

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Институт гостиничного бизнеса и туризма

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Наименование дисциплины Эмоциональный сервис: управление поведением
гостя**

Рекомендуется для направления подготовки

43.03.03 «Гостиничное дело» (Бакалавриат)
(указываются код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность программы (профиль) Международный ресторанный бизнес
(наименование образовательной программы в соответствии с направленностью (профилем))

Москва
2021

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины - является ознакомить слушателей с современными концепциями эмоционального сервиса в сфере гостиничного бизнеса, рассмотрение различных форм формирования и стимулирования спроса в индустрии гостиничного бизнеса.

Основные задачи, решаемые в ходе преподавания дисциплины:

- формирование у студентов знаний и навыков, необходимых для выявления спроса на гостиничные услуги и стимулирования сбыта методом эмоционального сервиса.
- развитие теоретических и практических навыков, позволяющих принимать участие в разработке эмоциональной сервисной политики предприятия гостиничной индустрии.
- формирование знаний и навыков, позволяющих принимать участие в мотивировании клиентоориентированности персонала.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Эмоциональный сервис: управление поведением гостя» относится к вариативному компоненту базовой части Блока 1 учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Общепрофессиональные компетенции			
1	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности (ОПК-3)	<ul style="list-style-type: none">• Международные стандарты и управление качеством услуг	<ul style="list-style-type: none">• Стандартизация, сертификация и контроль качества услуг в профессиональной сфере• Технологии кейтеринга, деловых и событийных мероприятий• Производственная практика• Преддипломная практика• Подготовка к защите выпускной квалификационной работы
2	Способен обеспечить	<ul style="list-style-type: none">• Деловые	<ul style="list-style-type: none">• Стандартизация,

	<p>формирование и внедрение корпоративных стандартов и регламентов процессов обслуживания, соответствия отраслевым стандартам (ПКО-5)</p>	<p>коммуникации и культура речи</p> <ul style="list-style-type: none"> • Классификационная экспертиза и аудит предприятий сферы гостеприимства • Психология и конфликтология в организациях профессиональной сферы • Международные стандарты и управление качеством услуг • Профессиональная этика и этикет 	<p>сертификация и контроль качества услуг в профессиональной сфере</p> <ul style="list-style-type: none"> • Кросс-культурный менеджмент • Производственная практика • Преддипломная практика • Подготовка к защите выпускной квалификационной работы
--	---	---	--

3. Требования к результатам освоения дисциплины

– способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности (ОПК-3);

– способен обеспечить формирование и внедрение корпоративных стандартов и регламентов процессов обслуживания, соответствия отраслевым стандартам (ПКО-5).

В результате изучения дисциплины учащийся должен:

ЗНАТЬ:

– понятие, сущность и особенности эмоционального сервиса на предприятиях гостиничной индустрии, их контроля;

– количественные и качественные параметры оценки качества эмоционального сервиса;

– методы оценки клиентоориентированного обслуживания на предприятиях гостиничной индустрии (качественные и количественные показатели).

УМЕТЬ:

– использовать стандарты и другую нормативную документацию при оценке эмоционального сервиса на предприятиях гостиничной индустрии, контроле качества услуг;

– разрабатывать стандарты клиентоориентированного подхода в сфере услуг предприятий гостиничной индустрии;

– осуществлять контроль качества эмоционального сервиса в сфере гостиничного бизнеса.

ВЛАДЕТЬ:

- навыками, методиками контроля качества предоставления услуг эмоционального сервиса на предприятиях гостиничной индустрии;
- навыками организации контроля качества услуг эмоционального сервиса на предприятиях гостиничной индустрии;
- иметь навык анализа клиентоориентированного подхода в сфере услуг предприятий гостиничной индустрии.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Семестр		
	Очная форма		Очно-заочная форма
	5 семестр модуль А	6 семестр модуль В	6 семестр
Аудиторные занятия (всего)	16	36	34
В том числе:	-	-	-
Лекции	8	18	17
Семинары (С)	8	18	17
В том числе в интерактивной форме	4	10	8
Самостоятельная работа (всего)	56	36	110
Контроль (зачет с оценкой)	-	-	-
Общая трудоемкость	час	72	72
	зач. ед.	2	2
			144
			4

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание тем дисциплины

Раздел 1. Психология потребителя и управление поведением потребителя

Тема 1. Сущность эмоционального сервиса в гостинице.

