

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-4	готовностью к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов
-------------	---

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

- основные категории, историю и социальные основы маркетинга;
- методологические основы маркетинговых исследований и анализа рынка;
- основные принципы эффективного управления маркетингом с учетом специфики сервисной сферы;
- методы продвижения и распространения сервисных продуктов;
- теоретические основы психодиагностики как науки и практики;
- методы изучения личности потребителя: наблюдение, беседа, анкетирование;
- сущность методологии научного исследования;
- систему основных характеристик научно-исследовательской работы;
- основы организации процесса научного исследования;
- основные этапы выполнения научно-исследовательской работы;
- основные методы научного исследования;
- основные категории и понятия научной психологии; основные направления и современные тенденции развития психологических концепций; особенности психических процессов человека: познавательных, индивидуально-личностных, эмоционально-волевых;
- психологические закономерности общения и взаимодействия людей, социально-психологические характеристики социальных групп с учетом национально-региональных и демографических факторов;
- современные направления исследований в области сервиса индустрии моды и красоты;

уметь

- формулировать цель, ставить задачи, определять параметры маркетингового процесса и потребность в ресурсах для его реализации;
- составлять концептуальную основу программы маркетинга;

- анализировать состояние и тенденции развития маркетинга в сфере сервиса;
- руководствоваться этическими принципами при проведении психологической диагностики;
- применять психологические методы диагностики и интерпретировать их результаты в практической работе;
- выявлять проблематику, определять актуальность научно-исследовательской работы и ее практическую ориентированность;
- определять логику научного исследования;
- использовать основные методы научного исследования;
- определять различия житейского и научного психологического знания;
- готовностью к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов;
- учитывать во взаимодействии различные особенности людей, анализировать межличностные отношения в коллективе;
- выбирать методы исследования, адекватные поставленным задачам;
- использовать методы исследования для решения исследовательских задач в области сервиса;
- определять алгоритм исследования;
- выполнять разработку проекта услуг в соответствии с индивидуальным заданием;

владеть

- методикой разработки программы маркетинга;
- основными способами продвижения услуг в сфере сервиса;
- методами анализа рынка услуг индустрии моды и красоты;
- способностью учитывать различные контексты (национально-региональные и демографические факторы), в организации диагностики и интерпретации поведения людей;
- способами эффективного поиска информации о научно-исследовательских работах по актуальным темам в сервисе индустрии моды и красоты;
- способами эффективной организации процесса научного исследования по актуальным темам в сервисе индустрии моды и красоты;
- различными методами и методиками научного исследования в индустрии моды и красоты;
- способностью анализировать социально-психологических особенности потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов;
- навыками решения практических профессиональных задач, используя психологические знания;
- опытом планирования исследовательской работы;
- опытом выполнения научно-исследовательской работы;
- теоретическими и эмперическим методами исследования;
- техникой выполнения проектируемой услуги.

1.4. Планируемые уровни сформированности компетенции

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
1	<i>Пороговый (базовый) уровень</i> (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	демонстрирует базовый уровень знаний о способах проведения исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов; может осуществлять стандартные исследования социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов; обладает опытом выбора стандартных исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и

		демографических факторов
2	Повышенный (продвинутый) уровень (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	демонстрирует глубокие знания о способах проведения исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов; умеет обосновывать выбор способов стандартных исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов; обладает опытом осуществления модификаций стандартных исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов
3	Высокий (превосходный) уровень (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	демонстрирует свободное владение знаниями о способах проведения исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов; способен самостоятельно строить и корректировать программы исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов; обладает опытом построения и реализации программ исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов

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	Маркетинг в сервисе	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные категории, историю и социальные основы маркетинга – методологические основы маркетинговых исследований и анализа рынка – основные принципы эффективного управления маркетингом с учетом специфики сервисной сферы – методы продвижения и распространения сервисных продуктов <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формулировать цель, ставить задачи, определять параметры маркетингового процесса и потребность в ресурсах для его реализации – составлять концептуальную основу программы маркетинга 	лекции, лабораторные работы, экзамен

