

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 25.05.2023 16:04:08

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d871083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**

**«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Институт гостиничного бизнеса и туризма**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Эмоциональный сервис: управление поведением гостя**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

**43.03.03 «Гостиничное дело»**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

**Международный гостиничный бизнес**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2023 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Эмоциональный сервис: управление поведением гостя» является ознакомить слушателей с современными концепциями эмоционального сервиса в сфере гостиничного бизнеса, рассмотрение различных форм формирования и стимулирования спроса в индустрии гостиничного бизнеса.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Эмоциональный сервис: управление поведением гостя» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-3	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ОПК-3.1. Оценивает качество оказания услуг в международной сфере гостеприимства с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон; ОПК-3.2. Обеспечивает, требуемое отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в международной сфере гостеприимства (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)
ПКО-5	Способен обеспечить формирование и внедрение корпоративных стандартов и регламентов процессов обслуживания, соответствия отраслевым стандартам сервиса	ПКО-5.1. Разрабатывает внутренние стандарты и регламенты процессов обслуживания на уровне подразделения организации избранной сферы деятельности ПКО-5.2. Обеспечивает внедрение разработанных отечественных и международных стандартов и регламентов в практическую деятельность организации избранной профессиональной сферы

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Эмоциональный сервис: управление поведением гостя» относится к вариативной компоненте обязательной части блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Эмоциональный сервис: управление поведением гостя».

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ОПК-3	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>Международные стандарты и управление качеством услуг</li> <li>Технологии гостиничной деятельности</li> <li>Классификационная экспертиза и аудит предприятий сферы гостеприимства</li> <li>Учебная практика</li> <li>Производственная практика</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Преддипломная практика</li> <li>Подготовка и защита выпускной квалификационной работы</li> </ul>
ПКО-5	Способен обеспечить формирование и внедрение корпоративных	<ul style="list-style-type: none"> <li>Правовые основы деятельности и документооборот в профессиональной сфере</li> <li>Деловые коммуникации и культура речи</li> <li>Психология и конфликтология в организациях профессиональной сферы</li> <li>Профессиональная этика и этикет</li> <li>Международные стандарты и управление качеством услуг</li> <li>Классификационная экспертиза и аудит предприятий сферы гостеприимства</li> <li>Производственная практика</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Преддипломная практика</li> <li>Подготовка и защита выпускной квалификационной работы</li> <li>Современные технологии проектирования клиентского опыта в сервисе</li> </ul>

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Эмоциональный сервис: управление поведением гостя» составляет 4 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр
		7
Контактная работа, ак.ч.	34	34
в том числе:		
Лекции (ЛК)	17	17
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17	17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	74	74
Контроль (экзамен), ак.ч.	36	36

Вид учебной работы		ВСЕГО, ак.ч.	Семестр
			7
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения\*

Вид учебной работы		ВСЕГО, ак.ч.	Семестр
			4
<b>Контактная работа, ак.ч.</b>		<b>32</b>	<b>32</b>
в том числе:			
Лекции (ЛК)		16	16
Лабораторные работы (ЛР)		-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)		16	16
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.		76	76
Контроль (экзамен), ак.ч.		36	36
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ЗАОЧНОЙ** формы обучения\*

Вид учебной работы		ВСЕГО, ак.ч.	Семестр	Семестр
			6	7
<b>Контактная работа, ак.ч.</b>		<b>20</b>	<b>20</b>	-
в том числе:				
Лекции (ЛК)		12	12	-
Лабораторные работы (ЛР)		-	-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)		8	8	-
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.		115	88	27
Контроль (экзамен), ак.ч.		9	-	9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	108	36
	зач.ед.	4	3	1

