



Уманський національний
університет садівництва

Факультет менеджменту

Кафедра туризму та
готельно-ресторанної справи

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Управління поведінкою споживачів послуг гостинності»

Рівень вищої освіти:	<u>другий (магістерський)</u>
Спеціальність:	<u>242 «Туризм»</u>
Освітньо-професійна програма:	<u>242 «Туризм»</u>
Семестр:	<u>1</u>
Рік навчання (курсу):	<u>1</u>
Форма навчання:	<u>денна</u>
Кількість кредитів ЄКТС:	<u>3,0</u>
Мова викладання:	<u>українська</u>
Обов'язкова/вибіркова:	<u>обов'язкова</u>

Лектор курсу	Кожухівська Раїса Борисівна, к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Профайл лектора	https://tourism.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/kozuhivska-raisa-borisivna.html
Контактна інформація лектора (e-mail)	ray80@ukr.net
Сторінка курсу в MOODLE	https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=301

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу	– набуття студентами знань та практичних навичок відносно роботи із споживачами, управлінні їх поведінкою, формуванні і підтримці попиту споживачів на послуги індустрії туризму та готельно-ресторанної сфери, виявленні інтересу споживача та здійснення впливу на нього при прийнятті рішення щодо покупки послуги.
Завдання курсу	– розглянути моделі поведінки споживачів, його зовнішні і внутрішні детермінанти, моделі прийняття рішень тощо; формування навичок планування та проведення досліджень із метою вивчення поведінки споживачів з використанням кількісних і якісних методів; розвиток професійно необхідних психологічних навичок, зокрема: установлення психологічного контакту, активного слухання, навичок поведінки в конфліктній ситуації, навичок переговорного процесу й прямих продажів, первинних навичок експертизи рекламної продукції, тощо.
Загальні компетентності	– здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).
Спеціальні компетентності	– здатність планувати та здійснювати ресурсне забезпечення діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу; – здатність створювати і впроваджувати продуктові, сервісні, організаційні, соціальні, управлінські, інфраструктурні, маркетингові інновації у господарську діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу; – здатність забезпечувати ефективну сервісну, комерційну, виробничу, маркетингову, економічну діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу; – здатність координувати та регулювати взаємовідносини з партнерами та споживачами; – здатність забезпечувати якість обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг.
Програмні	– уміння розробляти, впроваджувати та застосовувати сучасні методи

результати навчання	<p>оцінювання ефективності впровадження інновацій в готельно-ресторанному бізнесі;</p> <ul style="list-style-type: none"> – уміння здійснювати моніторинг кон'юнктури ринку готельних та ресторанних послуг; – уміння оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи з за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально - економічних досліджень.
----------------------------	---

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції / практичні)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання (балів)
Змістовий модуль 1. Теоретичні підходи до розуміння мотиваційної поведінки споживача				
Тема 1. Процес мотивації споживача з точки зору психології	2/2	Розумітися на теоретичних аспектах щодо процесу мотивації споживача з точки зору психології; визначати мотиваційну психологію споживача в рекламній практиці; уміння формування установки як вирішальна умова ефективної мотивації споживача; розумітися на психологічних аспектах дослідження мотивації споживача; знати підходи до розуміння споживачької поведінки.	<p>Активна участь у розгляді лекційного матеріалу</p> <p>Обговорення лекційного матеріалу</p> <p>Підготовка і захист реферативного матеріалу</p>	5
Тема 2. Біологічні засади мотивації: класифікація потреб і мотивацій	2/2	Поняття мотивації та класифікація потреб з погляду різних вчених. Зміст мотивацій споживача. Сутність потреб. Закон зростання потреб.	<p>Активна участь у розгляді лекційного матеріалу</p> <p>Обговорення лекційного матеріалу</p> <p>Міні-лекція</p> <p>Підготовка і захист реферативного матеріалу</p>	5
Модульний контроль 1				5
Змістовий модуль 2. Споживач та його купівельна поведінка				
Тема 3. Теорія поведінки споживача. Мета обмеження та споживчий вибір	2/4	Розумітися на теорії поведінки споживача. Визначати мета, обмеження та споживчий вибір. Застосовувати різні підходи до визначення поведінки споживача. Уміння проводити	<p>Активна участь у розгляді лекційного матеріалу</p> <p>Обговорення лекційного матеріалу</p>	10

