


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 11.06.2024 12:08:16  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП

  
Е.Р. Хохлова  
«19» февраля 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

**Мотивация потребителей туристских услуг**

Направление подготовки

**05.03.02 География**


Направленность (профиль)

**Рекреационная география и туризм**

Для студентов 4 курса

очной формы обучения

Составитель: к.психол.н. О.В. Сучкова



Тверь, 2024

## **I. Аннотация**

### **1. Цель и задачи дисциплины**

Целью освоения дисциплины является: ознакомление с теоретическими представлениями о мотивах и мотивации человека для успешного и продуктивного формирования общей концепции человека.

Задачами освоения дисциплины являются:

1. знать теоретические представления о человеке и его мотивации;
2. иметь представление о человеке как о социальном существе;
3. рассмотреть социально-психологические теории мотивации.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Раздел образовательной программы, к которому относится данная дисциплина – Б1.В.ДВ.05, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Требования к предварительной подготовке обучающегося, предшествующие дисциплины: «Менеджмент в туризме», «Маркетинг в туризме», «История (история России, всеобщая история)», «Психологические основы профессиональной деятельности».

**3. Объем дисциплины:** 3 зачетных единицы, 108 академических часов, в том числе:

аудиторные занятия 42 часа.

самостоятельная работа 39 часов.

**контактная аудиторная работа:** лекции 14 часов, в т.ч. практическая подготовка \_\_\_\_\_ часов,

практические занятия 28 часов, в т.ч. практическая подготовка \_\_\_\_\_ часов,

**контактная внеаудиторная работа:** контроль самостоятельной работы 27.

**самостоятельная работа:** 39 часов.

**4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<i>Указывается код и наименование компетенции</i>	<i>Приводятся индикаторы достижения компетенции в соответствии с учебным планом</i>
ПК-4: Способен обеспечить качество обслуживания туристов и экскурсантов с учетом современных стандартов обслуживания, обеспечения безопасности	ПК-4.1: Применяет нормативные документы, регламентирующие качество обслуживания и безопасности туристов  ПК-4.2: Анализирует требования туристов, мотивации спроса на реализуемые туристские продукты

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения экзамен, 4 семестр.**

**6. Язык преподавания русский.**

**II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)				Самостоятельная работа, в том числе Контроль (час.)	
		Лекции		Практические занятия			Контроль самостоятельной работы
		всего	в т.ч. практическая подготовка	всего	в т.ч. практическая подготовка		
1. Потребности в структуре мотивации	22	3		6		5	8
2. Потребительские мотивы	22	3		6		5	8
3. Общение	22	3		6		5	8
4. Деловое общение	23	3		6		6	8
5. Управление конфликтом	19	2		4		6	7
<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	<b>14</b>		<b>28</b>		<b>27</b>	<b>39</b>

**III. Образовательные технологии**

Учебная программа – наименование разделов и тем	Вид занятия	Образовательные технологии
1. Потребности в структуре мотивации	Лекция	Лекция (традиционная, проблемная, лекция-визуализация) Технологии развития критического мышления Технологии развития дизайн-мышления Дискуссионные технологии Дистанционные образовательные технологии

	Практическое занятие	Метод case-study Дискуссионные технологии Технологии развития критического мышления Технологии развития дизайн-мышления Дистанционные образовательные технологии
2. Потребительские мотивы	Лекция	Лекция (традиционная, проблемная, лекция-визуализация) Технологии развития критического мышления Технологии развития дизайн-мышления Дискуссионные технологии Дистанционные образовательные технологии
	Практическое занятие	Дискуссионные технологии Технологии развития критического мышления Технологии развития дизайн-мышления Дистанционные образовательные технологии Методы группового решения творческих задач
3. Общение	Лекция	Лекция (традиционная, проблемная, лекция-визуализация) Технологии развития критического мышления Технологии развития дизайн-мышления Дискуссионные технологии Дистанционные образовательные технологии
	Практическое занятие	Метод case-study Игровые технологии Тренинговые технологии
4. Деловое общение	Лекция	Лекция (традиционная, проблемная, лекция-визуализация) Технологии развития критического мышления Дискуссионные технологии
	Практическое занятие	Метод case-study Игровые технологии Тренинговые технологии
5. Управление конфликтом	Лекция	Лекция (традиционная, проблемная, лекция-визуализация) Технологии развития критического мышления Дискуссионные технологии

