным составляющим имиджа, таким как: мифологические (архетипические образы личности в политике, на телеэкране и проч.); мифологизация в процессе формирования имиджа фирмы, среды, товара и т.д.; символические (знаки символы, которые передаёт человек посредством речи, кинесики, мимики, оформление окружающего пространства;), социологические (социальные роли, востребованные целевой аудиторией, помогаю быть успешным в обществе).

Также исследование может быть посвящено технологии формирования индивидуального гендерного имиджа для решения проблемы определённой жизненной ситуации, (например, необходимости обратить на себя внимание лиц противоположного пола для замужества или женитьбы), или для улучшения профессиональной деятельности. Исследование строится следующим образом.

Отдельные темы данного раздела посвящены ролевому поведению, методам актёрского мастерства и режиссуры, драмотерапии в процессе формирования имиджа как формам имиджирования, в которых, на материале пьес мировой драматургии используются отдельные приёмы работы над образом ведущих мастеров актёрского творчества: К.С. Станиславского, М. Чехова, В. Мейерхольда и др. Студентам можно предложить темы для исследования, посвященные отдельным аспектам индивидуального имиджа – например, вербальным.

Одна из тем исследования «Особенности формирования профессионального имиджа» связана с анализом и построением имиджа делового человека, телеведущего, политика, учителя и т.д. Тематика курсовых работ при этом посвящена исследованию сущностных характеристик деятельности клиента, его «Я-концепции», поведенческим, эмоциональным, когнитивным характеристикам. В технологии формирования имиджа необходимо опираться на архетипический образ, символические составляющие, поведенческие роли.

«Технология формирования имиджа телеведущего в контексте направленности телепередачи» требует определения особенностей данной передачи, её отличий от других аналогичных, выявление архетипического образа, лежащего в основе имиджа телеведущего, определения его символических характеристик, ролевого репертуара, манеры поведения, интонации голоса, кинетических проявлений. Отдельно нужно остановиться на невербальных аспектах этого направления индивидуального имиджирования. Ещё одной важной темой для исследования является деятельность политика, имиджирование в процессе предвыборной кампании. В рамках данной темы могут анализироваться образы известных политиков, их отличительные характеристики в контексте деятельности партии, с учетом предвыборной

программы и требований к кандидату целевой аудиторией.

Вторая часть курсового проектирования 2 раздел «Секреты управления» связан с психологическими аспектами управленческой деятельности. Тематика курсовых работ данного раздела посвящена следующим аспектам: исследование сущностных характеристик деятельности руководителя, где анализируются сущность терминов власть, формальное, неформальное лидерство; формы влияния; рассматривается многообразие ролей руководителя. Например: «Роль руководителя как гаранта успешной деятельности предприятия». Здесь необходимо определить особенности сервисной деятельности данного предприятия, выявить управленческую модель, охарактеризовать стиль руководства, личностный и профессиональный имидж руководителя, дать срез мнения персонала о руководителе и с этих позиций обосновать выводы по цели и задачам исследования.

Ряд тем могут быть связаны с рассмотрением личности как объекта управления, где необходимо проанализировать новую управленческую парадигму с ее установкой на значимость человеческого фактора в производственной деятельности. Некоторые темы данного раздела направлены на исследования значения мотивации как фактора управления личностью, где имеет значение анализ иерархии потребностей. Например: «Мотивация как стратегия работы с персоналом». Рассматривается содержание понятия «мотивация», ее значение для личности, механизм управления персоналом через анализ иерархии потребностей членов коллектива. Ряд работ связан с изучением принципов работы с потребителями. Тематика курсовых направлена на анализ факторов внешнего влияния на потребительское решение; исследование разнообразия культурных ценностей общества, как значимого фактора, как значимого фактора потребительского интереса; взаимную зависимость социального статуса и сегмента рынка; анализ моделей потребительского спроса. Например: «Тактика работы с потребителем» предполагает классификацию потребителей, характеристику стимулов потребительского спроса, типов ситуаций принятия потребительских решений, анализ этапов продаж и форм сопротивления клиента. Темы курсовых работ, связанных с исследованием конкурентной способности предприятия предполагают рассмотрение роли конкуренции как способа борьбы за рынок. Например: «Анализ конкурентных преимуществ данного предприятия». Рассматриваются характерные особенности данного предприятия, сравниваются с предприятиями такого же содержания сервисной деятельности по определенным параметрам, важным для данного сервиса; выявляются те из них, на которые следует повлиять для усиления конкурентоспособности анализируемого предприятия, вырабатывается стратегия борьбы с конкурентами. Темы, связанные с психологическими аспектами рекламной деятельности предполагают анализ таких аспектов, как виды рекламы; значение ее для престижа предприятия, как средства продвижения товара; расширения сбыта продукции. Например: «Психологические особенности рекламы». Рассматриваются сущностные характеристики этого вида деятельности, арсенал изобразительных и выразительных средств, анализируются их особенности в аспекте психологического воздействия на потребителя, рассматривается рекламная деятельность рекламного предприятия с точки зрения ее эффективности.