		оптимізацію вибору на основі кардиналістської теорії та на основі ординалістського підходу.	Міні-лекція Презентація за темою заняття Підготовка і захист реферативного матеріалу	
Тема 4. Права споживача. Характеристика законодавства України про захист прав споживачів	2/4	Знати передумови розвитку захисту прав споживачів в Україні: історичний та соціально-правовий аспекти. Знати загальну характеристику законодавства України про захист прав споживачів. Права споживача: захист в Україні.	Активна участь у розгляді лекційного матеріалу Обговорення лекційного матеріалу Міні-лекція Презентація за темою заняття Підготовка і захист реферативного матеріалу	10
Модульний контроль 2				5
Змістовий модуль 3. Маркетингові дослідження поведінки споживачів				
Тема 5. Дослідження поведінки споживачів	4/4	Знати загальну характеристику методів дослідження поведінки споживачів. Уміти проводити вимірювання пізнавальної реакції споживачів. Уміти проводити вимірювання емоційної реакції споживачів. Уміти проводити вимірювання поведінкової реакції споживачів. Знати методику проведення якісних досліджень. Уміти використовувати методики, які застосовуються при проведенні якісних досліджень.	Активна участь у розгляді лекційного матеріалу Обговорення лекційного матеріалу Міні-лекція Презентація за темою заняття Підготовка і захист реферативного матеріалу	10
Тема 6. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів.	4/4	Уміти визначати вплив маркетингової комунікації на поведінку споживачів. Уміти визначати вплив товарної політики на поведінку споживачів. Уміти визначати вплив збутової та цінової	Активна участь у розгляді лекційного матеріалу Обговорення	10

		політикина поведінку споживачів. Застосовувати методики модифікації поведінки споживачів.	лекційного матеріалу Міні-лекція Презентація за темою заняття Підготовка і захист реферативного матеріалу	
Тема 7. Реклама. Класифікація споживачів у рекламній справі	2/2	Розумітися на принципах використання реклами. Визначати ключові характеристики, функції і види реклами. Уміти класифікуватиспоживачів у рекламній справі. Знатися на мотиваційній психології споживача в рекламній практиці. Застосовувати рекламу як метод впливу на поведінку споживачів.	Активна участь у розгляді лекційного матеріалу Обговорення лекційного матеріалу Міні-лекція Презентація за темою заняття Підготовка і захист реферативного матеріалу	5
Модульний контроль 3				5
Всього за семестр				70
Екзамен				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика оцінювання	<p>Система оцінювання знань, вмінь і навичок студентів передбачає оцінювання всіх форм вивчення дисципліни.</p> <p>Перевірка і оцінювання знань студентів проводиться в наступних формах:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Оцінювання роботи студента на практичних заняттях; 2. Проведення проміжного контролю (опитування, письмові завдання, тестування, виконання завдань самостійної роботи тощо); 3. Оцінювання науково-дослідної роботи; 4. Визнання результатів у неформальній освіті <i>(за бажанням студента)</i>. Визнання результатів у неформальній освіті проводиться згідно «Положення про порядок визнання в Уманському національному університеті садівництва результатів навчання, отриманих у неформальній освіті» № 01-05/168 від 08.10.2020 р. 5. Проведення підсумкового контролю у вигляді семестрового екзамену. Студент вважається допущеним до семестрового екзамену за умови повного відпрацювання всіх форм залікового кредиту, передбачених робочою програмою. <p>Загальна оцінка за змістові модулі складається з поточних оцінок, яку студент отримує під час практичних занять, виконання завдань для самостійної роботи та модульного контролю.</p>
----------------------------	--

Політика щодо академічної доброчесності	Під час підготовки рефератів та індивідуальних науково-дослідних завдань, проведення контрольних заходів здобувачі повинні дотримуватися правил академічної доброчесності, які визначено Кодексом доброчесності Уманського НУС. Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату.
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (за погодженням із деканом факультету).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни