

ДЕПАРТАМЕНТ СПОРТА ГОРОДА МОСКВЫ

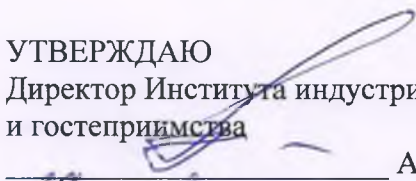
Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
«Московский государственный университет спорта и туризма»
(ГАОУ ВО МГУСиТ)

СОГЛАСОВАНО
Первый проректор


Н.И. Ткаченко
«19» августа 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института индустрии туризма
и гостеприимства


А.А.Иванцов
«19» августа 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.01 Управление потребительским ожиданием

направление подготовки: **43.04.03 Гостиничное дело**

профиль (направленность): **Управление бизнес-проектами в гостиничной и
ресторанной деятельности**

Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость (в акад. часах / ЗЕ)	108 час. / 3 ЗЕ
Курс	I
Учебный семестр	I
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

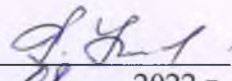
Настоящая рабочая программа учебной дисциплины устанавливает требования к результатам обучения студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Рабочая программа дисциплины «Управление потребительским ожиданием» составлена на основании ФГОС высшего образования, утвержденного Минобрнауки РФ от 08 июня 2017 г. № 515, основной профессиональной образовательной программы и учебного плана ГАОУ ВО МГУСиТ по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело, направленность (профиль): «Управление бизнес-проектами в гостиничной и ресторанной деятельности».

Программа предназначена для преподавателей, ведущих дисциплину, и студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

Разработчик(и) рабочей программы:

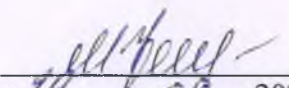
Доцент кафедры гостиничного
и ресторанного дела
кандидат экономических наук,
доцент


«29» 08 2022 г.

Р.Н. Ушаков

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры гостиничного и ресторанного дела,
Протокол №1 от 29 августа 2022 г.

Заведующий кафедрой
гостиничного
и ресторанного дела
кандидат технических наук, доцент


«29» 08 2022 г.

М.Е. Успенская

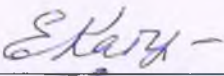
СОГЛАСОВАНО:

Начальник отдела
методического обеспечения и
контроля качества
образовательного процесса


«29» 08 2022 г.

О.В. Федорова

Специалист по УМР отдела
методического обеспечения и
контроля качества
образовательного процесса


«29» 08 2022 г.

Е.И. Катунина

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель – освоение основ управления потребительским ожиданием посредством выявления теоретических аспектов выявления потребительских предпочтений и практического применения полученного аналитического материала.

Задачи дисциплины «Управление потребительским ожиданием»:

- изучение потребительских предпочтений и их места в изучении спроса потребителей;
- выявление основных направлений управления потребительскими ожиданиями и методических подходов к изучению предпочтений потребителей организаций по продвижению продукции и услуг;
- получение способности осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода и вырабатывать стратегий действий в управлении потребительским ожиданием;
- получение способности анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия при изучении потребительских предпочтений;
- изучение направлений планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в сфере управления бизнес-проектами и потребительскими ожиданиями;
- выявление способов нахождения и оценки новых рыночных возможностей, формулирования бизнес-идей, способствующих развитию предприятий индустрии гостеприимства в области управления потребительским ожиданием.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина Б1.О.01 «Управление потребительским ожиданием» реализуется в рамках обязательной части Блока I «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений ООП ВО на протяжении 1 учебного семестра при заочной форме обучения и завершается промежуточной аттестацией в форме зачета с оценкой.

Изучение дисциплины «Управление потребительским ожиданием» осуществляется на основе логической и содержательно-методической взаимосвязи с дисциплинами модуля Б1.О.

