Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет имени В.А. Бондаренко»

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.11 Поведение потребителей»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
43.03.01 Сервис
(код и наименование направления подготовки)

Социально-культурный сервис
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2026

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.В.11 Поведение потребителей*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма
наименование кафедры

протокол № 7 от "13" марта 2026г.

Заведующий кафедрой
Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма — подпись — Н.А. Четверикова
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
доцент — подпись — Н.А. Четверикова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
43.03.01 Сервис — личная подпись — Н.А. Четверикова
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
личная подпись — С.Н. Бикшемирова
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству института
личная подпись — Ю.В. Гончарова
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Четверикова Н.А, 2026
© ОГУ, 2026

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

Сформировать у студентов систему знаний, умений и навыков по анализу поведения потребителей в сфере услуг и научить применять эти данные для планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса с учётом динамики рыночной конъюнктуры и колебаний потребительского спроса — в том числе для обоснования управленческих решений, корректировки продуктового портфеля и адаптации сервисных процессов под текущие и прогнозируемые потребности клиентов.

Задачи:

-освоить теоретические модели и факторы потребительского поведения;

-овладеть методами сбора и интерпретации данных о потребителях;

-научиться применять результаты анализа поведения потребителей при планировании деятельности сервисной организации.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.7 Право, Б1.Д.Б.15 Основы экономики и финансовой грамотности, Б1.Д.Б.18 Гостиничное дело, Б1.Д.Б.32 Нормативно-законодательные основы сервисной деятельности*

Постреквизиты дисциплины: *Б2.П.В.П.2 Преддипломная практика*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-7 Способен к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей	ПК*-7-В-1 Знает особенности планирования производственно-хозяйственной деятельности сервисных предприятий в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителя ПК*-7-В-2 Способен осуществлять планирование производственно-хозяйственной деятельности предприятий сферы сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителя	**Знать:** модели поведения и принятия решений потребителем, факторы на него влияющие **Уметь:** собирать и обрабатывать данные о потребителях **Владеть:** инструментами и практиками потребительской аналитики в операционное планирование

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	5 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**108**	**108**
Контактная работа:	**34,25**	**34,25**
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);* *- написание реферата (Р);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- подготовка к практическим занятиям;* *- подготовка к рубежному контролю)*	**73,75**	**73,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**зачет**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Теоретические основы поведения потребителей и их значение для сервисной деятельности	36	6	6	-	24
2	Методы исследования потребительского поведения и сегментация рынка услуг	36	6	6		24
3	Применение данных о поведении потребителей для планирования деятельности предприятия сервиса	36	6	4	-	26
	Итого:	108	18	16		74
	Всего:	108	18	16		74

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы поведения потребителей и их значение для сервисной деятельности. Понятие и структура потребительского поведения; модели принятия решения о покупке/заказе услуги; типология потребительского поведения в сфере услуг; факторы влияния (личностные, психологические, социальные, культурные, ситуационные); специфика восприятия и оценки качества услуги.

Раздел 2. Методы исследования потребительского поведения и сегментация рынка услуг. Качественные и количественные методы изучения потребителей; проектирование исследований (цели, гипотезы, выборка, инструменты); обработка и визуализация данных; критерии и методы сегментации потребителей в сервисе; профилирование сегментов и оценка их привлекательности; прогнозирование спроса на основе данных о поведении.

Раздел 3. Применение данных о поведении потребителей для планирования деятельности предприятия сервиса. Интеграция данных о потребителях в систему планирования (продукто-

вая линейка, каналы сбыта, стандарты обслуживания, ценообразование); управление клиентским опытом и жизненным циклом клиента; адаптация операционных процессов под поведение целевых сегментов; оценка экономической эффективности управленческих решений на основе данных о спросе; кейс-анализ: корректировка планов предприятия при изменении конъюнктуры рынка.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1,2,3	1	Теоретические основы поведения потребителей и их значение для сервисной деятельности	6
4,5,6	2	Методы исследования потребительского поведения и сегментация рынка услуг	6
7,8	3	Применение данных о поведении потребителей для планирования деятельности предприятия сервиса	4
		Итого:	16

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

1. Дубровин, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И. А. Дубровин. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 310 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720198 (дата обращения: 08.07.2026). – ISBN 978-5-394-05147-0. – Текст : электронный.
2. Коноплева, Н. А. Человек и его потребности в рыночной модели культуры : учебное пособие : [16+] / Н. А. Коноплева. – 2-е изд., доп. Электронная версия печатного издания. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 250 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599892 (дата обращения: 27.05.2026). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1328-9. – DOI 10.23681/599892. – Текст : электронный.

5.2 Дополнительная литература

1. Аванесова, Г.А. Сервисная деятельность : историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: учеб. пособие / Г. А. Аванесова .- 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2007. - 319 с.
2. Романович, Ж.А. Сервисная деятельность : учебник / Ж. А. Романович, С. Л. Калачев.- 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2007. - 268 с.
3. Шиповская, Л. П. Человек и его потребности : учебн. пособие / Л. П. Шиповская. - Москва: Альфа-М: ИНФРА-М, 2013. - 432 с.

5.3 Периодические издания

1. Интеллект. Инновации. Инвестиции: журнал. - Оренбург : ОГУ, 2026
2. Социологические исследования: журнал. - М. : Агентство «Роспечать», 2026
3. Туризм: право и экономика: журнал. – М. : Агентство «Роспечать», 2026
4. Региональный туризм: проекты, инвестиции, тенденции: электронный журнал на платформе ИВИС, 2026
5. Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса: электронный журнал на платформе ИВИС, 2026

5.4 Интернет-ресурсы

1. http://gumer.info – электронная библиотека по истории, психологии, культуре;
2. http:// cyberleninka.ru/journal/n/sovremennye-problemy-servisa-i-turizma – научная электронная библиотека;
3. https://www.lektorium.tv/mooc - «Лекториум», МООК: «Основы успешного делового общения»

4. https://universarium.org/catalog - «Универсариум», Курсы, МООК: «Российские потребители: как мы потребляем?»

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1 Операционная система РЕД ОС.

2 Пакет офисных приложений «МойОфис Образование»

3 Для работы с ресурсами Интернет - веб-браузер Яндекс https://yandex.ru/..

4 ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. /

Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ,

[1990–2026]. – Режим доступа в сети ОГУ http://garant.net.osu.ru

5 Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования - АИССТ

(зарегистрирована в РОСПАТЕНТ, Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2011610456, правообладатель – Оренбургский государственный университет), режим доступа - http://aist.osu.ru.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.