	Практическое занятие	Метод case-study Игровые технологии Проектная технология Дискуссионные технологии Технологии развития критического мышления Технологии развития дизайн-мышления Дистанционные образовательные технологии Методы группового решения творческих задач
--	----------------------	--

#### IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации

##### *Оценочные материалы для проведения текущей аттестации*

Какая стадия развития потребностей является первой?

- А) Объективная потребность.
- Б) Пробное потребление.
- В) Поиск вариантов удовлетворения.

Автор классификации типичных потребительских мотивов (утилитарный, эстетический, престижа и т.д.)

- А) А.Д. Леонтьев.
- Б) В.Г. Зазыкин.
- В) А. Сильвестри.

Что такое информационный ролик?

- А) Синоним социальной рекламы.
- Б) Реклама на сувенирах.
- В) 20-30 минутный фильм о товаре.

Общение это (определите наиболее точно):

- А) обмен информацией
- Б) влияние людей друг на друга
- В) коммуникация, восприятие, взаимодействие

Какая из функций общения представлена: осознание и фиксация своего места в системе связей общества?

А) побудительная .....

Б) установления отношений .....

В) координационная

Лицо, принимающее сообщение:

А) реципиент

Б) адвокат

В) коммуникатор

Вопросы для самостоятельной подготовки. Модуль 1

1. Общение (общая характеристика).
2. Уровни и функции общения.
3. Коммуникативный компонент общения (общая характеристика).
4. Понятие «невербальной коммуникация», ее отличительные особенности.
5. Средства передачи невербальных сообщений (каналы невербальной коммуникации).
6. Стадии развития потребности (применительно к маркетингу и рекламе).
7. Потребительские мотивы в рекламе (по В.Г. Зазыкину).
8. Понятия «амбиция» и «мотивация достижения».
9. Потребности человека (общая характеристика).
10. Понятие «потребность», подходы к определению.
11. Виды потребностей, классификации.
12. Классификация потребностей А. Маслоу.
13. Функции и этапы формирования потребностей.
14. Виды потребительских мотивов, обзор классификаций.
15. Первичные (биогенные) и вторичные (социогенные) потребительские мотивы.
16. Рациональные и эмоциональные мотивы (теория Д.Шварца).
17. Мотивы потребителя в сфере туризма.

## Вопросы для самостоятельной подготовки. Модуль 2

1. Общение: понятие, уровни, функции.
2. Структура общения: коммуникация, социальное восприятие, взаимодействие.
3. Вербальная и невербальная коммуникация.
4. Деловое общение.
5. Принципы делового общения: конфиденциальность, коллегиальность.
6. Понятие конфликт. Структура, стадии.
7. Управление конфликтами, стратегии поведения в конфликте.

### *Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации*

*Планируемый образовательный результат (компетенция, индикаторы)*

ПК-4. Способен обеспечить качество обслуживания туристов и экскурсантов с учетом современных стандартов обслуживания, обеспечения безопасности	ПК-4.1: Применяет нормативные документы, регламентирующие качество обслуживания и безопасности туристов  ПК-4.2: Анализирует требования туристов, мотивации спроса на реализуемые туристские продукты
--	---

#### *Формулировка задания*

1. Перечислите нормативные документы, регламентирующие качество обслуживания и безопасности туристов.

2. Каким образом можно определить требования туристов, мотивацию спроса на реализуемые туристские продукты?