Обучение по дисциплине «Управление потребительским ожиданием» способствует освоению следующих дисциплин: «Планирование и организация маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства» и «Научные методы и технологии прикладных междисциплинарных исследований в сфере гостеприимства и общественного питания».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций УК-1; УК-5; ОПК-6; ПК-2.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты обучения:

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на	УК-1.1. Способен анализировать проблемную ситуацию как целостную систему, выявляя ее составляющие и связи между	Знать: – основные составляющие системного подхода; – алгоритм разработки стратегии

<p>основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p>	<p>ними УК-1.2. Способен разрабатывать варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации УК-1.3. Способен вырабатывать стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них</p>	<p>действий. Уметь: – анализировать проблемную ситуацию как целостную систему. Иметь практический опыт: – разработки вариантов решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации.</p>
<p>УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК-5.1. Способен анализировать важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывать актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии УК-5.2. Способен выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп УК-5.3. Способен обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач</p>	<p>Знать: – основные формы научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп; идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития. Уметь: – анализировать важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; – обосновывать актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии. Иметь практический опыт: – выстраивания социального профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп; – создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач.</p>
<p>ОПК-6. Способен планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-6.1. Планирует научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности ОПК-6.2. Применяет подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности ОПК-6.3. Представляет результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях</p>	<p>Знать: – подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности. Уметь: – планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности. Иметь практический опыт: – научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; – представления результатов научно-прикладных исследований в сфере</p>

		<p>профессиональной деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях.</p>
<p>ПК-2 Способен находить и оценивать новые рыночные возможности, формулировать бизнес-идеи, способствующие развитию предприятий индустрии гостеприимства</p>	<p>ПК-2.1 Способен выявлять стратегические проблемы развития предприятий индустрии гостеприимства и своевременно реализовывать меры по их устранению ПК-2.2. Способен внедрять передовые технологии при разработке услуг (продуктов) предприятий индустрии гостеприимства</p>	<p>Знать: – передовые технологии при разработке услуг (продуктов) предприятий индустрии гостеприимства. Уметь: – выявлять стратегические проблемы развития предприятий индустрии гостеприимства и своевременно реализовывать меры по их устранению. Иметь практический опыт: – находить и оценивать новые рыночные возможности, формулировать бизнес-идеи, способствующие развитию предприятий индустрии гостеприимства.</p>

4.1. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Заочная форма обучения

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ¹		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа ²	др. виды работ ³	консультации ⁴					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1 семестр												
1	Потребительские ожидания: генезис, управление	21	3	1	2			18		ПТЗ.КР ПТЗ.Э	ПР	УК-1
2	Потребительские предпочтения (ПП) в изучении спроса потребителей. Факторы, влияющие на ПП	21	3	1	2			18		ПТЗ.О ПТЗ.Э	ПР	УК-5
3	Основные направления изучения предпочтений потребителей-организаций, их характеристика	20	2	1	1			18		ПТЗ.Э ПТЗ.О	ПР	ОПК-6
4	Методические подходы к изучению предпочтений потребителей-организаций на рынке услуг по продвижению продукции	20	2	1	1			18		ПТЗ.Э ПТЗ.О	ПР	ПК-2
5	Методы изучения предпочтений организаций-потребителей	22	2	-	2			20		ПТЗ.Э ПТЗ.О	ПР	ОПК-6
	Промежуточная аттестация	4	-	-	-	-	-	4	Зачет с			

¹ Вид текущего контроля: ПТЗ.Т – проверка теоретических знаний – тестирование (письменно), ПТЗ.КР – проверка теоретических знаний – контрольная работа (письменно), ПТЗ.О - опрос; ПТЗ.Д – проверка теоретических знаний – диктант; ПТЗ.Э – проверка теоретических знаний – эссе; ПР – практическая работа.

² К занятиям семинарского типа относятся - семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия.

³ Указать другие виды контактной работы студентов, если они применяются при изучении данной дисциплины.

⁴ Если предусмотрены учебным планом.

