

Паспорт и программа формирования компетенции

Направление 43.03.01 «Сервис»
Профиль «Сервис в индустрии моды и красоты»

1. Паспорт компетенции

1.1. Формулировка компетенции

Выпускник, освоивший основную профессиональную образовательную программу, должен обладать компетенцией:

ПК-5	готовностью к выполнению инновационных проектов в сфере сервиса
-------------	---

1.2. Место компетенции в совокупном ожидаемом результате обучения

Компетенция относится к блоку профессиональных компетенций и является обязательной для всех выпускников в соответствии с требованиями ОПОП.

Вид деятельности, на которую ориентирована компетенция: научно-исследовательская деятельность.

1.3. Структура компетенции

Структура компетенции в терминах «знать», «уметь», «владеть»

знать

- сущность и основные функции, принципы эффективного менеджмента;
- сущность процесса управления, его составные части;
- сущность организации в сервисной деятельности;
- ресурсы сервиса в индустрии моды и красоты;
- сущность планирования в сервисной деятельности;
- основные принципы эффективного планирования;
- сущность и основные принципы эффективной предпринимательской деятельности в сфере сервиса;
- экономические и правовые аспекты предпринимательства в сфере сервисной деятельности;
- организационно-правовые формы предпринимательской деятельности;
- принципы отбора, анализа и реализации предпринимательских идей;
- сущностные характеристики и основные подходы к исследованию понятия «человек»;
- теоретические основы современного научного знания о человеке;
- специфику взаимодействия человека и природы, человека и культуры, теоретические основы учения о биосфере и ноосфере;
- порядок организации социальных систем, сущность социальных ролей и статусов личности;
- индивидуальные потребности и их взаимосвязь с социальной активностью человека;
- структуру обслуживания потребностей с учетом природных и социальных факторов;
- основные модели типологии потребностей;
- основные критерии классификации потребностей;
- специфику и динамику иерархической структуры потребностей;
- методы постановки целей и основные принципы целеполагания в жизнедеятельности человека;
- сущность и типологию понятия «деятельность»;
- теорию и классификацию мотивов человеческого поведения;
- структуру обслуживания потребителя с учетом природных и социальных факторов;

- разновидности услуг на рынке и их характеристику;
- теоретические и практические основы поведения современного потребителя;
 - организацию и планирование сервисной деятельности с учетом потребностей человека;

уметь

- ставить цели, задачи по оказанию услуг и нахождению ресурсов для производства;
- определять параметры производства и потребность в ресурсах;
- осуществлять планирование в менеджменте сервисного предприятия;
- формулировать цель, ставить задачи, определять параметры производства и потребность в ресурсах;
- составлять краткосрочные планы сервисной деятельности;
- выявлять потребности и потенциальный спрос на услуги индустрии моды и красоты;
- определять издержки и перспективы внедрения нового вида услуг в сфере сервиса;
- определять состояние конкурентной среды;
- различать современные и традиционные философские представления о сущности человека и его потребностях, концептуализировать антропологическое понимание сущности человека и его потребностей;
- составлять структуру междисциплинарных связей между науками в их комплексном изучении человека;
- различать природное и социальное в человеке; анализировать экологические проблемы и выявлять пути их решения;
- использовать полученные знания для анализа принципов функционирования биологических, экологических и социальных систем; давать экспертную оценку роли человека в природе и обществе;
- компетентно обосновывать основные антропологические характеристики потребностей и сферу их применения в сервисной деятельности;
- классифицировать потребности по различным основаниям;
- применять различные модели типологии потребностей к личности потребителя;
- различать виды целей жизнедеятельности потребителя;
- анализировать структуру целеполагания и ее взаимосвязь с ценностями потребителя;
- выявлять теоретические аспекты мотивации, анализировать мотивационные особенности личности в сфере услуг;
- связывать мотивы и интересы потребителя с особенностями его культуры и менталитета;
- оценивать психические, физиологические и социальные особенности потребителя, стили его поведения в сфере услуг;
- работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности;
- определять стратегию потребительского спроса в сфере услуг;
- прогнозировать спрос предложения на услуги с учетом потребностей личности;
- использовать методы исследования для решения исследовательских задач в области сервиса;
- осуществлять презентацию результатов проведенного исследования;
- выполнять разработку проекта услуг в соответствии с индивидуальным заданием;

