

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 08.07.2024 10:49:56
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1b135f08

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

Утверждаю:
Руководитель ООП
Л.П. Богданова
2023 г.




Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)
Мотивация потребителей туристских услуг

Направление подготовки
43.03.02 Туризм

Направленность (профиль)
Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Для студентов 4 курса
очной формы обучения

Составитель: *к.психол.н. О.В. Сучкова* 

Тверь, 2023

I. Аннотация

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – ознакомление с теоретическими представлениями о мотивах и мотивации человека для успешного и продуктивного формирования общей концепции человека.

Задачи:

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

2. Место дисциплины в структуре ООП

Учебная дисциплина «Мотивация потребителей туристских услуг» входит в состав курсов по выбору части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений. Содержательно она опирается на знания и представления, полученные при освоении дисциплин обязательной части учебного плана («Психология в туристской деятельности», «Менеджмент в туризме», «Маркетинг в туризме»). Учебная дисциплина непосредственно связана с дисциплинами «История России», которая характеризует виды и особенности мотивов человека, и «Современные концепции естественных и общественных наук», которая обеспечивает основание для научного изучения причин активности человека, где мотивация выступает движущим фактором.

3. Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов, 8 семестр), в том числе:

контактная работа: лекции – 30 час., практические занятия – 15 час.;

контактная внеаудиторная работа: –

самостоятельная работа: – 63 час.

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

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4 Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий	ПК-4.2 – Анализирует требования туристов, мотивации спроса на реализуемые туристские продукты
	ПК-4.3 – Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания

6. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – зачет, 8 семестр.

7. 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	Семинарские занятия	Контроль самостоятельной работы (в том числе курсовая работа)	
Потребности в структуре мотивации	21,6	6	3		12,6
Потребительские мотивы	21,6	6	3		12,6
Общение	21,6	6	3		12,6
Деловое общение	21,6	6	3		12,6
Управление конфликтом	21,6	6	3		12,6
ИТОГО	108	30	15		63

III. Образовательные технологии

Учебная программа – наименование тем	Вид занятия	Образовательные технологии
Потребности в структуре мотивации	лекция	Лекция (традиционная, проблемная, лекция-визуализация)
Потребности в структуре мотивации	семинар	Метод case-study Проектная технология (элементы)
Потребительские мотивы	лекция	Лекция (традиционная)
Потребительские мотивы	семинар	Технологии развития критического мышления Метод case-study Проектная технология (элементы)
Общение	лекция	Лекция (традиционная, проблемная, лекция-визуализация)
Общение	семинар	Тренинг (элементы) Дискуссионные технологии Метод case-study
Деловое общение	лекция	Лекция (традиционная, проблемная, лекция-визуализация)
Деловое общение	семинар	Тренинг (элементы) Дискуссионные технологии
Управление конфликтом	лекция	Лекция (традиционная, проблемная, лекция-визуализация)
Управление конфликтом	семинар	Метод case-study Технологии развития критического мышления Тренинг

IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации

Вопросы для самостоятельной подготовки. Модуль 1

На контрольную работу во время модульной точки выносятся вопросы:

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.

Типовые контрольные задания и способ проведения текущей аттестации	Критерии оценивания и шкала оценивания
<p><u>Образцы контрольных тестов</u> Для туриста важен интерьер в номере, цветовая гамма, дизайн мебели, шторы. Какой потребительский мотив преобладает? А) Эстетический.</p>	<p>Оцениваются знания базовых понятий, персоналий, теорий, фактов из области общей психологии и теории мотивации</p> <p>1 правильный ответ – 0,5 балла</p>

<p>Б) Гипотетический. В) Утилитарный.</p> <p>Турист отказался от предложения: Турция, 2 недели, отель 3 звезды, питание «Всё включено». Выбрал предложение: Мальта, 1 неделя, отель 4*, завтраки. Каждый день выкладывает в социальные сети фотографии с хэштэгами и геолокацией. Какой потребительский мотив преобладает у туриста?</p> <p>А) Утилитарный. Б) Престижа. В) Лимбический.</p> <p>Общение это (определите наиболее точно): А) обмен информацией Б) влияние людей друг на друга В) коммуникация, восприятие, взаимодействие</p> <p>Какая из функций общения представлена: осознание и фиксация своего места в системе связей общества? А) побудительная Б) установления отношений В) координационная</p>	<p>Неправильный ответ, отсутствие ответа – 0 баллов</p>
<p>Кейс Письменная самостоятельная работа В социальной сети есть сообщество для турагентов. Стена открыта, можно писать комментарии. Можно предложить свою новость – задать вопрос. Один начинающий турагент спрашивает про массовые направления: «Подскажите, пожалуйста, хорошие отели 4*,5* в Кемере (Турция) на первой береговой линии». Ответы в комментариях: «Гугл в помощь!», «А мы точно коллеги?», «Стыдно такое не знать», «Когда я была новичком, всё сама искала». Какой деловой этический принцип не учитывается комментаторами?</p>	<p>Оценивается: способность анализировать ситуацию</p> <p>Выполнено отлично: корректно, качественно, в полном объеме – 7 баллов</p> <p>Выполнено с ошибками, не в полном объеме – 3 балла</p> <p>Выполнено неверно – 0 баллов</p>
<p>Кейс Турист N забронировал тур в Турцию, в Мармарис. Через неделю после этого приходит его знакомый и спрашивает: куда турист N поедет? В какой</p>	<p>Оценивается: способность анализировать ситуацию</p> <p>Выполнено отлично: корректно,</p>