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ¹		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа ²	др. виды работ ³	консультации ⁴					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
									оценкой			
ВСЕГО:		108	12	4	8			96				

4.2. Тематическое содержание занятий

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
1. Потребительские ожидания: генезис, управление	Лекция (1 ак.ч.)	Потребительские ожидания: понятия и история возникновения. Индекс потребительских настроений. Управление ожиданиями потребителя: понятие и правила. Завышенные и заниженные ожидания потребителей и способы их решений. Потребитель: понятие и структура. Экономическая составляющая «homo economicus». Модель «homo sociologic».
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (2 ак.ч.)	Написание эссе Написание контрольной работы
	Самостоятельная работа (18 ак.ч.)	Изучение лекционного материала Подготовка к написанию эссе Подготовка к контрольной работе
2. Потребительские предпочтения (ПП) в изучении спроса потребителей.	Лекция (1 ак.ч.)	Потребительские предпочтения с позиции концепции экономического поведения Г. Беккера. Экономический, социологический, культурологический и маркетинговый подходы к изучению потребительского поведения. Факторы, влияющие на потребительские

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
Факторы, влияющие на ПП		предпочтения согласно теории Кэмпбэлла. Потребительские мотивы по Ж.Ф. Кролару. Модель покупательского поведения Ф. Котлера Этапы процесса принятия решения о покупке. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение.
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (2 ак.ч.)	Опрос Сбор материала, написание эссе
	Самостоятельная работа (18 ак.ч.)	Изучение лекционного материала Подготовка к написанию эссе Подготовка к опросу
3. Основные направления изучения предпочтений потребителей-организаций, их характеристика	Лекция (1 ак.ч.)	Цели изучения потребителя в рамках U&A исследований. Что оценивается в рамках U&A исследований? Виды деятельности по изучению предпочтений организаций-потребителей. Алгоритм изучения отношения потребителей к компании. Методы изучения уровня удовлетворения запросов компании-потребителя.
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (1 ак.ч.)	Опрос Написание эссе
	Самостоятельная работа (18 ак.ч.)	Изучение лекционного материала Подготовка к написанию эссе Подготовка к опросу
4. Методические подходы к изучению предпочтений потребителей-организаций на рынке услуг по продвижению продукции	Лекция (1 ак.ч.)	Этапы процедуры маркетингового исследования. Методы сбора данных при исследованиях. Разведочное исследование: цель и задачи. Описательное (дескриптивное) исследование: понятие и методы. Экспериментальные исследования: цель и задачи. Выбор вида исследований: разведочное, описательное, экспериментальное.
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (1 ак.ч.)	Написание эссе Опрос
	Самостоятельная работа (18 ак.ч.)	Изучение лекционного материала Подготовка к написанию эссе Подготовка к опросу

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
5. Методы изучения предпочтений организаций-потребителей	Лекция (0 ак.ч.)	Качественные методы маркетинговых исследований. Основные задачи исследования позиционирования. Количественные методы исследования. Особенности методов исследования потребительских предпочтений (личное интервью, телефонное интервью, электронный опрос, глубинное интервью, фокус-группа). Модели исследования потребительских предпочтений.
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (2 ак.ч.)	Опрос Сбор материала, написание эссе
	Самостоятельная работа (20 ак.ч.)	Изучение лекционного материала Подготовка к написанию эссе Подготовка к опросу

5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

5.1. Основная литература

1. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15696-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509455> (дата обращения: 08.11.2022).

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / ред.: А.Л. Абаев [и др.]; Гильдия Маркетологов. — Москва : ИТК "Дашков и К", 2019. — 434 с. — (Учебные издания для бакалавров). — ISBN 978-5-394-03141-0. — URL: <https://rucont.ru/efd/689024> (дата обращения: 08.11.2022).

5.2. Дополнительная литература

1. Джанджугазова, Е.А. Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства : учебное пособие / Е.А. Джанджугазова. — Москва : Директ-Медиа, 2020. — 191 с. — ISBN 978-5-4499-1541-2. — URL: <https://rucont.ru/efd/798735> (дата обращения: 08.11.2022)

6. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

Доступ к электронно-библиотечным системам:

№ п/п	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1	www.lib.rucont.ru	Электронная библиотечная система (ЭБС) РУКОНТ	Индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2	www.urait.ru	Электронная библиотечная система (ЭБС) «Образовательная платформа ЮРАЙТ»	Индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет

Доступ к современным профессиональным базам данных и информационно-справочным системам:

1. <http://www.consultant.ru> – справочная правовая система «Консультант Плюс»/ правовые ресурсы; обзор изменений законодательства; актуализированная справочная информация.

