Щеголев Александр Владимирович

Подписан: Щеголев Александр Владимирович
DN: C=RU, S=Орловская область, T=исполняющий обязанности директора, OU="СРЕДНЕРУССКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ - ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "" РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ"""", O="ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ""РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ"""", СНИЛС=13950729986, ИНН=575208091607, E=it@orel.ranepa.ru, G=Александр Владимирович, SN=Щеголев, CN=Щеголев Александр Владимирович
Основание: я подтверждаю этот документ своей удостоверяющей подписью
Местоположение: Среднерусский институт управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.17 Клиентоориентированные технологии
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

43.03.02 Туризм
(код, наименование направления подготовки)

Технология и организация туристских услуг
(наименование образовательной программы)

Очная, заочная форма обучения
(форма обучения)

Год набора – 2026
Год изменения – Орел-2026

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Макарова Т.Н. - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Пищевые технологии, сервис, торговое и таможенное дело»

Заведующий кафедрой:
Меркулова Е.Г. кандидат биологических наук, доцент

Рабочая программа дисциплины Б1.О.17 Клиентоориентированные технологии одобрена на заседании кафедры пищевых технологий, сервиса, торгового и таможенного дела Среднерусского института управления – филиал РАНХиГС.

протокол № 11 от «30» июня 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы....4

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы....5

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)....6

4. Типы оценочных материалов, показатели и критериоценивания....11

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания....15

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине....19

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)....25

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет....28

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы....29

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.О.17 Клиентоориентированные технологии обеспечивает формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных компетенций:

ОТФ/ ТФ и реквизиты ПС *(при наличии)*	**Код компетенции**	**Наименование компетенции**	**Код индикатора достижения компетенций**	**Наименование индикатора достижения компетенций**	**Образовательный результат**
Е/02.7 Организация деятельности по реализации экскурсионных услуг 04.005 Экскурсовод (гид) Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 24.12.2021 № 913н	ПК-5	Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий	ПК-5.3	Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания	ПК-5.3 Зн.9 Культура межличностного и делового общения

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины:

3 з.е., 108 ак.час.

Очная форма обучения. Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий:40 ак. часов на контактную работу с преподавателем, из них 16 ак.час на лекции и 24 ак.час на практические занятия. 64 ак. час на самостоятельную работу обучающихся. 4 часа – контроль.

Заочная форма обучения. Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 12 ак. часов на контактную работу с преподавателем, из них 4 ак.часа на лекции и 8 ак.часов на практические занятия. 64 ак. час на самостоятельную работу обучающихся. 4 часа – контроль.

Б1.О.17 Клиентоориентированные технологии реализуется в 7-м семестре 4-го курса (очная форма обучения) и на 4 курсе (заочная форма обучения) после изучения дисциплин:

- Анализ потребителей и рынка объектов индустрии гостеприимства;
- Маркетинг;
- Менеджмент.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

3.1. Структура дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий									Самостоятельная работа		
			Период теоретического обучения						Период промежуточной аттестации (сессия)					
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк	Контроль	СРкр	СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ								
Тема 1.	Влияние внешних и внутренних факторов на поведение потребителей	26	4	0	0	6	0	0	0	0		0	0	16	Контрольное задание
Тема 2.	Знания и отношения потребителей	26	4	0	0	6	0	0	0	0		0	0	16	Контрольное задание
Тема 3.	Коммуникация с потребителями	26	4	0	0	6	0	0	0	0		0	0	16	Доклад
Тема 4.	Процесс принятия потребителем решения о покупке	26	4	0	0	6	0	0	0	0		0	0	16	Контрольное задание

