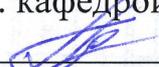


Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра туризма

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой туризма
 Д.А. Горбачева
10 февраля 2016г.

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ОД.16 «ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ»

Направление подготовки 43.03.02 – Туризм
Профиль подготовки - Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
Квалификация (степень) выпускника - Бакалавр
Форма обучения - Очная, заочная

Составитель:
преподаватель  Егорова Е.Н.

Краснодар
2016

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:

получение студентами теоретических знаний и практических навыков по организации, управлению и проектированию процессов в области поведения потребителей в туристской индустрии, а также основ общих закономерностей поведения потребителей, приобретение необходимых практических навыков по эффективному воздействию на потребителя.

Задачи:

- получение теоретических и практических знаний о предмете, структуре и основных положениях теории поведения потребителей;
- получение практических навыков по применению теории поведения потребителей для решения практических задач, в первую очередь, при позиционировании, восприятии рекламы и бренда в туристской индустрии;
- знакомство с практическими методиками оценки поведения потребителей в туризме;
- формирование у студентов знаний и умений разрабатывать комплекс мероприятий по обеспечению функционирования маркетинговой системы и эффективного взаимодействия бизнес-партнеров, благодаря рационализации коммуникативной политики;
- обеспечить понимание студентами роли брэндинга в системе маркетинговой деятельности туристской компании;
- раскрыть основные теоретические и практические положения управления брендами в системе туристского маркетинга.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВПО

В соответствии со структурой учебного плана по направлению подготовки Туризм и профилю подготовки «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» входит в состав обязательных дисциплин вариативной части блока Б 1.

Дисциплина обеспечивает формирование совокупного ожидаемого результата образовательной работы в соответствии с компетентностной моделью выпускника по направлению подготовки 43.03.02 Туризм с квалификацией (степенью) – «Бакалавр».

Успешное изучение дисциплины базируется на освоении теоретического и практического учебного материала по следующим дисциплинам базовой части Блока 1, формирующим у обучающихся знания, умения и навыки в области туризма:

- «Русский язык и культура речи»,
- «География»,
- «Введение в профессию»,
- «Психология»,

- «Социология»,
- «Культурология»,
- «Профессиональное общение в туризме».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- «Организация обслуживания в туристской индустрии»;
- «Технологии организации международного и внутреннего туризма»;
- «Организация деятельности предприятий питания»;
- «Предпринимательство в туризме»;
- «PR технологии в туристской индустрии»;
- «Туристско-рекреационное проектирование»;
- «Технологии организационно-выставочной деятельности»;
- «Технологии продаж»;
- «Туроперейтинг: туристский маркетинг».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

- а) общекультурных:
 - способность организовывать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов(ОПК-3)
- б) профессиональных:
 - готовностью к реализации проектов в туристской индустрии (ПК-3);
 - использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-11);
 - способностью к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов (ПК-13).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

- сущность и содержание категорий и понятий теории поведения потребителей;
- цель, задачи, функциональное содержание и особенности поведения потребителей в различных пред покупочных ситуациях;
- основные модели поведения потребителей;
- современные тенденции развития маркетинговых коммуникаций, основные принципы, функции, процесс маркетинговых коммуникаций;

- комплекс маркетинговых коммуникаций, основы его формирования и управления на предприятии; особенности планирования, контроля и оценки эффективности маркетинговых коммуникаций

Уметь:

- самостоятельно использовать полученные теоретические знания при анализе конкретных ситуаций в практике туристской деятельности;
- применять теорию и практику поведения потребителей для разработки маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
- использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований поведения потребителей;
- анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;
- формировать и оценивать коммуникативную политику

Владеть:

- методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования поведения потребителей экономических благ и формирование спроса;
- навыками разработки моделей поведения потребителей при решении практических маркетинговых задач;
- методами разработки и реализации программ маркетинговых коммуникаций, навыками деловых коммуникаций

Приобрести опыт деятельности: в системе знаний о поведении потребителей в туристской индустрии.

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). Дисциплина реализуется во 2 семестре. Форма промежуточной аттестации - зачет во 2 семестре.