2. <http://www.garant.ru> – справочная правовая система «Гарант»/ правовые ресурсы; экспертные обзоры и оценка; правовой консалтинг

3. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> - Научная электронная библиотека: электронные версии статей журналов

4. <http://www.frontdesk.ru> – сообщество профессионалов гостиничного бизнеса

5. <http://www.hotelier.pro> – сообщество профессионалов гостиничного бизнеса

6. <http://www.horeca.ru>. – главный портал индустрии гостеприимства и питания

7. <http://rucont.ru/> - электронно-библиотечная система «Руконт».

8. <https://urait.ru> - электронно-библиотечная система «Юрайт».

9. <https://www.book.ru/> - электронная библиотечная система

10. <https://znanium.com> - электронная библиотечная система

7. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

- Пакет Microsoft Office
- Компьютерная система автоматизации гостиниц FIDELIO
- АСУ автоматизации гостиниц «Эдельвейс»
- программный продукт «Система управления гостиницей Logus HMS для некоммерческого использования (для MS SQL Srv)», лицензия на 50 номеров. Учебная версия.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В составе используемых помещений имеются учебные аудитории, библиотека с читальными залами, оснащенными компьютерной техникой, видеопроектором, актовый зал, административные и служебные помещения.

Оборудование и техническое оснащение стандартной учебной аудитории:

- компьютеризированное рабочее место для преподавателя;
- рабочие места для студентов;
- мультимедийный проектор, экран;
- комплект учебно-методической, нормативно-правовой и научной литературы: учебники, книги, журналы;
- демонстрационные комплекты учебно-наглядных пособий (таблицы, рисунки, схемы, слайды, модели, муляжи);
- технические средства обучения: компьютеры, оснащенные программными пакетами Excel for Windows, Word for Windows, PowerPoint с доступом к библиотечным и сетевым источникам информации; программное обеспечение общего и профессионального назначения.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы бакалавриата, включает в себя лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС университета.

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДОСТУПНОСТИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и

студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и учебно-методические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением элементов электронного обучения (при наличии заявления). Электронное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а также с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype), что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В образовательном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения. Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы обучающиеся с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении всех видов аттестации.

Особые условия предоставляются обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья на основании заявления, содержащего сведения о необходимости создания соответствующих специальных условий.

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

10.1. Методические указания по изучению дисциплины для обучающихся

Студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, методическими разработками по данной дисциплине, имеющимися в ЭИОС и на сайте университета, с графиком консультаций преподавателей кафедры *указать наименование кафедры*.

Советы по планированию и организации времени, необходимого на изучение дисциплины. Рекомендуемое распределение времени на изучение дисциплины указано в разделе «Структура и содержание дисциплины». В целях более плодотворной работы в семестре студенты также могут ознакомиться с календарно-тематическим планом дисциплины, составленным преподавателем – как для лекционных, так и для практических занятий.

«Сценарий» изучения дисциплины.

«Сценарий» изучения дисциплины студентом подразумевает выполнение им следующих действий:

1. Ознакомление с целями и задачами дисциплины.
2. Ознакомление с требованиями к знаниям и навыкам студента.
3. Первичное ознакомление с разделами и темами дисциплины.
4. Ознакомление с распределением времени на изучение дисциплины.
5. Ознакомление со списками рекомендуемой основной и дополнительной литературы по дисциплине.
6. Углублённое ознакомление с разделами и темами дисциплины.
7. Предварительный охват на основе рекомендуемой литературы круга вопросов, актуальных для конкретного занятия.
8. Самостоятельная проработка основного круга вопросов как каждого последующего, так и каждого предыдущего занятия в свободное время между занятиями по дисциплине.
9. Присутствие и творческое участие на лекционных и семинарских / практических занятиях.
10. Выполнение требований планового текущего и итогового контроля.
11. Уточнение возникающих вопросов на консультации по дисциплине.
12. Непосредственная подготовка к зачету с оценкой по дисциплине на основе выданных преподавателем вопросов к зачету.

10.2. Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям

Студентам необходимо:

- перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы;
- перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам, если разобраться в материале опять не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях.