- определение эмоционального сервиса.
- сущность понятия обслуживание.
- соотношение понятий эмоционального сервиса и клиентоориентированности
- выгода эмоционального сервиса.
- трудности при формировании эмоционального сервиса.

Тема 2. Поведение потребителей: концептуальные положения

- сущность понятия «поведение потребителей».

- методы изучения поведения потребителей.
- покупатели и потребители. поведение потребителя.
- эволюция поведения потребителей. классификация потребностей.
- факторы, определяющие развитие потребностей.
- разумные потребности. взаимосвязь потребностей со спросом.
- эффекты дохода и замещения.
- теория потребительского поведения закон стоимости.
- модели поведения потребителей.

Тема 3. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей

- сущность понятий «потребность», «мотив», «мотивация».
- классификация потребностей потребителя.
- установки и стереотипы потребительского поведения.
- манипуляции потребительским поведением.
- эмоции. типы эмоций. роль эмоций в восприятии рекламы.
- методы изучения мотивации потребителей.
- изучение мотивации потребителей некоторых сегментов.
- память как совокупность знаний потребителя о способах и возможностях удовлетворения потребностей.
 - методы оценки отношений; модель «цель – средства»; модель оценки отношения фишбейна. метод «идеальной точки»; методы улучшения отношения потребителя к бренду.

Тема 4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей

- понятия «социальный класс» и «социальная группа».
- социальный статус и символы. методы оценки социального статуса. изменение социального статуса. социальная стратификация и маркетинговые стратегии.
 - воздействие ситуационных факторов. физическое окружение.
 - ситуации предшествующее покупке состояние потребителя.
 - потребительские ситуации. ситуации коммуникации, покупки и использования.
 - информационная нагрузка обстановки, в которой совершается покупка.
- сезонность. ситуация использования.

Раздел 2. Клиентоориентированность предприятий гостиничной индустрии

Тема 5. Сущность клиентоориентированности в сервисе.

- основные понятия применяемые в клиентоориентированной политике гостеприимства.

- определение клиентоориентированности.
- сущность понятия обслуживание.
- выгода клиентоориентированности.
- трудности при формировании клиентоориентированности.
- пять элементов клиентоориентированности.
- четыре момента для компании, которая хочет стать клиентоориентированной.

Тема 6. Стандарты клиентоориентированной компании.

- сущность стандартов клиентоориентированности в компании
- набор выгод клиентов
- компоненты клиентоориентированных стандартов компании
- процесс внедрения клиентоориентированных стандартов
- основные трудности процесса внедрения клиентоориентированных стандартов.

Тема 7. Создание клиентоориентированного продукта.

- детали и составляющие продукта.
- анализ окружающей среды продукта.
- инструменты клиентоориентированности.

Тема 8. Бизнес-процессы ориентированные на клиента.

- определение клиентоориентированного бизнес-процесса.
- характеристика процессов взаимодействия с клиентами.

Тема 9. Качественный сервис и клиентоориентированный персонал.

- компоненты и функции клиентоориентированного сервиса.
- характеристики персонала в качественном сервисе.
- мифы качественного обслуживания.
- инвестиции в качественный сервис.
- 12 преимуществ качественного сервиса.
- статистика качественного сервиса.

Тема 10. Эффект клиентоориентированности.

- определение сущности содержания эффективности «сарафанного радио».
- мотивация клиентов.

- инструменты общения с клиентами.

