

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.06.2022 15:04:26
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989da116a

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

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)

2022 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 ПКО-5.3. Организует работу по подготовке и прохождению процедуры соответствия действующим общеотраслевым и международным стандартам и системам сертификации на уровне департаментов (служб, отделов) организации международной сферы гостеприимства

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"> Международные стандарты и управление качеством услуг Технологии гостиничной деятельности Классификационная экспертиза и аудит предприятий сферы гостеприимства Учебная практика Производственная практика 	<ul style="list-style-type: none"> Преддипломная практика Подготовка и защита выпускной квалификационной работы
ПКО-5	Способен обеспечить формирование и внедрение корпоративных	<ul style="list-style-type: none"> Правовые основы деятельности и документооборот в профессиональной сфере Деловые коммуникации и культура речи Психология и конфликтология в организациях профессиональной сферы Профессиональная этика и этикет Международные стандарты и управление качеством услуг Классификационная экспертиза и аудит предприятий сферы гостеприимства Производственная практика 	<ul style="list-style-type: none"> Преддипломная практика Подготовка и защита выпускной квалификационной работы Современные технологии проектирования клиентского опыта в сервисе

* - 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
Контактная работа, ак.ч.		32	32
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
Контактная работа, ак.ч.		20	20	-
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"> - определение эмоционального сервиса - сущность понятия обслуживание - соотношение понятий эмоционального сервиса и клиентоориентированности - выгода эмоционального сервиса - трудности при формировании эмоционального сервиса <p>Тема 2. Поведение потребителей: концептуальные положения</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность понятия «поведение потребителей». 	ЛК, ПЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Тема 3. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 фишбеина. метод «идеальной точки»; методы улучшения отношения потребителя к бренду <p>Тема 4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. 	

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"> - 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 <p>Тема 6. Стандарты клиентоориентированной компании.</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность стандартов клиентоориентированности в компании - набор выгод клиентов - компоненты клиентоориентированных стандартов компании - процесс внедрения клиентоориентированных стандартов - основные трудности процесса внедрения клиентоориентированных стандартов <p>Тема 7. Создание клиентоориентированного продукта.</p> <ul style="list-style-type: none"> - детали и составляющие продукта - анализ окружающей среды продукта - инструменты клиентоориентированности. <p>Тема 8. Бизнес-процессы, ориентированные на клиента.</p> <ul style="list-style-type: none"> - определение клиентоориентированного бизнес-процесса - характеристика процессов взаимодействия с клиентами <p>Тема 9. Качественный сервис и клиентоориентированный персонал.</p> <ul style="list-style-type: none"> - компоненты и функции клиентоориентированного сервиса - характеристики персонала в качественном сервисе - мифы качественного обслуживания - инвестиции в качественный сервис - 12 преимуществ качественного сервиса - статистика качественного сервиса <p>Тема 10. Эффект клиентоориентированности.</p> <ul style="list-style-type: none"> - определение сущности содержания эффективности «сарафанного радио». - мотивация клиентов. 	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"> – вовлеченность персонала, клиентоориентированность – энергичность, энтузиазм и гибкость российских сотрудников – вовлеченность персонала в России открывает огромные возможности <p>Тема 12. Процесс вовлеченности персонала</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>Тема 13. Вовлеченность как элемент корпоративной культуры</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	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. 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 Паблицер, 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. 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. 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. 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>

7. 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

- 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.		О.Ю. Зевеке
_____ Должность, БУП	_____ Подпись	_____ Фамилия И.О.
_____ Должность, БУП	_____ Подпись	_____ Фамилия И.О.
_____ Должность, БУП	_____ Подпись	_____ Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Зам. директора по УМР		Л.В. Куклина
_____ Наименование БУП	_____ Подпись	_____ Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

**Доцент кафедры туризма и
гостиничного дела**

Должность, БУП



Подпись

Т.Ю. Крамарова

Фамилия И.О.