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Психология потребителя и управление поведением потребителя	<p>Тема 1. Сущность эмоционального сервиса в гостинице.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определение эмоционального сервиса</li> <li>- сущность понятия обслуживание</li> <li>- соотношение понятий эмоционального сервиса и клиентоориентированности</li> <li>- выгода эмоционального сервиса</li> <li>- трудности при формировании эмоционального сервиса</li> </ul> <p>Тема 2. Поведение потребителей: концептуальные положения</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность понятия «поведение потребителей».</li> </ul>	ЛК, ПЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методы изучения поведения потребителей.</li> <li>- покупатели и потребители. поведение потребителя.</li> <li>- эволюция поведения потребителей. классификация потребностей.</li> <li>- факторы, определяющие развитие потребностей.</li> <li>- разумные потребности. взаимосвязь потребностей со спросом.</li> <li>- эффекты дохода и замещения.</li> <li>- теория потребительского поведения закон стоимости.</li> <li>- модели поведения потребителей.</li> </ul> <p>Тема 3. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность понятий «потребность», «мотив», «мотивация»</li> <li>- классификация потребностей потребителя</li> <li>- установки и стереотипы потребительского поведения</li> <li>- манипуляции потребительским поведением</li> <li>- эмоции. типы эмоций. роль эмоций в восприятии рекламы</li> <li>- методы изучения мотивации потребителей</li> <li>- изучение мотивации потребителей некоторых сегментов</li> <li>- память как совокупность знаний потребителя о способах и возможностях удовлетворения потребностей</li> <li>- методы оценки отношений; модель «цель – средства»; модель оценки отношения фишбеина. метод «идеальной точки»; методы улучшения отношения потребителя к бренду</li> </ul> <p>Тема 4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятия «социальный класс» и «социальная группа».</li> <li>- социальный статус и символы. методы оценки социального статуса. изменение социального статуса. социальная стратификация и маркетинговые стратегии</li> <li>- воздействие ситуационных факторов. физическое окружение.</li> <li>- ситуации предшествующее покупке состояние потребителя</li> <li>- потребительские ситуации. ситуации коммуникации, покупки и использования.</li> <li>- информационная нагрузка обстановки, в которой совершается покупка. сезонность. ситуация использования.</li> </ul>	

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 2. Клиенто-ориентированность предприятий гостиничной индустрии	<p>Тема 5. Сущность клиентоориентированности в сервисе.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия, применяемые в клиентоориентированной политике гостеприимства.</li> <li>- определение клиентоориентированности</li> <li>- сущность понятия обслуживание</li> <li>- выгода клиентоориентированности</li> <li>- трудности при формировании клиентоориентированности</li> <li>- пять элементов клиентоориентированности</li> <li>- четыре момента для компании, которая хочет стать клиентоориентированной</li> </ul> <p>Тема 6. Стандарты клиентоориентированной компании.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность стандартов клиентоориентированности в компании</li> <li>- набор выгод клиентов</li> <li>- компоненты клиентоориентированных стандартов компании</li> <li>- процесс внедрения клиентоориентированных стандартов</li> <li>- основные трудности процесса внедрения клиентоориентированных стандартов</li> </ul> <p>Тема 7. Создание клиентоориентированного продукта.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- детали и составляющие продукта</li> <li>- анализ окружающей среды продукта</li> <li>- инструменты клиентоориентированности.</li> </ul> <p>Тема 8. Бизнес-процессы, ориентированные на клиента.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определение клиентоориентированного бизнес-процесса</li> <li>- характеристика процессов взаимодействия с клиентами</li> </ul> <p>Тема 9. Качественный сервис и клиентоориентированный персонал.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- компоненты и функции клиентоориентированного сервиса</li> <li>- характеристики персонала в качественном сервисе</li> <li>- мифы качественного обслуживания</li> <li>- инвестиции в качественный сервис</li> <li>- 12 преимуществ качественного сервиса</li> <li>- статистика качественного сервиса</li> </ul> <p>Тема 10. Эффект клиентоориентированности.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определение сущности содержания эффективности «сарафанного радио».</li> <li>- мотивация клиентов.</li> </ul>	ЛК, ПЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	– инструменты общения с клиентами.	
Раздел 3. Вовлеченность персонала предприятий гостиничной индустрии	<p>Тема 11. Вовлеченность персонала - ключевой фактор модернизации и инноваций.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– вовлеченность персонала, клиентоориентированность</li> <li>– энергичность, энтузиазм и гибкость российских сотрудников</li> <li>– вовлеченность персонала в России открывает огромные возможности</li> </ul> <p>Тема 12. Процесс вовлеченности персонала</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– вовлеченность и удовлетворенность работой</li> <li>– вовлеченность и лояльность</li> <li>– вовлеченность и полномочия</li> <li>– вовлеченность и мотивация</li> <li>– вовлеченность – важнейший фактор успеха компании</li> <li>– качества вовлеченного сотрудника</li> <li>– что такое корпоративная культура и драйверы вовлеченности</li> <li>– драйверы вовлеченности – какие факторы оказывают влияние на корпоративную культуру</li> </ul> <p>Тема 13. Вовлеченность как элемент корпоративной культуры</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– доверие, справедливость, уважение</li> <li>– согласованность</li> <li>– коммуникация</li> <li>– полномочия</li> <li>– эффективные процессы</li> <li>– организационная культура</li> <li>– самодисциплина</li> <li>– общая ориентация на удовлетворение потребностей потребителей и качество</li> <li>– поведение лидеров и менеджеров</li> <li>– индивидуальные драйверы - качество жизни</li> </ul>	ЛК, ПЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; ПЗ – практические занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами	Microsoft Гарант Консультант Плюс