Раздел 3. Вовлеченность персонала предприятий гостиничной индустрии

Тема 11. Вовлеченность персонала - ключевой фактор модернизации и инноваций.

- вовлеченность персонала, клиентоориентированность
- энергичность, энтузиазм и гибкость российских сотрудников
- вовлеченность персонала в России открывает огромные возможности

Тема 12. Процесс вовлеченности персонала

- вовлеченность и удовлетворенность работой
- вовлеченность и лояльность
- вовлеченность и полномочия
- вовлеченность и мотивация
- вовлеченность – важнейший фактор успеха компании
- качества вовлеченного сотрудника
- что такое корпоративная культура и драйверы вовлеченности
- драйверы вовлеченности – какие факторы оказывают влияние на корпоративную

культуру

Тема 13. Вовлеченность как элемент корпоративной культуры

- доверие, справедливость, уважение
- согласованность
- коммуникация
- полномочия
- эффективные процессы
- организационная культура
- самодисциплина
- общая ориентация на удовлетворение потребностей потребителей и качество
- поведение лидеров и менеджеров
- индивидуальные драйверы - качество жизни

5.2. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых	№ разделов данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых
----------	--------------------------------	--

	(последующих) дисциплин	(последующих) дисциплин		
		1	2	3
1.	Кросс-культурный менеджмент	+	+	+
2.	Технологии кейтеринга, деловых и событийных мероприятий	+	+	+
3.	Стандартизация, сертификация и контроль качества услуг в профессиональной сфере	+	+	+
4.	Производственная практика	+	+	+
5.	Преддипломная практика	+	+	+
6.	Подготовка к защите выпускной квалификационной работы	+	+	+

5.3. Разделы дисциплин и виды занятий

Для очной формы обучения.

№ п/п	Наименование тем	Л	ПЗ	СРС	Всего
модуль А					
Раздел 1. Психология потребителя и управление поведением потребителя					
1	Тема 1. Сущность эмоционального сервиса в гостиничной индустрии.	2	2	14	18
2	Тема 2. Поведение потребителей: концептуальные положения	2	2	14	18
3	Тема 3. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей	2	2	14	18
4	Тема 4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	2	2	14	18
	Всего по модулю А	8	8	56	72
модуль В					
Раздел 2. Клиентоориентированность предприятий гостиничной индустрии					
5	Тема 5. Сущность клиентоориентированности в сервисе.	2	2	4	8
6	Тема 6. Стандарты клиентоориентированной компании.	2	2	4	8

7	Тема 7. Создание клиентоориентированного продукта.	2	2	4	8
8	Тема 8. Бизнес-процессы ориентированные на клиента.	2	2	4	8
9	Тема 9. Качественный сервис и клиентоориентированный персонал.	2	2	4	8
10	Тема 10. Эффект клиентоориентированности.	2	2	4	8
Раздел 3. Вовлеченность персонала предприятий гостиничной индустрии					
11	Тема 11. Вовлеченность персонала - ключевой фактор модернизации и инноваций.	2	2	4	8
12	Тема 12. Процесс вовлеченности персонала	2	2	4	8
13	Тема 13. Вовлеченность как элемент корпоративной культуры	2	2	4	8
	Контроль (зачет с оценкой)				-
	Всего по модулю В	18	18	36	72
	Итого по дисциплине	26	26	92	144

Для очно-заочной формы обучения.