Третья часть курсового проектирования 2 основана на изучении и практическом освоении невербальных аспектов коммуникации. Исследование кинетических особенностей представителей в профессиональной деятельности (на примере представителей учителей, спортсменов, банковских, таможенных служащих, представителей игорных заведений, и т.д. Например: «Исследование кинетических особенностей учителя в педагогической деятельности»).

Исследование кинетических особенностей специалиста сферы обслуживания в коммуникативном процессе (на примере официантов, администраторов, менеджеров, торговых представителей и т.д. Например: «Исследование кинетических особенностей администратора в коммуникативном процессе»). Рассматривается сфера сервиса, его функции, структура, виды; значение коммуникативного процесса; психологические особенности и типы клиента; жестовые предпочтения и способы установления контакта между специалистом сферы сер-

виса и клиентом; конфликтные ситуации и возможность их предупреждения при помощи языка тела и т.д.

Исследование гендерных различий в кинесике (на примере гендерных различий в кинесике мужчин, женщин. Например: «Исследование гендерных различий в кинесике мужчин») Рассматриваются понятия гендер, его особенность и значение; различие и сходство полов, эволюция полов, культура и поведение, поведение и установки, кинетические особенности пола, социальные и гендерные роли. В практической части рассматриваются ситуации различного гендерного поведения относительно выбранного пола.

Исследование особенности языка тела в аспекте этикета (на примере современного этикета, делового или дипломатического этикета, придворного этикета, этикета поклонов, развитие этикета в историческом аспекте, особенности средневекового этикета и т.д. Например: «Особенности языка тела в деловом этикете»). Рассматриваются понятия и значения этикета в современном мире, особенности и возникновения этикета, значение делового этикета, жестовые особенности в этикете. В практической части рассматриваются жестовые особенности этикета в контексте выбранной направленности. Исследование жестовых особенностей в рекламе (на примере рекламы TV, печатной рекламы, реклам глянцевого журналов, уличных щитовых реклам и т.д. Например «Исследование жестовых особенностей в TV рекламе») В теоретической части рассматриваются особенности и значение имиджа и рекламы в современной жизни, особенности рекламной деятельности, теория написания сценариев для рекламы, психология восприятия, ассоциации и первого впечатления, особенности жестового языка и его выразительность, значение символов и символики, миф и его особенность и т.д. В практической части на визуальных материалах провести анализ языка жестов и символики выбранного вида рекламы. Исследование составляющих невербальной семиотики: соотношение знака и значения (на примере языка танца, ритуала; языка одежды и украшений; знаковых и коммуникативных функций пищи; языка запахов; языка объектов, которыми человек окружает свой мир, языка геральдики, символов и символики, символика цвета, особенности голосового года и т.д. Например: «Исследование языка танца: соотношение знака и значения»). Рассматриваются история возникновения выбранного невербального языка его функции, значения, первоисходные составляющие и их влияния на общество, история трансформации языка и его значение на современном этапе, человек как носитель знаков, а так же интерпретация его предпочтений и т.д. В практической части - практические исследования по данной теме.

Исследование особенности жестов (на примере агрессивных жестов; сексуальных жестов; жестов лжи; языка глаз; жестов тактильной или проксемики коммуникации; аудиальной или временной коммуникации; взаимосвязь кинесики и темперамента и т.д.) Рассматриваются особенности появления и развития выбранных жестов, их значение, функции, психологическая наполненность, варианты проявления у человека и т.д. В практической части на видео и фото материалах проводится анализ и их значение в поведении человека.

Исследование жестовых особенностей представителей разных стран (культур) (на примере Кореи, Китая, Японии, Америки, России, Италии, Франции, Германии, малых народностей, племен, а так же разновидности жестовых языков и т.д. Например: «Исследование жестовых особенностей представителей Китайской культуры»). Рассматриваются особенности выбранной культуры, этические и этикетные нормы, ритуальные особенности и особенности традиций, жесты, которые изначально свойственные этой культуре и заимствованные жесты, особенности деловых жестов и жестов в бытовом обиходе, и т.д. В практической части приводятся фото материалы конкретных жестов и их интерпретация.

Ряд курсовых работ может быть посвящен принципам группового имиджирования.