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	мультимедиа презентаций.	Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ 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. Рамендик, Д. М. Психодиагностика в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие для вузов / Д. М. Рамендик, О. В. Одинцова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10049-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512481> (дата обращения: 29.03.2023).

2. Бражников, М. А. Сервисология: учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 144 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13343-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519336> (дата



обращения: 29.03.2023).

*Дополнительная литература:*

3. Грацианова, Л. И. Основы психологии: учебное пособие: [16+] / Л. И. Грацианова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2020. – 224 с.: ил. – (Университетская серия). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602815>

4. 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.

5. 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.

6. 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>

7. 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.

8. Менеджмент в гостинично-туристическом бизнесе: учебное пособие: [16+] / И. В. Мишурова, Е. Н. Бандурина, О. В. Гудикова [и др.]; под ред. И. В. Мишуровой; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2017. – 332 с.: табл., граф., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567420>

9. Синяева, И. М. Маркетинг услуг: учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев; под ред. Л. П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 5-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 251 с.: ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684412>

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

- <http://www.prime-tass.ru/> Прайм-тасс – Агентство экономической информации.

- <http://www.infostat.ru/> Информационно-издательский центр «Статистика

России».

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Эмоциональный сервис: управление поведением гостя».

2. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по освоению дисциплины.

3. Методические рекомендации по обеспечению доступности освоения программы обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Эмоциональный сервис: управление поведением гостя» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - Ом и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН (положения/порядка).

### **РАЗРАБОТЧИКИ:**

Доцент, к.экон.н.

\_\_\_\_\_  
Должность, БУП

  
\_\_\_\_\_  
Подпись

О.Ю. Зевеке

\_\_\_\_\_  
Фамилия И.О.

\_\_\_\_\_  
Должность, БУП

\_\_\_\_\_  
Подпись

\_\_\_\_\_  
Фамилия И.О.

\_\_\_\_\_  
Должность, БУП

\_\_\_\_\_  
Подпись

\_\_\_\_\_  
Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

**Зам. директора по УМР**

Наименование БУП



Подпись

**Л.В. Куклина**

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

**Доцент кафедры туризма и  
гостиничного дела**

Должность, БУП



Подпись

**Т.Ю. Крамарова**

Фамилия И.О.