Промежуточная аттестация		4	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	Зачет
Итого		108	16	0	0	24	0	0	0	4	0	0	64	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объемдисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежу-точной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий									Самостоятельная работа		
			Период теоретического обучения						Период промежу-точной аттестации (сессия)					
			Занятиялекционготипа		Занятиясеминарскоготипа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк	Контроль	СРкр	СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ								
Тема 1.	Влияние внешних и внутренних факторов на поведение потребителей	26	1	0	0	2	0	0	0	0		0	0	23	Контрольное задание
Тема 2.	Знания и отношения потребителей	26	1	0	0	2	0	0	0	0		0	0	23	Контрольное задание
Тема 3.	Коммуникация с потребителями	26	1	0	0	2	0	0	0	0		0	0	23	Доклад
Тема 4.	Процесс принятия потребителем решения о покупке	26	1	0	0	2	0	0	0	0		0	0	23	Контрольное задание
Промежуточная аттестация		4	0	0	0	0	0	0	0	4		0	0	0	Зачет
Итого		108	4	0	0	8	0	0	0	4		0	0	92	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Влияние внешних и внутренних факторов на поведение потребителей ПК -5.3

Сегментирование рынка на основе демографических различий. Экономические факторы: потенциал рынка, определение высшего и низшего рынка. Природные факторы, влияние географии на потребление. Прогноз поведения потребителей в соответствии с развитием науки и техники. Политическая ситуация и изменение поведения потребителей. Воздействие культуры на поведение потребителя, культурные ценности разных поколений и стран.

Этапы обработки информации. Контакт. Внимание: личные детерминанты внимания; детерминанты внимания, относящиеся к стимулам; привлечение внимания. Понимание: классификация раздражителя; организация стимулов; личные детерминанты понимания; детерминанты понимания, относящиеся к стимулам. Принятие: познавательные реакции; эмоциональные реакции. Запоминание: физиологические характеристики мозга человека; хранение информации.

Тема 2. Знания и отношения потребителей ПК -5.3

Содержание знаний: знания о продукте, знание цены, знания о покупке, знание об использовании продукта. Организация знаний: объективные и субъективные знания. Компоненты и свойства отношений: познавательный компонент, эмоциональный компонент, волевой компонент. Измерение отношений с помощью многофакторных моделей: модель Фишбейна, модель идеальной точки. Отношения и тенденции в прогнозировании поведения потребителей.

Тема 3. Коммуникация с потребителями ПК -5.3

Влияние референтных групп: типы и формы влияния референтных групп. Воздействие рекламных обращений: убедительность доводов, продукт как субъект рекламы. Рекламные доводы: контролируемые, верифицируемые и принимаемые на веру.

Ситуации коммуникации. Ситуации покупки: информационная среда, среда, фактор времени. Ситуации использования: ситуации использования и маркетинговые стратегии, взаимодействие человека и ситуации.

Тема 4. Процесс принятия потребителем решения о покупке ПК -5.3

Типы процессов принятия решения о покупке. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Осознание необходимости покупки. Информационный поиск: внешний поиск, внутренний поиск. Оценка и выбор альтернатив, предпокупочная оценка вариантов. Покупка: приобретение; электронное взаимодействие. Реакция на покупку: неудовольствие; удовольствие; освобождение. Обратная связь с клиентами.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.17 Клиентоориентированные технологии (входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление	Прочитайте текст и установите	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается	Ответ считается верным, если правильно указана вся

последовательности	последовательность	последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2.Продумать логику и полноту ответа. 3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3.Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
		Для традиционной системы	Для бинарной системы
Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
		B	P/ Passed
Хорошо		C	P/ Passed
		D	P/ Passed
Удовлетворительно		E	P/ Passed
Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.17 Клиентоориентированные технологии используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся:

доклад, контрольное задание.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема 1. Влияние внешних и внутренних факторов на поведение потребителей ПК -5.3

Контрольное задание:

Задание 1. Определите форму личности потребителя по внешним характеристикам, используя данные таблицы 1. Для анализа можно использовать свое покупательское поведение или достаточно хорошо известных Вам людей.

При наличии характеристик, входящих в описание различных психотипов, предпочтение отдается тому типу, по которому по совокупности получено большее число совпадений.

