



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

2. 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. Коноплёва, Н. А. Сервисология (человек и его потребности) [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. А. Коноплёва. — 2-е изд., стер. — М. : ФЛИНТА, 2013. — 248 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/462797>

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

3. 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**

### а) Лицензионное программное обеспечение

Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г.

MS Office 365 pro plus - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017

Microsoft Windows 10 Enterprise - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017

Microsoft Visual Studio Enterprise 2015 - Акт предоставления прав № Tr035055 от 19.06.2017

### б) Свободно распространяемое программное обеспечение

Adobe Reader XI – бесплатно

Vilko 3.4 – бесплатно

Google Chrome – бесплатно

Mozilla Firefox 46.0.1 (x86 ru) – бесплатно

Notepad++ - бесплатно

OpenOffice – бесплатно

QGIS 2.16.2.16.2 Nidebo – бесплатно

WinDjView 2.1 – бесплатно

### 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.landbook.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. Отообразить 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 лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа</b>
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 115 (170021, Тверская обл., г.Тверь, ул. Прошина, д.3, корп.2)	Учебная мебель мультимедийный комплекс, переносной ноутбук	

### **Помещения для самостоятельной работы:**

<b>Наименование специальных* помещений</b>	<b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа</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)	Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB21.5“ Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB21.5“	Adobe Reader XI – бесплатно ArcGIS 10.4 for Desktop - Акт приема передачи на основе договора №39 а от 18.12.2014 Bilko 3.4 – бесплатно Google Chrome – бесплатно Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г. MS Office 365 pro plus - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 Microsoft Windows 10 Enterprise - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 MapInfo Professional 12.0 - Акт о передаче прав по условиям договора № 26/2014-У от 10.02.14 Microsoft Visual Studio Enterprise 2015 - Акт предоставления прав № Tr035055 от 19.06.2017 Mozilla Firefox 46.0.1 (x86 ru) – бесплатно Notepad++ - бесплатно OpenOffice – бесплатно

	<p>Компьютер iRU Corp 510 15-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB21.5“</p> <p>Компьютер iRU Corp 510 15-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB21.5“</p> <p>Компьютер iRU Corp 510 15-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB21.5“</p> <p>Сканер Plustek OpticPro A320</p> <p>Учебная мебель</p>	<p>QGIS 2.16.2.16.2 Nidebo – бесплатно</p> <p>WinDjView 2.1 - бесплатно</p>
--	---	---

### **VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины**

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