Тематику курсовых работ могут составить проблемы формирования имиджа семьи, при этом подробно изучаются традиции, обычаи и внутренняя культура отдельно взятой семьи, особенности воспитания детей, семейные династии, брачно-партнерские отношения родителей. Анализируются семейные летописи, фото и видеотека, особенности формирования

внутрисемейного мифа, герба или эмблемы и другие факторы, оказывающие влияние на имидж семьи.

В этом разделе курсовая работа может быть посвящена анализу организационной и корпоративной культуры предприятия и особенностям формирования имиджа фирмы в целом. Здесь в основу исследования положены вопросы построения информационных потоков внутри и вне организации (имидж персонала, социальный имидж предприятия и др.); управленческая модель (стиль руководства предприятием, способность делегировать полномочия и т.д.); особенности построения межличностного общения; психологический климат коллектива, влияющих как на организационную культуру самого предприятия, так и на его имидж в представлениях целевой аудиторией. При этом, рассматриваются сущностные характеристики корпоративной культуры, анализируются особенности деятельности определенного предприятия, выявляются элементы, составляющие корпоративную культуру, определяется ее значение для деятельности данного предприятия. Анализируется имидж персонала, определяются традиции и ценности предприятия, методы обучения персонала, имидж руководителя предприятия и стиль руководства коллективом. Исследуются подходы к построению социального имиджа, изучение потребительского интереса. Особенности формирования и продвижения товара – следующая тема исследования в этом направлении, предполагающая изучение потребительского рынка и применение специальных способов и приемов формирования и продвижения товара на рынок и в торговых точках.

Темы курсовых работ, связанных с исследованием имиджа в шоу-бизнесе предполагают рассмотрение имиджа молодёжной массовой культуры, особенностей публичного имиджа музыкальных и других кумиров. При этом определяются конкурентные преимущества объекта шоу-бизнеса, их целевая направленность в построении программы выступления. При исследовании имиджа музыкальных кумиров рассматриваются характерные особенности данного музыканта, сравнивается с другими исполнителями такого же музыкального направления по определенным параметрам, важным для данного направления; выявляются те из них, которые следует выделить для усиления конкурентоспособности анализируемого объекта, вырабатывается технология построения нового образа, используя архетипический образ, символические характеристики, особенность в манере поведения и т.д. Темы, связанные с построением имиджа бренда или средового имиджа, предполагают анализ таких аспектов, как: потребительские свойства товара или услуги, целевая группа потребителей; анализ конкурентов, для того, чтобы найти уникальность бренда или среды. При этом разрабатываются рекламные визуальные образы, проявляющиеся в логотипе буклетах и другой визуальной продукции. Рассматриваются сущностные характеристики объекта (товара, услуги, предприятия), арсенал изобразительных и выразительных средств, качества бренда и вызываемые им эмоции. Анализируются их особенности. Бренд рассматривается как совокупность идей, представлений, образов, ассоциаций в аспекте известности, статуса, положительного восприятия со стороны социума.

Содержанием темы «Имидж города» может быть исследование его внешнего и внутреннего имидж, ресурсного потенциала, международного рейтинга. При этом предполагается анализ истории, культурных и национальных особенностей в развитии города, его туристкой деятельности; научно-технических и промышленных составляющих, основных направлений деятельности жителей региона и прочее. Рассматриваются следующие характеристики города: герб, мифы и легенды, отражающиеся в символике города.

Тема курсовой работы, посвящённая разработке тренинга по созданию индивидуального и группового имиджа должна включать анализ подходов по организации самого тренинга, а также упражнения, направленные на формирование имиджа человека или организации. Например: разработка мастер-плана, формулировка краткосрочных и долгосрочных целей, определение девиза организации, разработка кодекса поведения, традиций и обрядов, внедряемых в деятельность предприятия.

Курсовое проектирование 2 выполняется студентом самостоятельно под руководством

преподавателей. Со стороны преподавателей осуществляется систематический контроль и консультирование по отдельным вопросам.

Для выполнения курсового проектирования 2 студенту необходимо выбрать тему, согласно своим приоритетам и согласовать ее с руководителем. Дальнейшая работа над темой предполагает оснащение поставленной проблемы теоретической базой, сущность которой составляет проработка специальных опубликованных источников и выявление узловых моментов, важнейших для решения проблемы. Все перечисленное является основой для эмпирической части курсовой работы. При ее выполнении необходимо стремиться к тому, чтобы собранный материал и полученные результаты могли иметь практическую значимость.

Темы курсовых работ, разработанные преподавателем, утверждаются на заседании кафедры и предлагаются для выбора студентам. Студент имеет право предложить свою тему, которая

согласовывается с руководителем и утверждается заведующим кафедрой. Оптимальным может быть вариант, если студент определит для работы тему, не очень хорошо усвоенную или не до конца проработанную в учебном процессе. Это позволит не только восполнить пробелы, но и углубить свои знания по данной дисциплине в целом.