Таблица 1 - Отличительные признаки покупателей основных психогеометрических форм

Основная форма	Отличительные признаки покупателя

личности	
1	2
Квадрат	1. Деловой внешний вид, консервативная одежда. 2. Выражение лица обычно хмурое, неодобрительное или непроницаемое. 3. Неторопливые, полные значения движения. Создается впечатление, что «квадрат» инспектирует торговлю. 4. Задает очень конкретные вопросы с целью выяснения подробностей . 5. Один из первых вопросов – цена объекта недвижимости. 6. Высоко ценит демонстрацию. 7. Отрицательное реагирует на активные продажи. 8. Сразу ничего не приобретает, ему нужно время на обдумывание решения
Треугольник	1. Дорогая, модная одежда, которую «треугольники» носят небрежно. 2. Спокойные, плавные, уверенные движения, выглядят так, как будто бывали здесь прежде. 3. Неторопливы, но всем своим видом показывают, что у них немного времени и оно дорого стоит. 4. Проницательный, все подмечающий взгляд. 5. Быстрый контакт, моментальная оценка ситуации и быстрая реакция. 6. Короткий разговор, в котором вопросы кажутся случайными. 7. Предпочитают рассказ о предлагаемом объекте. 8. Создают впечатление власти над людьми.
Прямоугольник	1. Одет как любой другой представитель, по настроению. Возможна небрежность в одежде. 2. Плохо «вписывается» в ситуацию. Прямоугольники не в ладу с собой, что отражается на особенностях речи, мимики. 3. Поначалу ведут себя робко, застенчиво, неуверенно. 4. Желание купить что-то определенное не показывают. 5. Может сделать несколько «заходов», прежде чем начнет разговор о намерении купить. Несколько раз может задать одни и те же вопросы. 6. Невнимательно слушает ответы, может прерывать собеседника. 7. Если выбор велик, перескакивает от одного к другому. 8. Создает ложное впечатление о своих намерениях. Вам может показаться, что ему нравится объект, однако он тут же может стать равнодушным (причина – скачки настроения).
Круг	1. Часто первым идет на контакт. В ход идет улыбка, комплементы.

	2. Круг не торопится. 3. Редко приходят одни. 4. Кроме вопросов об объекте могут задавать консультанту вопросы личного характера. 5. В момент принятия решения обычно прерывают беседу и на время умолкают.
Зигзаг	1. Растрепанный, неряшливый вид, который может не соответствовать положению и состоятельности клиента. Возможен также вариант супермодной внешности. 2. Зигзаги всегда куда-то спешат. Создается впечатление, что они заглянули случайно. 3. Быстрые движения и речь, скачки от одного вопроса к другому. 4. Быстро и откровенно, без стеснения оценивают ваше предложение и состояние ваших дел. 5. В момент принятия решения уходят от общения и как бы погружаются в себя.

2. Разработайте рекомендации консультанту при работе с различными клиентами.

Предложения оформите в таблицу 2.

Таблица 2 - Рекомендации по обслуживанию различных типов клиентов.

Недостатки	Положительные моменты	Рекомендации
1	2	3

Контрольные вопросы:

1. Перечислите основные психогеометрические формы личности потребителей.
2. Назовите основные отрицательные черты каждой психогеометрической формы личности.
3. Какой тип потребителя, на Ваш взгляд, наиболее предпочтителен для продавца? Почему?
4. Объясните, почему наибольшее число потребителей, относится к форме треугольника и круга?

Задание 2. Группа исследователей проводит оценку социального статуса отдельной потребительской группы с использованием: оценок других респондентов; изучения автобиографий и др. литературных источников. Какие методы исследования социальных классов используются? Назовите методы, которые не учитываются в данном исследовании, опишите их.

Тема 2. Знания и отношения потребителей ПК -5.3

Контрольные задания:

Задание 1. С целью совершенствования туристской деятельности фирма «Норд» решила провести анкетный опрос покупателей 210 магазинов данной фирмы. Было установлено, что в среднем в день их посещают 1810 тыс. чел., из которых 60 % осуществляют здесь покупки регулярно, 40 % – от случая к случаю. Рассчитайте, сколько покупателей следует опросить, чтобы улучшить уровень фирмы «Норд».

Задание 2. Определите отношение к турпродуктам с помощью модели Фишбейна.

Результаты целесообразно представить в виде таблицы 1.

