

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ

Ответственный за образовательную  
программу

доц. К.Э.Н. доц.

(должность, уч. степень, звание)

С.В. Шепелева

(инициалы, фамилия)

(подпись)

«20» февраля 2025 г

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

доц. К.Э.Н. доц.

(должность, уч. степень, звание)

10.02.2025

(подпись, дата)

С.В. Шепелева

(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«10» февраля 2025 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф.

(уч. степень, звание)

10.02.2025

(подпись, дата)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

проф. Л.И.Н. доц.

(должность, уч. степень, звание)

10.02.2025

(подпись, дата)

Л.Ю. Гусман

(инициалы, фамилия)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Потребительское поведение в гостеприимстве»

(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	43.03.03
Наименование направления подготовки/ специальности	Гостиничное дело
Наименование направленности	Организация гостиничных услуг
Форма обучения	очная
Год присма	2025

## Аннотация

Дисциплина «Потребительское поведение в гостеприимстве» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 43.03.03 «Гостиничное дело» направленности «Организация гостиничных услуг». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

УК-1 «Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач»

УК-5 «Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах»

ПК-3 «Способен применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций в избранной профессиональной сфере»

ПК-6 «Способен обеспечить формирование и внедрение корпоративных стандартов и регламентов процессов обслуживания, соответствия отраслевым стандартам сервиса»

ПК-7 «Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с рассмотрением поведения потребителей как области знаний, оценкой внешних и внутренних факторов, воздействующих на потребителей, особенностей поведения туриста в процессе принятия решения о поездке.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельная работа студента

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский»

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины является формирование у студентов представлений о предмете и подходах исследования поведения потребителей и факторах потребительского поведения. Рассмотреть потребительское поведение туриста в процессе принятия решения о поездке. Определить основные подходы и правила стратегического маркетингового планирования развития дестинации. Формирование у студентов способности к анализу потребительского поведения и ситуаций в обыденной жизни.

1.2. Дисциплина входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.Д.2 производит постановку проблемы путем фиксации ее содержания, выявления субъекта проблемы, а также всех заинтересованных сторон в данной ситуации
Универсальные компетенции	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.Д.1 демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям
Профессиональные компетенции	ПК-3 Способен применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций в избранной профессиональной сфере	ПК-3.3.1 знать современные технологии оказания услуг в организациях избранной профессиональной сферы, спецификацию услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания на основе современных технологий
Профессиональные компетенции	ПК-6 Способен обеспечить формирование и внедрение	ПК-6.3.1 знать внутренние стандарты и регламенты процессов обслуживания на уровне подразделения организации избранной сферы деятельности

	корпоративных стандартов и регламентов процессов обслуживания, соответствия отраслевым стандартам сервиса	ПК-6.У.2 уметь разрешать проблемные ситуации потребителей, партнеров и заинтересованных сторон
Профессиональные компетенции	ПК-7 Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности	ПК-7.В.1 владеть навыками нахождения требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации в избранной сфере профессиональной деятельности; методами исследования удовлетворенности и лояльности потребителей, мониторинга качества обслуживания в организациях сферы гостеприимства и общественного питания

## 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Социология»,
- «Социальная психология»,
- «Культурология»,
- «Профессиональная этика и этикет»

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и используются при изучении других дисциплин:

- «Инновации в гостиничном деле»

## 3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№7
1	2	3
<b>Общая трудоемкость дисциплины, 3Е/ (час)</b>	3/ 108	3/ 108
<b>Из них часов практической подготовки</b>	20	20
<b>Аудиторные занятия, всего час.</b>	51	51
в том числе:		
лекции (Л), (час)	17	17
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	34	34
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)		
<b>Самостоятельная работа, всего (час)</b>	57	57
<b>Вид промежуточной аттестации:</b> зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Зачет	Зачет