Выбор темы целесообразно обосновывать исходя из ее значимости в будущей профессиональной деятельности, ее практической полезности и возможности при исследовании синтезировать полученные знания при изучении следующих дисциплин: Деловая коммуникация в сервисе, Сервисная деятельность, Мировая культура и искусство, Профессиональная этика и этикет и др. Подготовленное курсовое проектирование 2 должно быть проверено руководителем и защищено перед комиссией.

8 Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Сервисная деятельность: учебное пособие [Электронный ресурс] / Новосибирск: НГТУ, 2013. - 130 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229143>
2. Романович Ж.А. Сервисная деятельность: учебник [Электронный ресурс] / Ж.А. Романович, С.Л. Калачев. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 284 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221313>
3. Ткаченко Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учебное пособие [Электронный ресурс] / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 337 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422>
4. Гукова О.Н. Предпринимательство в сфере сервиса. - М.: Форум, 2014 - 176 с.(ПО)
5. Крутик А.Б. Предпринимательство в сфере сервиса. - М.: Академия, 2012
6. Лапуста М.Г. Предпринимательство. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 384 с.(ВО)
7. Технологии и методы оздоровительного сервиса / под ред. Е.А.Сигиды.-М.: Инфра-М, 2012
8. Ушакова Н.В. Имиджелогия.-М.: Дашков и К, 2013
9. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг. - М.: Академия, 2012
10. Асанова И.М. Деятельность службы приема и размещения.- М.: Академия, 2011
11. Гаврилова А.Е. Деятельность административно-хозяйственной службы.-М.: Академия, 2012
12. Джум Т.А., Денисова Н.И. Организация гостиничного хозяйства.-М.: Магистр: Инфра-М, 2012
13. Ехина М.А. Организация обслуживания в гостиницах.- М.: Академия, 2012
14. Корнев Н.В. Технология гостиничного сервиса.- М.: Академия, 2011

15. Платонова Н.А. Маркетинг в сервисе / под ред. Н.А.Платоновой. - М.: Академия, 2012
16. Резник Г.А., Маскаева А.И. Сервисная деятельность.- М.: ИНФРА-М, 2013

б) дополнительная литература:

1. Тарасова Н.В. Введение в сервисную деятельность / Н.В. Тарасова, Н.В. Тарасова .— Липецк : Изд-во ЛГТУ, 2013 <http://www.rucont.ru/efd/236039?cldren=0>
2. Романович Ж.А. Сервисная деятельность. - М.: Дашков и К, 2013
3. Сигида Е.А. Технологии и методы оздоровительного сервиса / под ред. Е.А.Сигиды. - М.: Инфра - М, 2012
4. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах.- М.: Альфа-М: Инфра - М, 2013
5. Усов В.В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественно-го питания.- М.: Академия, 2012

9 Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»

а) полнотекстовые базы данных

1. ЭБС ЮРАЙТ; <https://biblio-online.ru/>
2. ЭБС Лань; <https://e.lanbook.com>
3. ЭБС научная электронная библиотека eLibrary; <https://elibrary.ru>
4. "GrebennikOn" - электронная библиотека Издательского дома Гребенникова. <https://grebennikon.ru/>

б) Интернет-ресурсы

Всемирная туристская организация (UNWTO) www.unwto.org
Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) www.wttc.org
Федеральное агентство по туризму Российской Федерации www.russiatourism.ru
Ежедневная электронная газета "RATA news", выпускаемая Российским союзом туристической индустрии www.ratanews.ru
Федеральное агентство по туризму Минспорттуризма России - www.russiatourizm.ru;
Все о туризме и путешествиях – www.Travel.ru;
Госкомстат РФ – www.gks.ru;
Министерство экономического развития и торговли РФ – www.economy.gov.ru.
Туристический сервер мега-идей - www.megatis.ru;
Туризм – www.turist.ru.
Туристский бизнес: информация, статьи, обзоры, книги библиотека туризма – www.turbooks.ru

10 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

- мультимедиа,
- MS Office,
- СПС Консультант.

11 Электронная поддержка дисциплины (модуля) (при необходимости)

Электронная поддержка дисциплины не предусмотрена.

12 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Изучение дисциплины не предполагает проведение лекционных занятий. Защита Курсового проектирования 1 проводится с использованием мультимедийного оборудования для демонстрации презентаций, выполненных в программе Microsoft PowerPoint. Своевременная и оперативная обратная связь с научным руководителем требует возможности для студентов выхода в Интернет и наличия e-mail.