владеть

- методами принятия решений;
- навыками принятия управленческих решений;
- основными методами организации деятельности в сфере сервиса в индустрии моды и красоты;
- основными методами планирования деятельности в сфере сервиса в индустрии моды и красоты;
- методикой разработки бизнес-плана;
- методами анализа рынка услуг;
- методами экономического анализа предпринимательских проектов;
- комплексом теоретических знаний о человеке в современной науке и философии, применяя их к личности потребителя;

- технологией анализа биологических и социальных систем;
- технологией профессиональной деятельности с учетом индивидуальных потребностей человека;
- методами диагностики индивидуальных и социальных потребностей применительно к отдельному потребителю;
- технологией анализа взаимосвязей целей, потребностей потребителя, особенностей его жизненных установок;
- технологией анализа мотивов поведения личности потребителя в сфере услуг;
- методами бесконфликтных взаимоотношений с потребителем в процессе обслуживания потребителя в сфере услуг;
- приемами изучения личности потребителя;
- опытом выполнения научно-исследовательской работы;
- опытом представления и защиты полученных результатов исследования;
- техникой выполнения проектируемой услуги;
- полной, достоверной информацией о предмете своего исследования в соответствии с индивидуальным заданием.

1.4. Планируемые уровни сформированности компетенции

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
1	Пороговый (базовый) уровень (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	Демонстрирует готовность к выполнению инновационных проектов в сфере сервиса и предпринимает действия, чтобы результаты работы соответствовали установленным руководством ключевым показателям эффективности (заданному уровню качества).
2	Повышенный (продвинутый) уровень (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Способен к самостоятельному инновационному проектированию и предпринимает действия по выполнению инновационных проектов с более высокими характеристиками качества по сравнению с заданными показателями эффективности (уровнем качества).
3	Высокий (превосходный) уровень (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	Обладает навыками творческого применения (инвестирования) своих личностных ресурсов, опыта и времени для выполнения инновационных проектов в сфере сервиса, предлагает и обосновывает новые методы работы, которые способствуют значительному повышению эффективности в будущем.

2. Программа формирования компетенции

2.1. Содержание, формы и методы формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Содержание образования в терминах «знать», «уметь», «владеть»	Формы и методы

1	Менеджмент в сервисе	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сущность и основные функции, принципы эффективного менеджмента – сущность процесса управления, его составные части <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ставить цели, задачи по оказанию услуг и нахождению ресурсов для производства – определять параметры производства и потребность в ресурсах – осуществлять планирование в менеджменте сервисного предприятия <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами принятия решений – навыками принятия управленческих решений 	лекции, практические занятия, экзамен
2	Организация и планирование деятельности предприятий сервиса	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сущность организации в сервисной деятельности – ресурсы сервиса в индустрии моды и красоты – сущность планирования в сервисной деятельности – основные принципы эффективного планирования <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формулировать цель, ставить задачи, определять параметры производства и потребность в ресурсах – составлять краткосрочные планы сервисной деятельности <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основными методами организации деятельности в сфере сервиса в индустрии моды и красоты – основными методами планирования деятельности в сфере сервиса в индустрии моды и красоты – методикой разработки бизнес-плана 	лекции, практические занятия, экзамен
3	Основы предпринимательской деятельности	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сущность и основные принципы эффективной предпринимательской деятельности в сфере сервиса – экономические и правовые аспекты предпринимательства в 	лекции, практические занятия, экзамен

		<p>сфере сервисной деятельности</p> <ul style="list-style-type: none"> – организационно-правовые формы предпринимательской деятельности – принципы отбора, анализа и реализации предпринимательских идей <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявлять потребности и потенциальный спрос на услуги индустрии моды и красоты – определять издержки и перспективы внедрения нового вида услуг в сфере сервиса – определять состояние конкурентной среды <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами анализа рынка услуг – методами экономического анализа предпринимательских проектов 	
4	Сервисология	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сущностные характеристики и основные подходы к исследованию понятия «человек» – теоретические основы современного научного знания о человеке – специфику взаимодействия человека и природы, человека и культуры, теоретические основы учения о биосфере и ноосфере – порядок организации социальных систем, сущность социальных ролей и статусов личности – индивидуальные потребности и их взаимосвязь с социальной активностью человека – структуру обслуживания потребностей с учетом природных и социальных факторов – основные модели типологии потребностей – основные критерии классификации потребностей – специфику и динамику иерархической структуры потребностей – методы постановки целей и основные принципы целеполагания в жизнедеятельности человека 	<p>лекции, практические занятия, экзамен</p>

