

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.1.1 ТЕХНОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

Направление подготовки:

43.04.02 Туризм (Направленность (профиль): Технология и организация развлечений)

Трудоемкость: 3 зе

Промежуточная аттестация: зачет

Автор: Т. М. Перовщикова, ст. преподаватель

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Технологии исследования поведения потребителей туристских услуг» является овладение современными технологиями исследования поведения потребителей туристских услуг.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности:

– *в области научно – исследовательской деятельности:*

- изучить процесс организации и проведения исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов;

- научиться постановке целей исследования потребителей туристских услуг и выбору методов проведения исследований адекватных целям.

овладеть навыками разработки рабочего инструментария исследований, сбора и анализа данных полученных в ходе исследования.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина относится к *вариативной* части учебного плана, является дисциплиной по выбору студентом.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин: «Методология научных исследований», «Организация сервисной деятельности в туризме», «Развлекательные услуги».

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих дисциплин: «Исследование туристско-рекреационного потенциала территории», «Прогнозирование и планирование туристской деятельности»

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ООП

Планируемые результаты обучения по дисциплине – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения программы магистратуры – направлены на формирование следующих компетенций:

ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

ОПК-1 готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности

ПК-11 готовностью использовать современные достижения науки и передовой технологии в научно-исследовательских работах в сфере туризма

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Особенности и методология исследования поведения потребителей туристских услуг

Особенности поведения потребителей туристских услуг. Особенности исследований потребителей туристских услуг. Направления исследований: стратегические и тактические исследования. Методы стратегических и тактических исследований.

Тема 2. Психографика. Исследование социально-психологических особенностей потребителей

Психографика как количественная научная процедура предсказания потребительского поведения при недостаточности демографической сегментации. (Психографическая методика изучения потребителей). Психографическое моделирование. Метод психографического шкалирования: возможности и процедура. Методики VALS, LOV, VALS-2. Инструментарий психографических исследований.

Тема 3. Методология исследования отношений потребителей к фирмам, оказывающим туристские услуги и их продуктам

Отношения потребителей, необходимость их исследований и измерений. Способы измерения отношений. Многофакторные модели отношений. Алгоритм исследования отношений, характеристика основных этапов исследования: определение характеристик (атрибутов) необходимых для описания объекта отношений; определение степени известности объекта отношений, типы известности; определение значимости и присвоение весового коэффициента атрибутам объекта, отношение к которому измеряется; исследование выраженности атрибутов; расчет обобщенного индекса отношений.

Тема 4. Исследование социологических объяснительных факторов потребительского поведения

Социальные факторы исследуемые для понимания поведения потребителей. Модель нуклеарной семьи, учет в исследованиях отклонений от модели. Исследование влияния референтных групп на поведение потребителей туристских услуг. Исследование влияния принадлежности к социальному классу на поведение потребителей туристских услуг. Исследование социальной мобильности. Стендинг, суть понятия и методы исследования.

Тема 5. Изучение уровня удовлетворенности запросов потребителей

Необходимость и цель исследований удовлетворенности потребителей туристскими услугами и предприятиями их оказывающими. Периодические и непрерывные исследования удовлетворенности. Выбор времени проведения исследования.

Алгоритм исследования. Способы определения характеристик максимально влияющих на удовлетворенность. Способы оценки значимости характеристик: заявленная и аналитически выведенная значимость. Исследование выраженности атрибутов, использование словесных и цифровых шкал, структура анкеты для исследования удовлетворенности. Методы расчета интегрального индекса удовлетворенности: традиционный, метод трех высших оценок, дискретный профиль разрывов удовлетворенности. Внутренний анализ в исследовании удовлетворенности.

Тема 6. Анализ данных исследования удовлетворенности потребителей

Компьютерный и ручной анализ. Обработка цифровых шкал: необходимые статистические расчеты среднего, диапазона, стандартного отклонения, кросс-табуляция. Обработка словесных шкал: частотное распределение. Составление отчета о результатах по цифровым шкалам: отчет по оценкам важности, отчет по оценкам удовлетворенности, анализ расхождений и определение приоритетов для улучшения, расчет коэффициента удовлетворенности, обновление коэффициента удовлетворенности. Составление отчета при использовании словесных шкал.

Вовлеченность потребителей в покупку как важный аспект исследования поведения покупателей туристских услуг. Методика измерения степени вовлеченности Зайчовски. Шкала вовлеченности Капферера и Лорана. Матрица вовлеченности рекламного агентства «Foot, ConeetBelding» (FCB).