



**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@mgiiit.ru, <http://www.mgiiit.ru>

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА ТУРИЗМА

«МОТИВАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ»

**Методические указания и контрольные задания
для студентов заочной формы обучения**

по направлению подготовки 080200.62 «Менеджмент»

Москва 2012

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

Составитель:

ст.преподаватель Шалашов В.И.

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.

1.2. Краткая характеристика дисциплины, ее место в учебном процессе

Данный курс занимает важное место в структуре учебного процесса по профессиональной подготовке выпускника по данной специальности.

Мотивация потребителя является базовой основой приобретения ими различных услуг, в том числе в области туризма и гостеприимства, выявлению приобретений и мотивов, поведенческих реакций.

Дисциплина «Мотивация потребителя» обобщает опыт поведения потребителя с целью эффективного использования инструментов маркетинга для максимального удовлетворения спроса целевых групп потребителей.

2. Требование к уровню освоения дисциплины

После изучения курса студенты должны знать:

- методологические основы мотивации потребителей;
- каким образом формируются требования потребителей на основе классического маркетинга;
- внутренние и внешние факторы мотивации;
- методы и методики изучения мотивации потребителей: классификация, проективные методики, метод фокус-групп, многофакторные модели;
- процесс поиска, восприятия, принятия решения, активизации мотива, приобретения выбранного варианта, потребления приобретенного товара.