Примечание: \*\* кандидатский экзамен

#### 4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 7					
<b>Раздел 1. Поведение потребителей</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Тема 1.1. Значение и содержание поведения потребителей.	1	0	0		0
<b>Раздел 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10</b>
Тема 2.1. Влияние культуры на поведение потребителей	1	2	0	0	4
Тема 2.2. Социальные классы и поведение потребителей	1	2	0	0	2
Тема 2. 3 Влияние групп и групповых коммуникаций	1	2	0	0	2
Тема 2.4 Семья и домохозяйство	1	2	0	0	2
Тема 2.5 Влияние ситуации на поведение потребителей	1	2	0	0	0
<b>Раздел 3. Факторы внутреннего влияния на поведение потребителей</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10</b>
Тема 3.1 Обработка информации и обучение	1	2	0	0	2
Тема 3.2. Знание и отношение потребителей	1	2	0	0	4
Тема 3.3 Ресурсы потребителей	0	4	0	0	2
Тема 3.4. Мотивация, личность, персональные ценности и стиль жизни	3	2	0	0	2
<b>Раздел 4. Процесс принятия решения потребителями</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10</b>
Тема 4.1. Особенности принятия решения потребителями	1	0	0	0	2
Тема 4.2. Осознание потребности и поиск информации	0	2	0	0	2
Тема 4.3. Оценка вариантов перед покупкой	0	4	0	0	2
Тема 4.4. Покупка	0	2	0	0	2

Тема 4.5. Процессы после покупки	1	2	0	0	2
<b>Раздел 5. Организационное поведение потребителей</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10</b>
Тема 5.1 Поведение потребителей на рынке организаций.	0	2	0	0	10
<b>Раздел 6. Особенности потребительского поведения туристов</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>17</b>
Тема 6.1 Особенности потребительского поведения туристов.	3	0	0	0	17
<b>Итого в семестре:</b>	<b>17</b>	<b>34</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>57</b>
<b>Итого:</b>	<b>17</b>	<b>34</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>57</b>

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
<b>1</b>	<b>Значение и содержание поведения потребителей.</b> Человеческие потребности и мотивация потребителя. Деятельность как процесс удовлетворения потребностей. Понятия потребления, потребителя, потребительского поведения. Подходы к анализу поведения потребителя: экономический, психологический, социологический. Маркетинговый подход к потребителю: возможности и ограничения. Потребление как часть культуры повседневности. Динамика оценок быта и потребления в разные эпохи. Социальные группы и смыслы, определяющие оценку быта и потребления. Влияние потребительского опыта советской эпохи на ценности современных потребителей.
<b>2</b>	<p><b>Тема 2.1. Влияние культуры на поведение потребителей</b>  Потребление в контексте культуры. Культура потребления. Процесс формирования норм и стандартов потребления. Роль ценностей в потреблении. Использование культуры и ценностей в маркетинговых стратегиях. Социальная стратификация и потребление. Влияние стратификации на маркетинговую стратегию фирмы. Образ жизни: предпосылки применения в маркетинге. Социальная роль и ролевые аспекты потребления.</p> <p><b>Тема 2.2. Социальные классы и поведение потребителей</b>  Декларируемое и реальное поведение. Эффект присоединения к большинству. Эффект Веблена. Социальное научение. Престижное потребление. Эмпирические исследования влияния социальных эффектов на потребительское поведение</p> <p><b>Тема 2.3 Влияние групп и групповых коммуникаций</b>  Понятие социальной группы. Типы социальных групп. Потребительская</p>

	<p>социализация. Типы референтных групп и связанное с ними потребление.</p> <p><b>Тема 2.4 Семья и домохозяйство</b></p> <p>Понятие домохозяйства и семьи. Жизненный цикл семьи. Социальные и потребительские роли членов семьи. Семейный процесс принятия решения о покупке: распределение ролей. Семейные ценности и семейные конфликты как часть процесса потребления.</p> <p><b>Тема 2.5 Влияние ситуации на поведение потребителей</b></p> <p>Ситуационные факторы (время, цель, предшествующие события, физическое и социальное окружение) и типы ситуаций (коммуникационная, ситуация покупки, ситуация использования).</p>
3	<p><b>Тема 3.1 Обработка информации и обучение</b></p> <p>Соотношение осознаваемых и неосознаваемых механизмов в поведении индивида. Признание экономистами и маркетологами значимости неосознаваемых механизмов потребительского поведения. Механизмы неосознаваемого поведения и их содержание: мимикрия, автоматически активируемые стереотипы, автоматическое целедостижение. Использование неосознаваемых механизмов в маркетинге и продажах. Теории обучения потребителей.</p> <p><b>Тема 3.2. Знание и отношение потребителей</b></p> <p><b>Тема 3.3 Ресурсы потребителей</b></p> <p>Временные, экономические и когнитивные ресурсы.</p> <p><b>Тема 3.4. Мотивация, личность, персональные ценности и стиль жизни</b></p> <p>Потребность, мотивация, мотив, мотивационный конфликт. Типы информационного поиска. Закономерности восприятия и переработки информации потребителем. Оценка вариантов. Покупка. Ситуационные факторы покупки: место покупки, присутствие других. Оценка, отношение, установка. Удовлетворенность. Лояльность.</p>
4	<p><b>Тема 4.1. Особенности принятия решения потребителями</b></p> <p>Сущность и варианты потребительского выбора. Этапы процесса потребительского решения. Типы процессов.</p> <p><b>Тема 4.2. Осознание потребности и поиск информации</b></p> <p>Процесс осознания потребности. Информационный поиск.</p> <p><b>Тема 4.3. Оценка вариантов перед покупкой</b></p> <p>Процесс оценки и выбора альтернатив. Оценочные критерии. Правила решений.</p> <p><b>Тема 4.4. Покупка</b></p> <p>Покупочные намерения и типы покупки. Выбор источника и предмета покупки. Внутримagaзинные факторы покупки.</p> <p><b>Тема 4.5. Процессы после покупки</b></p> <p>Послепокупочный диссонанс. Потребление. Избавление. Оценка покупки.</p>
5	<p>Поведение потребителей на рынке организаций. Модель организационного покупательского поведения. Процесс принятия организационного решения о закупках. Типы организационных закупок. Закупочный центр и распределение ролей. Модель организационного покупательского поведения.</p>
6	<p>Особенности потребительского поведения туристов. Принятие решения о поездке и выборе дeстинации как процесс. Высокое и низкое вовлечение туристов в процесс принятия решения о поездке и выборе дeстинации. Мотивация туристов и ее влияние на маркетинговую стратегию дeстинации. Информированность, отношение и восприятие в процессе выбора дeстинации</p>