<p>город? В какой отель? И говорит, что хочет поехать туда же. Турагент искренне отвечает на все вопросы посетителя.</p> <p>Соблюдается ли турагентом деловая этика? Обоснуйте ответ.</p>	<p>качественно, в полном объеме – 7 баллов</p> <p>Выполнено с ошибками, не в полном объеме – 3 балла</p> <p>Выполнено неверно – 0 баллов</p>
<p>Сотрудница крупного промышленного холдинга фотографируется на работе (в том числе общим планом, где хорошо виден интерьер) и выкладывает фото в социальные сети. Однажды она сфотографировала чашку с кофе на своём столе. Сама чашка занимала около 10% снимка; также в кадр попали финансовые документы. Фото было выложено в Инстаграм, с хештегами #утро #кофе #Название холдинга.</p> <p>Какой деловой этический принцип здесь нарушен?</p>	<p>Оценивается: способность анализировать ситуацию</p> <p>Выполнено отлично: корректно, качественно, в полном объеме – 7 баллов</p> <p>Выполнено с ошибками, не в полном объеме – 3 балла</p> <p>Выполнено неверно – 0 баллов</p>

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации

Планируемый образовательный результат (компетенция)

ПК-4 Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий

Планируемый образовательный результат (индикатор)

ПК-4.2 – Анализирует требования туристов, мотивации спроса на реализуемые туристские продукты

Задание	<p>Дайте определение понятию «мотивация»</p> <p>Каким образом можно анализировать требования туристов, мотивацию спроса на реализуемые туристские продукты?</p>
Вид и способ проведения промежуточной аттестации	Устный опрос
Критерии оценивания и шкала оценивания	<p>Ответ полный, грамотный – 5 б.</p> <p>Ответ краткий, слабо аргументированный – 3б</p> <p>Нет ответа, неверный, с грубыми ошибками – 0 б.</p>
Задание	<p>Описать ситуацию организованного туризма, где потребности туриста удовлетворяются /не удовлетворяются. Условия: пляжный отдых, экскурсионный.</p> <p>Использовать классификацию А. Маслоу и другие</p>

	классификации; для потребительских мотивов классификацию В.Г. Зазыкина. Описание производить от третьего лица. Цитаты допускаются в объеме 1 предложения.
Вид и способ проведения промежуточной аттестации	Кейс Устный/письменный способы проведения
Критерии оценивания и шкала оценивания	Задание выполнено в полном объеме, грамотно – 10 б. Задание выполнено частично – 5 б. Не выполнено, неверно, с грубыми ошибками – 0 б.

Планируемый образовательный результат (индикатор)

ПК-4.3 – Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания

Задание	Дать определение понятию «клиентоориентированность» Что такое клиентоориентированные технологии?
Вид и способ проведения промежуточной аттестации	Устный опрос
Критерии оценивания и шкала оценивания	Ответ полный, грамотный – 5 б. Ответ краткий, слабо аргументированный – 3б Нет ответа, неверный, с грубыми ошибками – 0 б.

Задание	Подготовить туристическое предложение с учётом потребностей и мотивов. В печатном виде. Выбрать какой-либо отель или экскурсионный тур, предпочтительнее массовые направления. Задача – сделать предложение привлекательным для туриста. Часть 1 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. Часть 2 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...».
Вид и способ проведения промежуточной аттестации	Кейс Устный/письменный способы проведения
Критерии оценивания	Задание выполнено в полном объеме, грамотно – 10 б.

и шкала оценивания

Задание выполнено частично – 5 б.

Не выполнено, неверно, с грубыми ошибками – 0 б.

V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

2. 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) 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 зачёту

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
I модуль	Потребности в структуре мотивации Потребительские мотивы Общение	Практические и семинарские занятия	30
		Контрольная работа	20
Итого:			

II модуль	Деловое общение Управление конфликтом	Практические и семинарские занятия	30
		Контрольная работа	20
Итого:			50
Итого за семестр:			100
Зачёт			
Всего			100

VII. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных* помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень программного обеспечения
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации и самостоятельной работы № 118 (170021 Тверская обл., Тверь, ул. Прошина, д. 3, корп. 2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Комплект учебной мебели 2. Лазерный принтер SAMSUNG ML-2850D 3. МОНОБЛОК “ГРАВИТОН” М40И 4. МОНОБЛОК “ГРАВИТОН” М40И 5. МОНОБЛОК “ГРАВИТОН” М40И 6. МОНОБЛОК “ГРАВИТОН” М40И 7. МОНОБЛОК “ГРАВИТОН” М40И 8. МОНОБЛОК “ГРАВИТОН” М40И 9. МОНОБЛОК “ГРАВИТОН” М40И 10. МОНОБЛОК “ГРАВИТОН” М40И 11. МОНОБЛОК “ГРАВИТОН” М40И 12. МОНОБЛОК “ГРАВИТОН” М40И 13. Компьютер In-Win 14. Проектор EPSON EB-W39 15. Доска интерактивная Hitachi StarBoard FX-77WD в комплекте со стойкой для инт. доски 16. Доска белая офисная магнит «Proff» 	<ol style="list-style-type: none"> 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

Помещения для самостоятельной работы:

Наименование помещений	Оснащенность помещений для самостоятельной работы	Перечень программного обеспечения
<p>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)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 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» 	<ol style="list-style-type: none"> 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

№п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения
1.	V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	Обновлён перечень рекомендуемой литературы.	Протокол № 8 от 24.05.2023 г. Учёного совета факультета географии и геоэкологии
2.	V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	Обновлён список программного обеспечения	Протокол №1 от 06.09.2023 г. Учёного совета факультета географии и геоэкологии
3.	VII. Материально-техническое обеспечение	Обновлён перечень материально-технического обеспечения	Протокол №1 от 06.09.2023 г. Учёного совета факультета географии и геоэкологии