№ п/п	Наименование тем	Л	ПЗ	СРС	Всего
Раздел 1. Психология потребителя и управление поведением потребителя					
1	Тема 1. Сущность эмоционального сервиса в гостиничной индустрии.	1	1	10	12
2	Тема 2. Поведение потребителей: концептуальные положения	1	1	10	12
3	Тема 3. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей	1	1	8	10
4	Тема 4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	2	2	8	12
Раздел 2. Клиентоориентированность предприятий гостиничной индустрии					
5	Тема 5. Сущность клиентоориентированности в сервисе.	1	1	8	10
6	Тема 6. Стандарты клиентоориентированной компании.	1	1	8	10
7	Тема 7. Создание клиентоориентированного продукта.	1	1	8	10
8	Тема 8. Бизнес-процессы ориентированные на клиента.	2	2	8	12
9	Тема 9. Качественный сервис и клиентоориентированный персонал.	2	2	8	12
10	Тема 10. Эффект клиентоориентированности.	2	2	8	12

Раздел 3. Вовлеченность персонала предприятий гостиничной индустрии					
10	Тема 11. Вовлеченность персонала - ключевой фактор модернизации и инноваций.	1	1	8	10
11	Тема 12. Процесс вовлеченности персонала	1	1	8	10
12	Тема 13. Вовлеченность как элемент корпоративной культуры	1	1	10	12
	Контроль (зачет с оценкой)				-
	Всего	17	17	110	144

6. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен

7. Практические занятия (семинары)

Для очной формы обучения.

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (час.)
1	Тема 1. Сущность эмоционального сервиса в гостиничной индустрии.	2
2	Тема 2. Поведение потребителей: концептуальные положения	2
3	Тема 3. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей*	2
4	Тема 4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей*	2
	Всего по модулю А	8
5	Тема 5. Сущность клиентоориентированности в сервисе.	2
6	Тема 6. Стандарты клиентоориентированной компании.	2
7	Тема 7. Создание клиентоориентированного продукта.	2
8	Тема 8. Бизнес-процессы ориентированные на клиента. *	2
9	Тема 9. Качественный сервис и клиентоориентированный персонал.	2
10	Тема 10. Эффект клиентоориентированности. *	2
11	Тема 11. Вовлеченность персонала - ключевой фактор модернизации и инноваций. *	2
12	Тема 12. Процесс вовлеченности персонала*	2
13	Тема 13. Вовлеченность как элемент корпоративной культуры*	2
	Всего по модулю В	18
	Итого по дисциплине	26

* интерактивные занятия

Для очно-заочной формы обучения.

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (час.)
1	Тема 1. Сущность эмоционального сервиса в гостиничной индустрии.	1
2	Тема 2. Поведение потребителей: концептуальные положения	1
3	Тема 3. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей	1
4	Тема 4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей*	2
5	Тема 5. Сущность клиентоориентированности в сервисе.	1
6	Тема 6. Стандарты клиентоориентированной компании.	1
7	Тема 7. Создание клиентоориентированного продукта.	1
8	Тема 8. Бизнес-процессы ориентированные на клиента. *	2
9	Тема 9. Качественный сервис и клиентоориентированный персонал.	2
10	Тема 10. Эффект клиентоориентированности. *	2
11	Тема 11. Вовлеченность персонала - ключевой фактор модернизации и инноваций.	1
12	Тема 12. Процесс вовлеченности персонала*	1
13	Тема 13. Вовлеченность как элемент корпоративной культуры*	1
	Итого по дисциплине	17

* интерактивные занятия

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитория, оборудованная компьютером, мультимедийным проектором и проекционным экраном.

9. Информационное обеспечение дисциплины

а) Windows, Microsoft Office, Интернет

б) Консультант, Гарант, Виртуальная библиотека ЮНВТО

Материалы ЮНВТО (исследования, передовой опыт, материалы конференций в сфере международного туризма) на английском и русском языках (2009-2020 гг.)

- <https://www.e-unwto.org/>

- <http://publications.unwto.org/ru>

в) <http://esystem.pfur.ru/> Телекоммуникационная учебно-информационная система

РУДН;

г) <http://lib.rudn.ru/> Электронная библиотечная система РУДН

д) ресурсы сети Интернет:

- <http://www.prime-tass.ru/> Прайм-тасс – Агентство экономической информации.
- <http://www.infostat.ru/> Информационно-издательский центр «Статистика России».

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Нормативные правовые акты.

1. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей" с изменениями, внесенными Федеральным законом от 29.07.2018 N 250-ФЗ <http://logos-pravo.ru/zakon-rf-o-zashchite-prav-potrebiteley-s-kommentariyami>

Основная литература

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова и др. ; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 446 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786> (дата обращения: 09.03.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02263-0. – Текст : электронный.

2. Птуха, К. Эмоциональные продажи: как увеличить продажи втрое / К. Птуха, В. Гусарова. – 2-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 187 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279045> (дата обращения: 30.03.2020). – ISBN 978-5-9614-4344-8. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

3. Иванова-Швец, Л.Н. Управление персоналом в туристическом и гостиничном бизнесе : учебно-практическое пособие / Л.Н. Иванова-Швец, А.В. Дмитриев. – Москва : Евразийский открытый институт, 2011. – 111 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90750> (дата обращения: 30.03.2020). – ISBN 978-5-374-00275-1. – Текст : электронный.

4. Иванюк А.К. Адаптивная коммуникационная клиентоориентированная стратегия или алгоритм использования программ лояльности [Текст] / А.К. Иванюк, И.В. Аракелова// Маркетинг в России и за рубежом. - 2016. - № 1. - С. 20 - 25. Журавлёв, В.В. Проведение маркетинговых исследований : монография / В.В. Журавлёв. – Москва : Лаборатория книги, 2010. – 120 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88503> (дата обращения: 09.03.2020). – Текст : электронный.

5. Кириллов Лев. Вовлеченность персонала как фактор успеха компании в условиях кризиса [Текст] / Л. Кириллов // MANAGEMENT. - 2017. - № 1. - С. 70 - 74. <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web/SearchResult/ToPage/1>

6. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2015. – 1071 с. : табл., граф., ил, схемы – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713> (дата обращения: 09.03.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01263-6. – Текст : электронный.

7. Титкин, В.Д. Психологические аспекты при общении с клиентами в туристическом бизнесе / В.Д. Титкин. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 141 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142229> (дата обращения: 30.03.2020). – ISBN 978-5-504-00191-3. – Текст : электронный.

11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

1. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по освоению дисциплины (Приложение 1).

2. Методические указания для подготовки обучающихся к практическим занятиям (Приложение 2).

3. Обеспечение доступности освоения программы обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (Приложение 3).

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

В данной рабочей программе фонд оценочных средств приводится в сокращении. Полный текст фонда оценочных средств содержится в Приложении 4.

Целью создания фонда оценочных средств (ФОС) является оценка персональных достижений обучающихся на соответствие их знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности поэтапным требованиям образовательной программы.

Задачи ФОС:

– контроль и управление процессом приобретения обучающимися необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ОС ВО РУДН и ФГОС;

– оценка достижений обучающихся в процессе изучения дисциплины с выделением положительных (или отрицательных) результатов;

– обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение

инновационных методов обучения в образовательный процесс.

Планируемые уровни оценки компетенции:

– **пороговый** уровень (как обязательный для всех обучающихся по завершении освоения образовательной программы), предполагает 51-68 баллов, что соответствует качественной оценке индивидуальных образовательных достижений «удовлетворительно»;

– **продвинутый** уровень (превышение минимальных характеристик сформированности компетенции для выпускника), предполагает 69-85 баллов, что соответствует качественной оценке индивидуальных образовательных достижений «хорошо»;

– **высокий** уровень (максимально возможная выраженность компетенции, ориентир для самосовершенствования), предполагает 86-100 баллов, что соответствует качественной оценке индивидуальных образовательных достижений «отлично».

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся, входящий в состав рабочей программы дисциплины, включает в себя:

1. перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
2. описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
3. методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
4. типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчики:

Доцент, к.экон.н.

должность, название кафедры



О.Ю. Зевеке

инициалы, фамилия

Руководитель программы

Зам. директора, к.пед.н.

должность, название кафедры



Л. В. Куклина

инициалы, фамилия