



**Государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования города Москвы  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА  
ИМЕНИ Ю.А.СЕНКЕВИЧА (ГАОУ ВПО МГИИТ имени Ю.А. Сенкевича)**

Кронштадтский б-р, д. 43А, Москва, Россия, 125499, тел.: (495) 454-92-92, 454-74-58; факс: (495)454-31-66  
E-mail:box@mgii.ru, <http://www.mgii.ru>

**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА ТУРИЗМА**

**«МОТИВАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ УСЛУГ»**

**Методические указания и контрольные задания  
для студентов заочной формы обучения  
по направлению подготовки 100201.65 «Туризм»**

**Москва 2012**

Рабочая программа составлена на основании ГОС ВПО и учебного плана МГИИТ  
на кафедре **Менеджмент и маркетинг туризма** факультета **Туризм и гостеприимство**

Составитель:

**ст.преподаватель Шалашов В.И.**

**Выписка из государственного образовательного стандарта ВПО по направлению подготовки дипломированного специальности 100201 Туризм.**

**2.1. Требования к обязательному минимуму содержания учебной дисциплины:**

Индекс	Наименование дисциплины и ее основных разделов	Всего часов
СД 03	Мотивация потребителя услуг Методические основы мотивации потребителей. Формирование требований потребителей услуг на основе классического маркетинга. Факторы мотивации: внешние, внутренние. Методы и методики изучения мотивации потребителей: классификация, проективные методики, метод фокус-группы, многофакторные модели. Процесс поиска, восприятия, принятия решения, активизация мотива, приобретение выбранного варианта, потребление приобретенного товара.	60

**1. Цель и задачи учебной дисциплины, ее место в учебном процессе.**

**1.1. Цели и задачи изучения дисциплины**

Изучение курса «Мотивация потребителя услуг» позволяет овладеть основами мотивации потребителя с целью более эффективной деятельности предприятий в сфере различных услуг. Отсюда основными целями курса являются:

- Ознакомить студентов с новой областью знаний — мотивацией потребителей с учетом будущей профессиональной деятельности в сфере услуг, сформировать у них систему современных базовых знаний и практических навыков в этой области;
- Изучение методологических основ мотивации потребителей;
- Изучение процесса формирования требований потребителей;
- Ознакомление с факторами мотивации;
- Изучение методов и методик мотивации потребителей;
- Развитие у студентов навыков самостоятельной работы со специальной литературой.