#### 3. Кейс

Турист изучает рекламу отеля на курорте страны Ближнего Востока (Марокко): видео ролик в сети Интернет и печатную рекламу в каталогах. Для туриста важен интерьер в номере и холле, цветовая гамма, дизайн мебели, шторы. Он обращает внимание, на то, что в ролике играет приятная музыка, хорошая операторская работа, хорошо переданы цвета моря, бассейна, неба и обзор территории отеля. В рекламе демонстрируется, что интерьер выполнен в арабском стиле. Название отеля и рекламный слоган написаны латиницей, но стилизованы под арабскую вязь; в видео ролике – восточная музыка.

Вопрос. Какие потребительские мотивы преобладают у туриста и представлены в рекламе? Обоснуйте ответ.

#### 4. Кейс

Турист N забронировал тур в Турцию, в Мармарис. Через неделю после этого приходит его знакомый и спрашивает: куда турист N поедет? В какой город? В какой отель? И говорит, что хочет поехать туда же. Турагент искренне отвечает на все вопросы посетителя.

Соблюдается ли турагентом деловая этика? Обоснуйте ответ.



Соблюдается ли здесь безопасность туриста? Обоснуйте ответ.

*Способы проведения:* письменный и устный опрос, решение кейсов.

*Критерии оценивания и шкала оценивания*

Дисциплина заканчивается экзаменом, шкала оценивания соотносится с рейтинговыми баллами, на экзамен выносятся 40 баллов максимум.

Согласно положению о рейтинговой системе студент, набравший до 39 баллов включительно, сдаёт экзамен.

Экзамен состоит из двух теоретических вопросов и практического задания.

Теоретический вопрос оценивается в 15 баллов максимум.

Ответ полный, грамотный, корректный, аргументированный – 15 б.

Ответ краткий, слабо аргументированный – 8 б.

Нет ответа, неверный, с грубыми ошибками – 0 б.

Практическое задание оценивается в 10 баллов максимум.

Ответ полный, грамотный, корректный, аргументированный – 10 б.

Ответ краткий, слабо аргументированный – 5 б.

Нет ответа, неверный, с грубыми ошибками – 0 б.

## **V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **1) Рекомендуемая литература**

#### **а) Основная литература**

1. Стахова Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519853>

2. Драганчук Л. С. Поведение потребителей: Учебное пособие / Л.С. Драганчук. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 192 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/558046>

3. Квартальнов В.А. Туризм [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Квартальнов. Электрон. дан. Москва : Финансы и статистика, 2014. 336 с. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/69175>

#### **б) Дополнительная литература**

1. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 559 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05818-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510588>

2. Коноплева, Н. А. Коноплёва, Н. А. Сервисология (человек и его потребности) : учебное пособие / Н. А. Коноплёва. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2018. — 246 с. - ISBN 978-5-9765-3803-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1877751>

3. Гуревич П.С. Психология: учебник для студентов вузов. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 320 с. . [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028568>

4. Соснова М. Л. Тренинг коммуникативного мастерства [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие / М. Л. Соснова. — Москва: Академический Проект, 2017. — 266 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36610.html>

## 2) Программное обеспечение

1. Google Chrome
2. Яндекс Браузер
3. Kaspersky Endpoint Security
4. Многофункциональный редактор ONLYOFFICE
5. ОС Linux Ubuntu

## 3) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС издательского дома «ИНФРА-М» (URL: <http://znanium.com/>);
- ЭБС издательства «Лань» (URL: <http://www.e.lanbook.com/>);
- ЭБС издательства «Юрайт» (URL: <https://www.biblio-online.ru/>);
- ЭБС «РУКОНТ» (URL: <http://www.rucont.ru/>);
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (URL: <http://biblioclub.ru/>);
- ЭБС «IPRbooks» (URL: <http://www.iprbookshop.ru/>);
- электронная библиотека eLIBRARY.RU;
- коллекция электронных книг Оксфордско-Российского фонда;
- электронная библиотека диссертаций РГБ;
- база данных ПОЛПРЕД;
- АРБИКОН (сводные каталоги российских библиотек и информационных центров).

