

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 11.07.2025 12:50:45  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

УП: 43.03.02 Туризм  
2025.plx

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФГБОУ ВО «ТВЕРСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Утверждаю:  
Руководитель ООП  
  
Л.П. Богданова  
«19» мая 2025 г.  


Рабочая программа дисциплины

**Мотивация потребителей туристских услуг**

Закреплена за кафедрой:	<b>"Психология труда и клиническая психология"</b>
Направление подготовки:	<b>43.03.02 Туризм</b>
Направленность (профиль):	<b>Технология и организация туроператорских и турагентских услуг</b>
Квалификация:	<b>Бакалавр</b>
Форма обучения:	<b>очная</b>
Семестр:	<b>8</b>

Программу составил(и):

*канд. психол. наук, доц., Сучкова Ольга Владимировна*

Тверь, 2025

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цели освоения дисциплины (модуля):

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

Цикл (раздел) ОП: Б1.В

### Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Ознакомительная практика

Русский язык и культура речи

Маркетинг в туризме

Психология в туристской деятельности

Технологии и организация гостиничных услуг

**Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**

Технологии и организация гостиничных услуг

Реклама в туризме

## 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>Общая трудоемкость</b>	3 ЗЕТ
Часов по учебному плану	108
<b>в том числе:</b>	
самостоятельная работа	63

## 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

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

ПК-4.3: Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания

## 5. ВИДЫ КОНТРОЛЯ

Виды контроля в семестрах:	
зачеты	8

## 6. ЯЗЫК ПРЕПОДАВАНИЯ

Язык преподавания: русский.

## 7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Сем.	Часов	Примечание
	Раздел 1. Потребности в структуре мотивации				
1.1		Лек	8	6	
1.2		Пр	8	3	
1.3		Ср	8	12	
	Раздел 2. Потребительские мотивы				
2.1		Лек	8	6	
2.2		Пр	8	3	
2.3		Ср	8	12	
	Раздел 3. Общение				
3.1		Лек	8	6	
3.2		Пр	8	3	
3.3		Ср	8	12	
	Раздел 4. Деловое общение				
4.1		Лек	8	6	
4.2		Пр	8	3	
4.3		Ср	8	12	
	Раздел 5. Управление конфликтом				
5.1		Лек	8	6	
5.2		Пр	8	3	
5.3		Ср	8	15	

### Список образовательных технологий

1	Игровые технологии
2	Дискуссионные технологии (форум, симпозиум, дебаты, аквариумная дискуссия, панельная дискуссия, круглый стол, фасилитированная и т.д.)
3	Информационные (цифровые) технологии

4	Методы группового решения творческих задач (метод Дельфи, метод 6–6, метод развивающей кооперации, мозговой штурм (метод генерации идей), нетворкинг и т.д.)
5	Метод case-study

## 8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 8.1. 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

Образцы контрольных тестов

Для туриста важен интерьер в номере, цветовая гамма, дизайн мебели, шторы.

Какой потребительский мотив преобладает?

А) Эстетический. Оцениваются знания базовых понятий, персоналий, теорий, фактов из области общей психологии и теории мотивации

1 правильный ответ – 0,5 балла

Б) Гипотетический. В) Утилитарный.

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 хэштегами и геолокацией.

Какой потребительский мотив преобладает у туриста?

- А) Утилитарный. Б) Престижа.
- В) Лимбический.

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 Неправильный ответ, отсутствие ответа

– 0 баллов

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? Оценивается: способность анализировать ситуацию

Выполнено отлично: корректно, качественно, в полном объёме – 7 баллов

Выполнено с ошибками, не в полном объёме – 3 балла

Выполнено неверно – 0 баллов

Кейс

Турист N забронировал тур в Турцию, в Мармарис. Через неделю после этого приходит его знакомый

и спрашивает: куда турист N поедет? В какой Оценивается: способность анализировать ситуацию

Выполнено отлично: корректно,

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. качественно, в полном объёме – 7 баллов

Выполнено с ошибками, не в полном объёме – 3 балла

Выполнено неверно – 0 баллов

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 социальную сеть, с хештегами #утро #кофе #Название холдинга.

Какой деловой этический принцип здесь нарушен? Оценивается: способность анализировать ситуацию

Выполнено отлично: корректно, качественно, в полном объёме – 7 баллов

Выполнено с ошибками, не в полном объёме – 3 балла

Выполнено неверно – 0 баллов

## **8.2. 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 Дайте определение понятию «мотивация»

Каким образом можно анализировать требования туристов, мотивацию спроса на реализуемые туристские продукты?

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 Описать ситуацию организованного туризма, где потребности туриста удовлетворяются /не удовлетворяются. Условия: пляжный отдых, экскурсионный.

Использовать классификацию А. Маслоу и другие

классификации; для потребительских мотивов классификацию В.Г. Зазыкина.

Описание производить от третьего лица.

Цитаты допускаются в объёме 1 предложения.

Вид и способ проведения промежуточной аттестации Кейс

Устный/письменный способы проведения

Критерии оценивания и шкала оценивания Задание выполнено в полном объёме, 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.

### 8.3. 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

## 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Рекомендуемая литература

#### Основная

Шифр	Литература
Л.1.1	Стахова, Основы туризма, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-534-14912-8, URL: <a href="https://urait.ru/bcode/544097">https://urait.ru/bcode/544097</a>
Л.1.2	Драганчук, Поведение потребителей, Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024, ISBN: 978-5-16-018917-8, URL: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=431090">https://znanium.com/catalog/document?id=431090</a>
Л.1.3	Григорьев, Маркетинг, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-534-05818-5, URL: <a href="https://urait.ru/bcode/535571">https://urait.ru/bcode/535571</a>

### Перечень программного обеспечения

1	Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows
---	--

2	Google Chrome
3	OpenOffice
4	VLC media player
5	ОС Linux Ubuntu
6	Многофункциональный редактор ONLYOFFICE

**Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы)
2	ЭБС ТвГУ
3	ЭБС BOOK.ru
4	ЭБС «Лань»
5	ЭБС IPRbooks
6	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
7	ЭБС «ЮРАИТ»
8	ЭБС «ZNANIUM.COM»

**10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Аудит-я	Оборудование
6-118	принтер, компьютеры, доска интерактивная, доска офисная

**11. 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. Отразить 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