Таблица 1 - Оценка отношения к объектам

Показатели	Оценка	Мнения		
		тур А	тур Б	тур В
состав тургруппы				
стоимость				
экскурсии				
Итог:	-			

Тема 3. Коммуникация с потребителями ПК -5.3

Темы докладов:

1. Классификация референтных групп
2. Формы влияния референтных групп на потребителей
3. Влияние рекламы на поведение клиентов
4. Рекламные доводы
5. Изучение содержания и результативности рекламных обращений (на примерах)
6. Различные виды коммуникации с клиентами предприятий гостиничного сектора
7. Коммуникации с клиентами предприятий общественного питания
8. Коммуникации с потребителями турагентств
9. Влияние ситуации покупки на клиента
10. Ситуации использования и ответная реакция клиента

Тема 4. Процесс принятия потребителем решения о покупке ПК -5.3

Контрольные задания:

Задание 1. Потребитель заинтересован в приобретении коллективного тура для родителей и детей, предполагаемое число туристов 9 человек.

Сотруднику туристической фирмы необходимо сделать предложение, от которого клиент не сможет отказаться.

1. Какие элементы комплекса маркетинга использует сотрудник?
2. Какую дополнительную информацию следует получить от клиента в ходе обслуживания?
3. Какие изменения можно внести в предложение для получения клиентом максимальной выгоды?

Задание 2. Чтобы эффективно общаться с клиентами, необходимо хорошо владеть своей интонацией и уметь с ее помощью передавать различные оттенки чувств. Эмоциональная интонация позволяет обращаться непосредственно к потребностям клиента. Исследованиями установлено, что информация, переданная слушателю выразительным тоном, запоминается в полтора раза лучше.

1. Определите, с какой интонацией необходимо произнести фразу «Что Вы хотите мне сказать?» чтобы привлечь внимание потребителя и убедить его в искреннем желании решить его проблему.

2. Определите, с какой интонацией необходимо произнести фразу «Наша услуга одна из самых лучших»: с раздражением, с сомнением, с равнодушием, с гордостью, с интересом, с восхищением, с напором, с пониманием. Цель - вызвать большее желание сотрудничать с Вами у потребителя и/или партнера.

Задание 3. Продумайте и запишите ход беседы специалиста с потенциальным клиентом, уделите внимание следующим моментам:

- приветствие (формулировка и интонация);
- привлечение внимания (презентация, пояснения и пр.);
- применение основных приемов построения беседы;
- формулировка вопросов, способствующих уточнению пожеланий и требований клиента;
- аргументация завершения сделки.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (зачет) проводится в устной форме.

Обучающийся получает экзаменационный билет с вариантами вопросов. Обучающийся приступает к подготовке к ответу. Время на подготовку – 30 минут. Обучающийся отвечает на каждый вопрос в билете, демонстрируя свои

знания и умения. При необходимости обучающийся отвечает на дополнительные вопросы преподавателя.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Тема 1. Влияние внешних и внутренних факторов на поведение потребителей ПК -5.3

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос
1.	Демографические факторы
2.	Экономические факторы
3.	Природные факторы
4.	Прогноз поведения потребителей в соответствии с развитием науки и техники
5.	Политическая ситуация и изменение поведения потребителей.
6.	Воздействие культуры на поведение потребителя, культурные ценности разных поколений и стран.
7.	Этапы обработки информации
8.	Контакт и внимание клиента
9.	Понимание и принятие
10.	Запоминание

1.2. Контрольные задания.

Задание 1. Туристическая фирма реализует туры жителям г. Орла.

Потенциальных клиентов турфирмы можно разделить на 3 сегмента в зависимости от занимаемого ими социального положения:

1. люди с низким социальным положением - в основном не работающие потребители; живут на дотации, пенсии, пособия, имеют много времени для выбора покупки;
2. люди со средним социальным положением - живут на доход, связанный с их специальностью, который позволяет им безбедно существовать;
3. люди с высоким социальным положением - занимаются предпринимательством, имеют высокий уровень дохода.