## 4) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

- <http://www.psy.msu.ru/>
- <http://xn--n1abc.xn--p1ai/>
- <https://oppl.ru/>
- [http://www.ipras.ru /](http://www.ipras.ru/)
- <https://mgppu.ru/>

<http://npsyj.ru/>

<http://www.tophotels.ru>

<https://www.atorus.ru/>

## **VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины**

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Понятие «потребность», подходы к определению.
2. Виды потребностей, классификации.
3. Классификация потребностей А. Маслоу.
4. Стадии развития потребности (применительно к маркетингу и рекламе).
5. Потребительские мотивы в рекламе (по В.Г. Зазыкину).
6. Понятие «мотивация достижения».
7. Потребности человека (общая характеристика).
8. Общение (общая характеристика).
9. Уровни и функции общения.
10. Коммуникативный компонент общения (общая характеристика).
11. Понятие «невербальной коммуникация», ее отличительные особенности.
12. Средства передачи невербальных сообщений (каналы невербальной коммуникации).
13. Функции и этапы формирования потребностей.
14. Виды потребительских мотивов, обзор классификаций.
15. Первичные (биогенные) и вторичные (социогенные) потребительские мотивы.
16. Рациональные и эмоциональные мотивы (теория Д.Шварца).
17. Мотивы потребителя в сфере туризма.

Рекомендации по подготовке к семинарским и практическим занятиям

### **Задание 1.**

Разработать задачи по теме «Потребности». Описать ситуацию организованного туризма, где потребности туриста удовлетворяются /не удовлетворяются. Использовать классификацию А. Маслоу и другие классификации.

Задать вопрос, привести тестовые варианты с одним правильным ответом. Объём задачи – 1 абзац. Количество -3 (три).

Для поиска тем можно использовать: собственный туристический опыт, туристический опыт других людей, отзывы туристов. Например, с сайта <http://www.tophotels.ru/>

Пример. Туристы выехали из отеля города Мармарис (Турция) в 6 утра, дорога до аэропорта заняла 3 часа. Около стойки регистрации выяснилось, что рейс задерживают. Туристам предложили расположиться в конференц-зале отеля рядом с аэропортом, предоставили обед и воду. Задержка рейса составила 8 часов.

Какие потребности по классификации А. Маслоу удовлетворяются в данной ситуации?

А) Физиологические.                      Б) Эстетические.                      В)                      В  
самоактуализации.

### **Задание 2.**

Подготовить доклад к семинару «Мотивы потребителя» по одной из предложенных тем.

В электронном и устном виде. По желанию можно сделать презентацию.

Объём доклада к семинару – от 3 страниц формата А4.

На семинаре должны быть представлены все доклады.

#### Темы докладов

1. Потребительские мотивы – понятие.
2. Виды потребительских мотивов, обзор классификаций.
3. Первичные (врожденные, биогенные) потребительские мотивы.
4. Вторичные (социогенные) потребительские мотивы.
5. Рациональные и эмоциональные мотивы (теория Д.Шварца).
6. Методы изучения поведения потребителей.
7. Мотивы потребителя в сфере туризма.
8. Принятие решения о покупке.

### **Задание 3.**

Подготовить туристическое предложение с учётом потребностей и мотивов.

Выбрать какой-либо отель или экскурсионный тур, предпочтительнее массовые направления.

Задача – сделать предложение привлекательным для туриста.

Сделать скриншот или распечатку с сайта, предлагающего тур (например, с сайта туроператора). Здесь должно быть отражено, что предлагается туристам. Инфраструктура отеля, типы номеров и т.д.

Ваши комментарии как специалиста по туризму. Описание элементов отеля/тура, учитывая потребности, которые можно удовлетворить и мотивы, к которым можно обращаться.