10.3. Рекомендации по подготовке к занятиям семинарского типа

Студентам следует:

- до очередного занятия семинарского типа по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;
- при подготовке к занятиям семинарского типа следует обязательно использовать не только лекции, учебную литературу, но и нормативно-правовые акты и материалы правоприменительной практики;
- теоретический материал следует соотносить с правовыми нормами, так как в них могут быть внесены изменения, дополнения, которые не всегда отражены в учебной литературе;
- в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для

самостоятельного решения;

- в ходе занятия семинарского типа давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов;

- на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

10.4. Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных домашних заданий

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует:

- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на занятиях семинарского типа и консультациях неясные вопросы;

- при подготовке к промежуточной аттестации параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на плановой консультации.

11. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Освоение учебной дисциплины «Управление потребительским ожиданием» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, в т.ч. интерактивных лекций, дискуссий, разбор и анализ конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

12. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации оформляется приложением к РПД.

Приложение
к рабочей программе дисциплины
«Управление потребительским
ожиданием»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
<p>УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p>	<p>УК-1.1. Способен анализировать проблемную ситуацию как целостную систему, выявляя ее составляющие и связи между ними УК-1.2. Способен разрабатывать варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации УК-1.3. Способен вырабатывать стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них</p>	<p>Знать: – основные составляющие системного подхода; – алгоритм разработки стратегии действий. Уметь: – анализировать проблемную ситуацию как целостную систему. Иметь практический опыт: – разработки вариантов решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации.</p>	<p>опрос; реферат; контрольная работа; эссе; тестирование; экзамен</p>
<p>УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК-5.1. Способен анализировать важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывать актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии УК-5.2. Способен выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры</p>	<p>Знать: – основные формы научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп; идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития. Уметь: – анализировать важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; – обосновывать актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии.</p>	<p>опрос; реферат; контрольная работа; эссе; тестирование; экзамен</p>

	<p>представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп</p> <p>УК-5.3. Способен обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выстраивания социального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп; – создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач. 	
<p>ОПК-6. Способен планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-6.1. Планирует научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-6.2. Применяет подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-6.3. Представляет результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности. <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; – представления результатов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях. 	<p>опрос;</p> <p>реферат;</p> <p>контрольная работа; эссе;</p> <p>тестирование;</p> <p>экзамен</p>
<p>ПК-2 Способен находить и оценивать новые рыночные возможности, формулировать бизнес-идеи, способствующие развитию предприятий</p>	<p>ПК-2.1 Способен выявлять стратегические проблемы развития предприятий индустрии гостеприимства и</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – передовые технологии при разработке услуг (продуктов) предприятий индустрии гостеприимства. <p>Уметь:</p>	<p>опрос;</p> <p>реферат;</p> <p>контрольная работа; эссе;</p> <p>тестирование;</p> <p>экзамен</p>

индустрии гостеприимства	своевременно реализовывать меры по их устранению ПК-2.2. Способен внедрять передовые технологии при разработке услуг (продуктов) предприятий индустрии гостеприимства	– выявлять стратегические проблемы развития предприятий индустрии гостеприимства и своевременно реализовывать меры по их устранению. Иметь практический опыт: – находить и оценивать новые рыночные возможности, формулировать бизнес-идеи, способствующие развитию предприятий индустрии гостеприимства.	
--------------------------	---	--	--

2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

2.1. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Вопросы для подготовки к зачету с оценкой

1. Потребительские ожидания: понятия и история возникновения
2. Индекс потребительских настроений.
3. Управление ожиданиями потребителя: понятие и правила.
4. Завышенные и заниженные ожидания потребителей и способы их решений.
5. Потребитель: понятие и структура.
6. Экономическая составляющая «homo economicus».
7. Модель «homo sociologic».
8. Потребительские предпочтения с позиции концепции экономического поведения Г. Беккера.
9. Экономический, социологический, культурологический и маркетинговый подходы к изучению потребительского поведения.
10. Факторы, влияющие на потребительские предпочтения согласно теории Кэмпбэлла.
11. Потребительские мотивы по Ж.Ф. Кролару.
12. Модель покупательского поведения Ф. Котлера
13. Этапы процесса принятия решения о покупке.
14. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение.
15. Цели изучения потребителя в рамках U&A исследований.
16. Что оценивается в рамках U&A исследований?
17. Виды деятельности по изучению предпочтений организаций-потребителей.
18. Алгоритм изучения отношения потребителей к компании.
19. Методы изучения уровня удовлетворения запросов компании-потребителя.
20. Этапы процедуры маркетингового исследования.
21. Методы сбора данных при исследованиях.
22. Разведочное исследование: цель и задачи.
23. Описательное (дескриптивное) исследование: понятие и методы.
24. Экспериментальные исследования: цель и задачи.

25. Выбор вида исследований: разведочное, описательное, экспериментальное.
26. Качественные методы маркетинговых исследований.
27. Основные задачи исследования позиционирования.
28. Количественные методы исследования.
29. Особенности методов исследования потребительских предпочтений (личное интервью, телефонное интервью, электронный опрос, глубинное интервью, фокус-группа).
30. Модели исследования потребительских предпочтений.

2.2. Оценочные материалы для текущего контроля

Тема 1. Потребительские ожидания: генезис, управление

Контрольная работа

Ответьте на следующие вопросы в рамках контрольной работы:

1. Потребительские ожидания: понятия и история возникновения
2. Индекс потребительских настроений.
3. Управление ожиданиями потребителя: понятие и правила.
4. Завышенные и заниженные ожидания потребителей и способы их решений.
5. Потребитель: понятие и структура.
6. Экономическая составляющая «homo economicus».
7. Модель «homo sociologic».

Написание эссе

Представить **10 основных трендов** на рынке гостиничных услуг и ответить на следующие вопросы:

- Как они влияют на работу вашего отеля?
- Какие из них будут способствовать развитию отрасли и вашего отеля?
- Какие из них будут мешать развитию вашего отеля и отрасли?

Тема 2. Потребительские предпочтения в изучении спроса потребителей. Факторы, влияющие на потребительские предпочтения

Написание эссе

Представить анкету Гостя в вашем отеле (из примерно 10 пунктов) и ответить на следующие вопросы:

- где она расположена в отеле,
- кто собирает и обрабатывает данные
- как стимулируют гостя на заполнение анкеты
- как данные анкеты используются в совершенствовании работы вашего отеля

Вопросы для проведения опроса по теме 2:

1. Потребительские предпочтения с позиции концепции экономического поведения Г. Беккера.
2. Экономический, социологический, культурологический и маркетинговый подходы к изучению потребительского поведения.
3. Факторы, влияющие на потребительские предпочтения согласно теории Кэмпбэлла.
4. Потребительские мотивы по Ж.Ф. Кролару.
5. Модель покупательского поведения Ф. Котлера
6. Этапы процесса принятия решения о покупке.
7. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение.

Тема 3. Основные направления изучения предпочтений потребителей-организаций, их характеристика

Написание эссе

1. Представить **3 самых информативных положительных отзыва** гостей на внешних ресурсах о вашем отеле
2. Представить **3 самых информативных отрицательных отзыва** гостей на внешних ресурсах о вашем отеле
3. Как и какие ответы на эти отзывы могут способствовать управлению потребительским ожиданием ваших гостей?

Вопросы для проведения опроса

1. Цели изучения потребителя в рамках U&A исследований.
2. Что оценивается в рамках U&A исследований?
3. Виды деятельности по изучению предпочтений организаций-потребителей.
4. Алгоритм изучения отношения потребителей к компании.
5. Методы изучения уровня удовлетворения запросов компании-потребителя.

Тема 4. Методические подходы к изучению предпочтений потребителей-организаций на рынке услуг по продвижению продукции

Написание эссе

Составьте портрет потребителя вашего отеля (пол, возраст, достаток, социальный статус, принадлежность к социальной группе и т.д.) и обозначьте основные составляющие программы лояльности для привлечения гостей в ваш отель:

- за что скидки и бонусы
- в какие периоды устраивать акции
- на какие пакеты услуг и гостиничные продукты

Вопросы для проведения опроса:

1. Этапы процедуры маркетингового исследования.
2. Методы сбора данных при исследованиях.
3. Разведочное исследование: цель и задачи.
4. Описательное (дескриптивное) исследование: понятие и методы.
5. Экспериментальные исследования: цель и задачи.
6. Выбор вида исследований: разведочное, описательное, экспериментальное.

Тема 5. Методы изучения предпочтений организаций-потребителей

Написание эссе

Представьте презентацию по вашему отелю, которая будет в себя включать:

1. Портрет потребителя
2. Отзывы гостей об отеле на внешних ресурсах (с рейтингом отеля на основных из них)
3. Имеющаяся программа лояльности или ее подобие
4. Какие тренды на рынке гостиничных услуг использует отель в своей работе по привлечению гостей
5. Как происходит работа с анкетированием гостей во время их пребывания в отеле и что можно улучшить?

Вопросы для проведения опроса:

1. Качественные методы маркетинговых исследований.

2. Основные задачи исследования позиционирования.
3. Количественные методы исследования.
4. Особенности методов исследования потребительских предпочтений (личное интервью, телефонное интервью, электронный опрос, глубинное интервью, фокус-группа).
5. Модели исследования потребительских предпочтений.

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ/ДОКЛАДОВ

1. Потребительские ожидания: понятия и история возникновения
2. Индекс потребительских настроений.
3. Управление ожиданиями потребителя: понятие и правила.
4. Завышенные и заниженные ожидания потребителей и способы их решений.
5. Потребитель: понятие и структура.
6. Экономическая составляющая «homo economicus».
7. Модель «homo sociologicus».
8. Потребительские предпочтения с позиции концепции экономического поведения Г. Беккера.
9. Экономический, социологический, культурологический и маркетинговый подходы к изучению потребительского поведения.
10. Факторы, влияющие на потребительские предпочтения согласно теории Кэмпбэлла.
11. Потребительские мотивы по Ж.Ф. Кролару.
12. Модель покупательского поведения Ф. Котлера
13. Этапы процесса принятия решения о покупке.
14. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение.
15. Цели изучения потребителя в рамках U&A исследований.
16. Алгоритм изучения отношения потребителей к компании.
17. Методы изучения уровня удовлетворения запросов компании-потребителя.
18. Этапы процедуры маркетингового исследования.
19. Методы сбора данных при исследованиях.
20. Разведочное исследование: цель и задачи.
21. Описательное (дескриптивное) исследование: понятие и методы.
22. Экспериментальные исследования: цель и задачи.
23. Выбор вида исследований: разведочное, описательное, экспериментальное.
24. Качественные методы маркетинговых исследований.
25. Основные задачи исследования позиционирования.
26. Количественные методы исследования.
27. Особенности методов исследования потребительских предпочтений (личное интервью, телефонное интервью, электронный опрос, глубинное интервью, фокус-группа).
28. Модели исследования потребительских предпочтений.

Методические рекомендации по написанию рефератов:

Рекомендуемая логика построения работы такова. В начале следует показать значимость рассматриваемой проблемы в широком контексте, затем – в более «узком», прикладном значении. На втором этапе следует структурировать саму проблему: причины первого-второго-третьего уровня; генезис проблемы и ее последствия: близкие, ожидаемые, известные; и отдаленные, ранее не изученные. На этом этапе рекомендуем формализовать результаты с помощью таких способов, как диаграмма «средства», «связей», и их аналогов. На третьем этапе автору следует сфокусировать внимание на одной конкретной, сравнительно обособленной причине возникновения проблемы, рассмотреть ее детально, и предложить свой особый (ранее не разработанный) вариант решения. Завершая реферат, следует показать – какие последствия будет иметь предложенное автором решение, сначала в «узком», затем в «широком» контексте (это позволяет «закольцевать» тему, вернуться к

началу реферата – постановке проблемы). Тематика не исчерпывается темами, приведенными в программе дисциплины. Студент вправе сформулировать собственную тему. Тема должна быть утверждена преподавателем заблаговременно, до начала выполнения работы.

Структура реферата должна состоять из трех разделов:

1. Вступление (введение, актуальность, цель, задачи, объект и предмет исследования).
2. Основная часть (раскрытие темы реферата).
3. Заключение (выводы, рекомендации, собственное мнение).