Таблица 1 - Матрица сегментации по психографическому признаку.

Сегменты	Низкое социальное положение	Среднее социальное положение	Высокое социальное положение
Количество потребителей	1870	6600	2530

Сегментирование по поведенческому признаку подразумевает деление потребителей на группы в зависимости от их знаний, отношений, характера потребления туристических услуг, требований к ним. Важным критерием являются также искомые выгоды. Исходя из того, выделяют два сегмента:

1. потребители, обращающие основное внимание на экономию денег при совершении покупки;
2. потребители, учитывающие при покупке качество услуги.

Таблица 2 - Матрица сегментации по поведенческому признаку.

Искомые выгоды	Экономия по цене	Качество услуги
Количество потребителей	5380	5170

1. Определить возможное число потребительских сегментов туристической фирмы при использовании двух сегментационных критериев одновременно.
2. Указать наиболее ёмкие сегменты, на которые возможно ориентировать политику предприятия.

Задание 2. Опишите основные недостатки и приемы обслуживания психогеометрических типов круг и треугольник.

Тема 2. Знания и отношения потребителей ПК -5.3

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос
1.	Содержание знаний: знания о продукте, знание цены, знания о покупке, знание об использовании продукта.
2.	Методы изучения знаний и отношений клиентов
3.	Организация знаний: объективные знания.
4.	Организация знаний: субъективные знания.
5.	Компоненты и свойства отношений: познавательный компонент
6.	Компоненты и свойства отношений: эмоциональный компонент

7.	Компоненты и свойства отношений: волевой компонент.
8.	Измерение отношений с помощью многофакторных моделей: модель Фишбейна.
9.	Измерение отношений с помощью многофакторных моделей:модель идеальной точки.
10.	Отношения и тенденции в прогнозировании поведения потребителей.

1.2. Контрольные задания.

Задание 1. На основе представленных данных:

- осуществите выбор альтернатив с помощью компенсационных решений;
- спрогнозируйте изменение спроса (общие тенденции) на отдельные объекты недвижимости.

Показатель	Важность показателя	туры			
		А	Б	В	Г
состав тургруппы	1	3	4	5	3
стоимость	2	4	5	4	5
экскурсии	3	3	3	4	4
проживание	4	2	5	5	3

Задание 2. На основе представленных данных:

- осуществите выбор альтернатив с помощью некомпенсационных решений;
- спрогнозируйте изменение спроса (общие тенденции) на отдельные туристские продукты.

Показатели	Важность показателя	Туры			
		А	Б	В	Г
состав тургруппы	1	3	4	5	3
стоимость	2	4	5	3	4
экскурсии	3	3	3	3	4
проживание	4	2	5	4	3

Тема 3. Коммуникация с потребителями ПК -5.3

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос
1.	Типы референтных групп.

2.	Формы влияния референтных групп
3.	Воздействие рекламных обращений
4.	Виды и применение рекламных доводов
5.	Коммуникация с клиентами
6.	Влияние фактора времени при приобретении туров
7.	Информационная среда в индустрии гостеприимства
8.	Ситуации покупки
9.	Ситуации использования и маркетинговые стратегии
10.	Взаимодействие человека и ситуации

1.2. Контрольные задания.

Задание 1. Используя закон Вебера определите:

А) размер скидки, если исходная цена тура 35 тыс. руб. К1 = 5%, К2 = 7 %;

Б) размер скидки, если цена объекта 1 –200 тыс. руб., объекта 2 –250 тыс. руб.

К = 15 %.;

В) каким коэффициентом пользовались менеджеры предприятия, если первоначальная цена объекта составляла 100 тыс. руб., а затем снизилась до 80 тыс. руб.

Задание 2. Клиент практически готов приобрести тур, но остаются некоторые сомнения в правильности сделанного им выбора и рациональности принимаемого решения.

1. Какие аргументы должен использовать консультант для убеждения клиента?

2. Следует ли учитывать психотип клиента при формировании перечня аргументов?

3. Нужно ли приводить отрицательные аргументы?

4. Как можно подтолкнуть клиента к совершению сделки?