		<ul style="list-style-type: none"> – анализировать состояние и тенденции развития маркетинга в сфере сервиса владеть: <ul style="list-style-type: none"> – методикой разработки программы маркетинга – основными способами продвижения услуг в сфере сервиса – методами анализа рынка услуг индустрии моды и красоты 	
2	Психодиагностика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы психодиагностики как науки и практики – методы изучения личности потребителя: наблюдение, беседа, анкетирование <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – руководствоваться этическими принципами при проведении психологической диагностики – применять психологические методы диагностики и интерпретировать их результаты в практической работе <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью учитывать различные контексты (национально-региональные и демографические факторы), в организации диагностики и интерпретации поведения людей 	лекции, практические занятия, экзамен
3	Методы научных исследований	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сущность методологии научного исследования – систему основных характеристик научно-исследовательской работы – основы организации процесса научного исследования – основные этапы выполнения научно-исследовательской работы – основные методы научного исследования <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявлять проблематику, определять актуальность научно-исследовательской работы и ее практическую ориентированность – определять логику научного исследования 	лекции, практические занятия, экзамен

		<ul style="list-style-type: none"> – использовать основные методы научного исследования владеть: – способами эффективного поиска информации о научно-исследовательских работах по актуальным темам в сервисе индустрии моды и красоты – способами эффективной организации процесса научного исследования по актуальным темам в сервисе индустрии моды и красоты – различными методами и методиками научного исследования в индустрии моды и красоты 	
4	Психология	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные категории и понятия научной психологии; основные направления и современные тенденции развития психологических концепций; особенности психических процессов человека: познавательных, индивидуально-личностных, эмоционально-волевых – психологические закономерности общения и взаимодействия людей, социально-психологические характеристики социальных групп с учетом национально-региональных и демографических факторов <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять различия житейского и научного психологического знания – готовностью к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов – учитывать во взаимодействии различные особенности людей, анализировать межличностные отношения в коллективе <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью анализировать социально-психологических 	лекции, лабораторные работы, экзамен

		особенности потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов – навыками решения практических профессиональных задач, используя психологические знания	
5	Научно-исследовательская работа	знать: – современные направления исследований в области сервиса индустрии моды и красоты уметь: – выбирать методы исследования, адекватные поставленным задачам – использовать методы исследования для решения исследовательских задач в области сервиса владеть: – опытом планирования исследовательской работы – опытом выполнения научно-исследовательской работы	
6	Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	знать: – уметь: – определять алгоритм исследования владеть: – теоретическими и эмперическим методами исследования	
7	Преддипломная практика	знать: – уметь: – выполнять разработку проекта услуг в соответствии с индивидуальным заданием владеть: – техникой выполнения проектируемой услуги	

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	Маркетинг в сервисе			+							
2	Психодиагностика		+								
3	Методы научных исследований					+					

4	Психология		+								
5	Научно-исследовательская работа					+					
6	Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности				+						
7	Преддипломная практика					+					

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	Маркетинг в сервисе	Индивидуальные задания: разработка учебных кейсов для обучения по тематике дисциплины. Разработка интерактивных экскурсий по заданным темам. Разработка и защита интеллект – карты по выбранной теме. Экзамен.
2	Психодиагностика	Опрос. Дискуссия. Кейс-задача. Портфолио. Экзамен.
3	Методы научных исследований	Присутствие на лекционных занятиях. Работа на практических занятиях. Контрольные работы (не менее 2-х). Реферат. Аттестация с оценкой.
4	Психология	Кейс-задача. Дискуссия. Контрольная работа. Тест. Аттестация с оценкой.
5	Научно-исследовательская работа	Задания научно-исследовательской работы.
6	Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	Задания научно-исследовательской деятельности. Оформление отчета.
7	Преддипломная практика	Выполнение заданий руководителей практики. Выполнение индивидуального задания в соответствии с темой выпускной квалификационной работы.