При изложении теоретического материала необходимо определять рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры; использовать понятия, строго соответствующие теме реферата; выполнять работу самостоятельно.

Анализ и оценку информации осуществлять грамотно, применяя категории анализа; умело использовать приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений; объяснять альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и приходить к сбалансированному заключению; использовать большое количество различных источников информации; давать личную оценку проблеме.

Построение суждений должно быть ясным с четким изложением выдвинутых тезисов, сопровождаться грамотной аргументацией, приведением различных точек зрения и своей личной оценки. Общая форма изложения полученных результатов и их интерпретации должны соответствовать жанру проблемной научной статьи.

Требования к оформлению работы:

- соответствие основным требованиям к оформлению и использованию цитат;
- соблюдение лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка;
- оформление текста с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации

Критерии оценки:

оценка	показатели
«отлично»	работа отвечает четырем критериям: - знание и понимание теоретического материала; - анализ и оценка информации; - построение суждений; - правильное оформление работы.
«хорошо»	работа отвечает трем критериям
«удовлетворительно»	работа отвечает двум критериям
«неудовлетворительно»	работа отвечает только одному или не отвечает ни одному критерию

ОПРОС

**Тема 2. Потребительские предпочтения в изучении спроса потребителей.
Факторы, влияющие на потребительские предпочтения**

Вопросы для проведения опроса по теме 2:

1. Потребительские предпочтения с позиции концепции экономического поведения Г. Беккера.
2. Экономический, социологический, культурологический и маркетинговый подходы к изучению потребительского поведения.
3. Факторы, влияющие на потребительские предпочтения согласно теории Кэмпбэлла.

4. Потребительские мотивы по Ж.Ф. Кролару.
5. Модель покупательского поведения Ф. Котлера
6. Этапы процесса принятия решения о покупке.
7. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение.

Тема 3. Основные направления изучения предпочтений потребителей-организаций, их характеристика

Вопросы для проведения опроса

1. Цели изучения потребителя в рамках U&A исследований.
2. Что оценивается в рамках U&A исследований?
3. Виды деятельности по изучению предпочтений организаций-потребителей.
4. Алгоритм изучения отношения потребителей к компании.
5. Методы изучения уровня удовлетворения запросов компании-потребителя.

Тема 4. Методические подходы к изучению предпочтений потребителей-организаций на рынке услуг по продвижению продукции

Вопросы для проведения опроса:

1. Этапы процедуры маркетингового исследования.
2. Методы сбора данных при исследованиях.
3. Разведочное исследование: цель и задачи.
4. Описательное (дескриптивное) исследование: понятие и методы.
5. Экспериментальные исследования: цель и задачи.
6. Выбор вида исследований: разведочное, описательное, экспериментальное.

Тема 5. Методы изучения предпочтений организаций-потребителей

Вопросы для проведения опроса:

1. Качественные методы маркетинговых исследований.
2. Основные задачи исследования позиционирования.
3. Количественные методы исследования.
4. Особенности методов исследования потребительских предпочтений (личное интервью, телефонное интервью, электронный опрос, глубинное интервью, фокус-группа).
5. Модели исследования потребительских предпочтений.

Критерии оценки:

оценка	показатели
«зачтено»	получение правильных ответов на вопросы не менее 50%
«незачтено»	получение правильных ответов на вопросы менее 50%

КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ (КР)

Тема 1. Потребительские ожидания: генезис, управление

Контрольная работа

Ответьте на следующие вопросы в рамках контрольной работы:

1. Потребительские ожидания: понятия и история возникновения
2. Индекс потребительских настроений.
3. Управление ожиданиями потребителя: понятие и правила.
4. Завышенные и заниженные ожидания потребителей и способы их решений.
5. Потребитель: понятие и структура.
6. Экономическая составляющая «homo economicus».
7. Модель «homo sociologic».

Критерии оценки:

оценка	показатели
«отлично»	Правильные ответы на 90-100% вопросов
«хорошо»	Правильные ответы на 75-89% вопросов
«удовлетворительно»	Правильные ответы на 50-74% вопросов
«неудовлетворительно»	Правильные ответы на менее 50% вопросов