Тема 4. Процесс принятия потребителем решения о покупке ПК -5.3

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос
1.	Типы процессов принятия решения о покупке.
2.	Простой процесс принятия решения о приобретении

3.	Сложный процесс принятия решения о приобретении
4.	Факторы, влияющие на поведение потребителей.
5.	Осознание необходимости покупки.
6.	Информационный поиск: внешний поиск, внутренний поиск.
7.	Оценка и выбор альтернатив, предпокупочная оценка вариантов.
8.	Покупка: приобретение; электронное взаимодействие.
9.	Реакция на покупку: неудовольствие; удовольствие; освобождение.
10.	Обратная связь с клиентами.

1.2. Контрольные задания.

Задание 1. В процессе обслуживания клиента сотрудник турагентства определил, что работает со «сложным клиентом» - «сомневающимся».

1. Какие изменения следует внести сотруднику в ход беседы с клиентом?
2. Какой должна быть аргументация, приемлемая для данного типа клиента?
3. Какие инструменты маркетинга необходимо использовать для продажи тура и совершения сделки?

Задание 2. Потребитель заинтересован в приобретении тура, ощутимой выгодой для него является скидка в размере 4-7 % при цене тура 38 тыс. руб.

1. Определите минимальную сумму скидки.
2. Определите максимальную сумму скидки.

Какую скидку следует предложить клиенту?

6.3. Критерии и шкала оценивания.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	отлично
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные	хорошо

практические задания с небольшими неточностями.	
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	удовлетворительно
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	неудовлетворительно

6.4. Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Методические рекомендации и указания, обеспечивающие возможность освоения дисциплины содержаться в учебно-методических пособиях по дисциплине.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине включает следующие материалы:

1. Макарова Т.Н. Клиентоориентированные технологии. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие.

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на

каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции

(устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность — до 15 минут. Вторая часть — выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность — 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся

необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме: учебник / под ред. проф. Е.И. Богданова. - Москва: ИНФРА-М, 2024. - 214 с. - ISBN 978-5-16-019701-2. – Т Режим доступа: https://znanium.ru/catalog/product/2134041.

2. Ангелина, И. А. Маркетинг в туризме : учебное пособие / И. А. Ангелина. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2020. — 203 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/167636.

8.2. Дополнительная литература

1. Бельская, Ю. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Ю. В. Бельская. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2023. - 68 с. - ISBN 978-5-7782-4878-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2246532

2. Сяглова, Ю. В. Маркетинговые исследования и рыночная аналитика : учебник для вузов / Ю. В. Сяглова, Т. П. Маслевич, Н. Б. Сафронова. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2025. - 320 с. – ISBN 978-5-394-06177-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/222736

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

2. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».

3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утверждена распоряжением Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р).

8.4. Интернет-ресурсы

1. Информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garant.ru, свободный.

2. Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pravo.gov.ru/ips, свободный.

3. Официальный сайт компании «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/ свободный.

4. Официальный сайт Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) // Режим доступа: https://www.rst.gov.ru/portal/gost.

5. Сайт Министерства экономического развития РФ // Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/.

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Материально-техническое обеспечение соответствует действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы обучающихся.

Все помещения, кабинеты, аудитории, лаборатории оснащены противопожарной сигнализацией, обслуживаемой специализированной организацией и находящейся в исправном состоянии.

Аудитории (лекционные, семинарские, для самостоятельной работы) оснащены оборудованием и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер, доска и другие).

Требования к программному обеспечению:

Наименование программного обеспечения	Назначение
7-Zip	Архиватор с высокой степенью сжатия Свободная лицензия
Adobe Acrobat	Чтение, печать и рецензирование файлов PDF. Свободная лицензия
Adobe reader	Просмотр, печать и внесение аннотаций в документы PDF. Свободная лицензия
Draw.io	бесплатный онлайн-сервис для создания диаграмм, блок-схем и визуальных схем
Kaspersky Endpoint Security	Антивирусное ПО
ГАРАНТ	Справочно-правовая система
Консультант Плюс	Справочно-правовая система