#### 4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 7				
1	Теории потребления.	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	2	1
2	Индивидуальность восприятия.	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	1	3
3	Психология восприятия потребителя	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	1	3
4	Приемы и способы привлечения внимания потенциального покупателя.	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	2	3
5	Роль рекламы в процессе мотивации потребителя услуг.	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	1	3
6	Потребительская зависимость.	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	1	3
7	Личностные факторы влияния на поведение потребителя	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	1	3
8	Модель организационного покупательского поведения Ф. Котлера, Г. Армстронга, Дж. Сондорса и В. Вонг.	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	1	
9	Послепокупочная оценка	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам	1	



	вариантов	практического занятия, групповая дискуссия.		
10	Различия личных и социальных мотивов посещения магазинов.	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	1	3
11	«Притягивающие» и «толкающие» факторы туристской мотивации.	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	1	3
12	Модель VALS	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	2	3
13	Этапы процесса принятия решения о покупке. Отличия предпокупочных и послепокупочных процессов.	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	1	4
14	Сущность понятия личность в исследованиях потребителей.	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	1	3
Всего:			17	

#### 4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

#### 4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

#### 4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 7, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	40	40
Курсовое проектирование (КП, КР)		
Расчетно-графические задания (РГЗ)		
Выполнение реферата (Р)		
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)		
Домашнее задание (ДЗ)	10	10
Контрольные работы заочников (КРЗ)		
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	7	7
Всего:	57	57

5. Перечень учебно-методического обеспечения

для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
<a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=484840">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=484840</a>	Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 214 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-010337-2, 300 экз.	
<a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391834">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391834</a>	Котлер, Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Электронный ресурс]: Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. - 1071 с. - (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 0-13-119378-3 (англ.), ISBN 978-5-238-01263-6 (русс.).	
<a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=459498">http://znanium.com/bookread2.php?book=459498</a>	Поведение потребителей: Учебное пособие / Л.С. Драганчук. - М.: НИЦ	

	ИНФРА-М, 2016. - 192 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Обложка) ISBN 978-5-16-009837-1, 12 экз.	
--	---	--

7. Перечень электронных образовательных ресурсов  
информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
<a href="http://hbr-russia.ru/">http://hbr-russia.ru/</a>	Журнал «Гарвард бизнес ревью»
<a href="http://www.aup.ru/">http://www.aup.ru/</a>	Административно-управленческий портал
<a href="http://www.mavriz.ru/">http://www.mavriz.ru/</a>	Журнал «Маркетинг в России и зарубежом»

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
	Не предусмотрено

8.2. Перечень информационно-справочных систем,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
	Не предусмотрено

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (мультимедийная)	
2.	Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа	
3.	Аудитории общего пользования (для групповых и	

	индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)	
4.	Учебная аудитория для курсового проектирования	