Описание можно производить от первого лица, обращаясь к туристу, используя формулировки «Здесь вы можете...», «В этом отеле Вам будет удобно...».

Объём – 1 страница. Форма: таблица. Отобразить кроме текста потребности и мотивы, к которым обращаетесь. Пример фрагмента описания.

Текст турагента	Мотивы, потребности
Предлагаю вашему вниманию пятизвёздочный отель в Анталии, в районе Лара. Он считается престижным районом, там, в основном, расположены дорогие пятёрки.	Мотив престижа
От аэропорта Вы доберётесь быстро, полчаса, и Вы в отеле. Устать не успеете. Если прибудете днём, можно сразу заселяться, обедать и отдыхать.	Утилитарный мотив Физиологические
Пляж у отеля свой, значит, за зонтики и шезлонги платить не надо. Пляж пологий, песчаный (в отличие от центра Анталии). Если не хотите до него идти, можно ехать на автобусе. Тоже бесплатно. Всего 3 минуты, и вы у моря.	Утилитарный мотив

### Требования к рейтинг-контролю

Модули	Темы	Виды работ	Баллы
<b>I модуль</b>	Потребности в структуре мотивации Потребительские мотивы Общение	Практические и семинарские занятия	20
		Контрольная работа	10
<b>Итого:</b>			
<b>II модуль</b>	Деловое общение Управление конфликтом	Практические и семинарские занятия	20
		Контрольная работа	10
<b>Итого:</b>			<b>60</b>

<b>Итого за семестр:</b>	<b>60</b>
<b>Экзамен</b>	<b>40</b>
<b>Всего</b>	<b>100</b>

## VII. Материально-техническое обеспечение

<b>Наименование специальных* помещений</b>	<b>Оснащенность специальных помещений</b>	<b>Перечень программного обеспечения</b>
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации №109 (170021, Тверская обл., г.Тверь, ул. Прошина, д.3, корп.2)	Проектор EPSON EB-1880 с потолоч. креплен. в комплекте с экраном SeremMedia, карта Тверской области (A081-04298) Переносной ноутбук Учебная мебель	1. Google Chrome 2. Яндекс Браузер 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Многофункциональный редактор ONLYOFFICE 5. ОС Linux Ubuntu

### Помещения для самостоятельной работы:

<b>Наименование специальных* помещений</b>	<b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень программного обеспечения</b>
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации и самостоятельной работы № 111 (170021 Тверская обл., Тверь, ул. Прошина, д. 3, корп. 2)	1. Комплект учебной мебели 2. МОНОБЛОК "ТРАВИТОН" М40И 3. МОНОБЛОК "ТРАВИТОН" М40И 4. МОНОБЛОК "ТРАВИТОН" М40И 5. МОНОБЛОК "ТРАВИТОН" М40И 6. МОНОБЛОК "ТРАВИТОН" М40И 7. МОНОБЛОК "ТРАВИТОН" М40И 8. МОНОБЛОК "ТРАВИТОН" М40И 9. МОНОБЛОК "ТРАВИТОН" М40И 10. МОНОБЛОК "ТРАВИТОН" М40И 11. МОНОБЛОК "ТРАВИТОН" М40И 12. Сканер Plustek OpticPro A320 13. Проектор EPSON EB-W39 14. Экран для проектора (Cactus Expert) 15. Доска белая офисная магнит «Proff»	1. Google Chrome 2. Яндекс Браузер 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Многофункциональный редактор ONLYOFFICE 5. ОС Linux Ubuntu; ОС Windows 6. ГИС Аксиома 7. QGis 3.32

## VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины

<b>№п.п.</b>	<b>Обновленный раздел рабочей программы дисциплины</b>	<b>Описание внесенных изменений</b>	<b>Реквизиты документа, утвердившего изменения</b>
1.			
2.			