		<ul style="list-style-type: none"> – сущность и типологию понятия «деятельность» – теорию и классификацию мотивов человеческого поведения – структуру обслуживания потребителя с учетом природных и социальных факторов; разновидности услуг на рынке и их характеристику – теоретические и практические основы поведения современного потребителя – организацию и планирование сервисной деятельности с учетом потребностей человека уметь: <ul style="list-style-type: none"> – различать современные и традиционные философские представления о сущности человека и его потребностях, концептуализировать антропологическое понимание сущности человека и его потребностей – составлять структуру междисциплинарных связей между науками в их комплексном изучении человека – различать природное и социальное в человеке; анализировать экологические проблемы и выявлять пути их решения – использовать полученные знания для анализа принципов функционирования биологических, экологических и социальных систем; давать экспертную оценку роли человека в природе и обществе – компетентно обосновывать основные антропологические характеристики потребностей и сферу их применения в сервисной деятельности – классифицировать потребности по различным основаниям – применять различные модели типологии потребностей к личности потребителя – различать виды целей жизнедеятельности потребителя – анализировать структуру 	
--	--	---	--

		<p>целеполагания и ее взаимосвязь с ценностями потребителя</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявлять теоретические аспекты мотивации, анализировать мотивационные особенности личности в сфере услуг – связывать мотивы и интересы потребителя с особенностями его культуры и менталитета – оценивать психические, физиологические и социальные особенности потребителя, стили его поведения в сфере услуг – работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности – определять стратегию потребительского спроса в сфере услуг – прогнозировать спрос предложения на услуги с учетом потребностей личности <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексом теоретических знаний о человеке в современной науке и философии, применяя их к личности потребителя – технологией анализа биологических и социальных систем – технологией профессиональной деятельности с учетом индивидуальных потребностей человека – методами диагностики индивидуальных и социальных потребностей применительно к отдельному потребителю – технологией анализа взаимосвязей целей, потребностей потребителя, особенностей его жизненных установок – технологией анализа мотивов поведения личности потребителя в сфере услуг – методами бесконфликтных взаимоотношений с потребителем в процессе обслуживания потребителя в сфере услуг – приемами изучения личности потребителя 	
--	--	---	--

5	Научно-исследовательская работа	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать методы исследования для решения исследовательских задач в области сервиса – осуществлять презентацию результатов проведенного исследования <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – опытом выполнения научно-исследовательской работы – опытом представления и защиты полученных результатов исследования 	
6	Преддипломная практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выполнять разработку проекта услуг в соответствии с индивидуальным заданием <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – техникой выполнения проектируемой услуги – полной, достоверной информацией о предмете своего исследования в соответствии с индивидуальным заданием 	

2.2. Календарный график формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Курсы									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Менеджмент в сервисе				+						
2	Организация и планирование деятельности предприятий сервиса					+					
3	Основы предпринимательской деятельности				+	+					
4	Сервисология		+	+							
5	Научно-исследовательская работа					+					
6	Преддипломная практика					+					

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	Менеджмент в сервисе	Реферат. Индивидуальные задания: разработка

		учебных кейсов для обучения по тематике дисциплины. Решение деловых ситуаций. Тестирование. Экзамен.
2	Организация и планирование деятельности предприятий сервиса	Присутствие на лекционных занятиях. Работа на практических занятиях. Контрольные работы (не менее 2-х в семестр). Реферат. Разработка презентации по материалам реферата. Зачет. Экзамен.
3	Основы предпринимательской деятельности	Выполнение заданий на практических занятиях. Разработка пакета регистрационно-учредительных документов ученического сервисного предприятия. Разработка и защита интеллектуальных карт и решение кейсов. Экзамен.
4	Сервисология	Подготовка доклада по вопросам практических занятий. Выполнение тестовых заданий. Выполнение письменной проверочной работы. Написание реферата (или эссе). Составление глоссария по ключевым терминам дисциплины. Экзамен.
5	Научно-исследовательская работа	Задания научно-исследовательской работы.
6	Преддипломная практика	Выполнение заданий руководителей практики. Выполнение индивидуального задания в соответствии с темой выпускной квалификационной работы. Составление отчета.