#### 10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Зачет	Список вопросов;

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал;</li> <li>– уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;</li> <li>– опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления;</li> <li>– умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;</li> <li>– делает выводы и обобщения;</li> <li>– свободно владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы;</li> <li>– не допускает существенных неточностей;</li> <li>– увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления;</li> <li>– аргументирует научные положения;</li> <li>– делает выводы и обобщения;</li> <li>– владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы;</li> <li>– допускает несущественные ошибки и неточности;</li> <li>– испытывает затруднения в практическом применении знаний направления;</li> <li>– слабо аргументирует научные положения;</li> <li>– затрудняется в формулировании выводов и обобщений;</li> <li>– частично владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся не усвоил значительной части программного материала;</li> <li>– допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении;</li> <li>– испытывает трудности в практическом применении знаний;</li> <li>– не может аргументировать научные положения;</li> </ul>

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
	– не формулирует выводов и обобщений.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
1.	Поведение потребителей: определение, значение, содержание Факторы влияния на поведение потребителя Факторы внешнего влияния на поведение потребителей Внутренние факторы поведения потребителей	УК-1.Д.2
2.	Культурные ценности в потребительском поведении Культурные вариации в вербальных и невербальных коммуникациях: время, пространство, дружба	УК-5.Д.1
3.	Современные технологии оказания услуг в гостиницах Современные технологии оказания услуг на предприятиях питания Спецификация услуг в гостинице Спецификация услуг на предприятиях питания на основе современных технологий	ПК-3.3.1
4.	Внутренние стандарты и регламенты процессов обслуживания в отеле Внутренние стандарты и регламенты процессов обслуживания в ресторане	ПК-6.3.1
5.	Типы ситуаций при принятии решения потребителями. Факторы ситуационного влияния Проблемные ситуации потребителей, партнеров и заинтересованных сторон	ПК-6.У.2
6.	Формирование отношения потребителей к туристической дестинации Поведение потребителей туристических дестинаций. Мотивы выбора дестинации Потребители туристических дестинаций Потребительская социализация	ПК-7.В.1

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

#### 11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Потребительское поведение в гостеприимстве» является формирование у студентов представлений о предмете и подходах исследования поведения потребителей и факторах потребительского поведения. Рассмотреть потребительское поведение туриста в процессе принятия решения о поездке. Определить основные подходы и правила стратегического маркетингового планирования развития дестинации. Формирование у студентов способности к анализу потребительского поведения и ситуаций в обыденной жизни.

##### 11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала .

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

##### Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала:

Структура предоставления лекционного материала: соответствует содержанию дисциплины (таблица 3).

11.2. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах

Семинар – один из наиболее сложных и в то же время плодотворных видов (форм) вузовского обучения и воспитания. В условиях высшей школы семинар – один из видов практических занятий, проводимых под руководством преподавателя, ведущего научные исследования по тематике семинара и являющегося знатоком данной проблемы или отрасли научного знания. Семинар предназначается для углубленного изучения дисциплины и овладения методологией применительно к особенностям изучаемой отрасли науки. При изучении дисциплины семинар является не просто видом практических занятий, а, наряду с лекцией, основной формой учебного процесса.

Основной целью для обучающегося является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умения работать с дополнительными источниками информации, сопоставлять и сравнивать точки зрения, конспектировать прочитанное, высказывать свою точку зрения и т.п. В соответствии с ведущей дидактической целью содержанием семинарских занятий являются узловые, наиболее трудные для понимания и усвоения темы, разделы дисциплины. Спецификой данной формы занятий является совместная работа преподавателя и обучающегося над решением поставленной проблемы, а поиск верного ответа строится на основе чередования индивидуальной и коллективной деятельности.

При подготовке к семинарскому занятию по теме прослушанной лекции необходимо ознакомиться с планом его проведения, с литературой и научными публикациями по теме семинара.

Требования к проведению семинаров

При подготовке к семинарскому занятию по теме прослушанной лекции необходимо ознакомиться с планом его проведения, с литературой и научными публикациями по теме семинара.

<http://lms.guap.ru/course/view.php?id=4112>

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимися практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

#### 11.4. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине: Потребительское поведение. Учебно-методические рекомендации. С.-Петербург. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения; сост. М. М. Пекарникова. - 283. - СПб.: ГОУ ВПО "СПбГУАП", 2019. - 35 с

#### 11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

#### 11.6. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

- зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся в ходе изучения учебной дисциплины в целом или промежуточная (по окончании семестра) оценка знаний обучающимся по отдельным разделам дисциплины с аттестационной оценкой «зачтено» или «не зачтено».



Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой