

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования_
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Факультет физической культуры и спорта

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ

протокол № 10 от 02.12.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Управление потребительскими предпочтениями

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

49.03.03 - Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм

Направленность образовательной программы

Событийная индустрия и рекреационный бизнес

Форма обучения

очная

г. Нижний Новгород

2025 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.10 Управление потребительскими предпочтениями относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-10: Способен конструировать и продвигать туристский продукт и циклы оздоровительно-рекреационного обслуживания различных социально-демографических групп населения и туристов	ПК-10.1: Знает: - основные понятия и виды туристского продукта и условия его продвижения; - теорию и методы продвижения туристского продукта и циклов оздоровительно-рекреационного обслуживания различных социально-демографических групп населения и туристов; - особенности организации и продвижения туристского продукта и циклов оздоровительно-рекреационного обслуживания; - основные направления туристской деятельности и их содержание (туроперейтинг, менеджмент, анимация); - понятие технологии турагентской и туроператорской деятельности; ПК-10.2: Умеет: - формировать туристский продукт, описывать факторы развития туризма и рекреации различных социально-демографических групп населения и туристов; - строить модель продвижения туристского продукта и циклов	ПК-10.1: Знает основные понятия и виды туристского продукта и условия его продвижения;- теорию и методы продвижения туристского продукта и циклов оздоровительно-рекреационного обслуживания различных социально-демографических групп населения и туристов; ПК-10.2: Умеет формировать туристский продукт, описывать факторы развития туризма и рекреации различных социально-демографических групп населения и туристов; ПК-10.3: Владеет формированием туристского продукта, описыванием факторов развития туризма и рекреации различных социально-демографических групп населения и туристов	Кейс-задание	Зачёт: Контрольные вопросы

	<p>оздоровительно-рекреационного обслуживания.</p> <p>ПК-10.3: Имеет опыт: - моделирования туристской и рекреационной деятельности; - владения методическими приемами реализовывать технологии турагентской и туроператорской деятельности, методами анализа спроса и формирования предложений туристских, рекреационно-реабилитационных и туристских услуг на макро-региональном и региональном уровнях. - владения навыками оценки эффективности продвижения туристского продукта и циклов оздоровительно-рекреационного обслуживания различных социально-демографических групп населения и туристов.</p>			
<p>ПК-8: Способен оказывать качественные услуги в области рекреации, фитнеса и здорового образа жизни</p>	<p>ПК-8.1: Знает: - состав, содержание и требования к качеству услуг в области рекреации, фитнеса и здорового образа жизни; - средства, методы и приемы контроля качества оказываемых туристско-рекреационных услуг. - рекреационные и туристские ресурсы, индустрию и инфраструктуру рекреации и туризма; - микрохозяйственную систему рекреации и туризма, туристской и рекреационной деятельности.</p> <p>ПК-8.2: Умеет: - анализировать информации о качестве оказываемых туристско-рекреационных услуг; - разрабатывать и внедрять систему качества услуг в физкультурно-</p>	<p>ПК-8.1: Знает состав, содержание и требования к качеству услуг в области рекреации, фитнеса и здорового образа жизни;</p> <p>ПК-8.2: Знает состав, содержание и требования к качеству услуг в области рекреации, фитнеса и здорового образа жизни;</p> <p>ПК-8.3: Владеет методикой определения эффективности средств и методов в процессе туристской и рекреационно-оздоровительной деятельностью.</p>	<p>Тест</p> <p>Собеседование</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

	спортивных организациях. ПК-8.3: Имеет опыт: - владения методикой определения эффективности средств и методов в процессе туристской и рекреативно- оздоровительной деятельностью; - разработки предложений по повышению качества услуг в области рекреации, фитнеса и здорового образа жизни.			
--	---	--	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	2
Часов по учебному плану	72
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	16
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	16
- КСР	1
самостоятельная работа	39
Промежуточная аттестация	0 Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0
Тема 1. Анализ современного состояния отечественного рынка туриндустрии и тенденции его развития	12	2	2	4	8
Тема 2. Особенности формирования туристского продукта и сегментирования его потребителей	14	2	4	6	8
Тема 3. Формирование механизма потребительских предпочтений в	16	4	4	8	8

индустрии туризма					
Тема 4. Развитие туристских территорий на основе учета потребительских предпочтений	11	4	2	6	5
Тема 5. Основные направления реализации туристского продукта с учетом современных потребительских предпочтений. Особенности продаж и обеспечение роста продаж регионального туристского продукта	9	2	2	4	5
Тема 6. Формирование сбытовой сети туристского регионального турпродукта	9	2	2	4	5
Аттестация	0				
КСР	1			1	
Итого	72	16	16	33	39

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Анализ современного состояния отечественного рынка туристической индустрии и тенденции его развития. Современное состояние, структура (въездной, выездной, внутренний), ключевые игроки, региональное распределение, влияние экономики и регулирования, динамика показателей, спрос и предложение, потребительские предпочтения, влияние пандемии и геополитики, состояние инфраструктуры, конкуренция, господдержка, тенденции развития (внутренний, новые виды, цифровизация, устойчивость, региональное развитие, импортозамещение, технологии, качество), проблемы и перспективы.

Тема 2. Особенности формирования туристского продукта и сегментирования его потребителей. Понятие и специфика турпродукта, структура и классификация, этапы формирования, учет потребностей, инновации и УТП, влияние факторов, стандартизация/кастомизация, комплексность, понятие и цели сегментирования, критерии и методы сегментирования, выбор целевых сегментов, позиционирование, взаимосвязь формирования и сегментирования, адаптация продукта, персонализация, эффективность сегментации.

Тема 3. Формирование механизма потребительских предпочтений в индустрии туризма. Понятие/роль предпочтений, модели поведения, внутренние/внешние/маркетинговые/ситуационные факторы, этапы принятия решения, влияние информации, когнитивные/эмоциональные аспекты, особенности по сегментам/видам туризма/культурам, маркетинговые инструменты воздействия (коммуникации, цена, лояльность, качество, digital), выводы, применение, перспективы.

Тема 4. Развитие туристских территорий на основе учета потребительских предпочтений. Понятие "туртерритория", модели развития, роль планирования/управления/стейкхолдеров, необходимость учета предпочтений, методы изучения предпочтений для территорий, факторы привлекательности, влияние предпочтений на стратегию, развитие инфраструктуры/ресурсов/турпродукта/навигации/безопасности/событийного туризма, маркетинг/продвижение (стратегия, каналы, имидж, онлайн, digital, отзывы), оценка эффективности (показатели, методы), выводы, лучшие практики, перспективы/вызовы.

Тема 5. Основные направления реализации туристского продукта с учетом современных потребительских предпочтений. Особенности продаж и обеспечение роста продаж регионального туристского продукта. Современные предпочтения (цифровизация, персонализация, опыт, устойчивость, безопасность, гибкость, ответственность), влияние на каналы продаж, онлайн-каналы (веб-сайты, ОТА, соцсети, платформы, direct), офлайн-каналы (агентства, офисы, выставки, партнерства), гибридные каналы (омниканальность, чат-боты, консультации), особенности продаж регионального продукта (специфика, целевая аудитория, каналы продвижения/продаж, ТИЦ, маршруты), рост продаж регионального продукта (разработка продукта, продвижение, система продаж/партнерства, инфраструктура/сервис, анализ/корректировка), выводы, рекомендации, перспективы.

Тема 6. Формирование сбытовой сети туристского регионального турпродукта Понятие/структура сбытовой сети, типы сетей (прямые, косвенные, смешанные), функции участников, факторы формирования, особенности региональной сбытовой сети (специфика продукта, каналы, местные участники, ТИЦ, кооперация), основные каналы сбыта (прямые, косвенные, электронные), этапы формирования сети (анализ, оценка, стратегия, выбор партнеров, взаимодействие, обучение, контроль), обеспечение эффективности (координация, информация, маркетинг, обслуживание, технологии, анализ), выводы, факторы успеха, рекомендации, перспективы.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

РПД, ФОС

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Кейс-задание) для оценки сформированности компетенции ПК-10:

1. Научный подход к поведению потребителя в системе маркетинга. Построение отношений изготовителя с потребителем начинается с понимания его запросов. В большинстве Customer Relationship Management, CRM-систем изготовители не спрашивают покупателей о том, что им нужно, что они хотят или что их тревожит. А для того чтобы успешно управлять развитием бизнеса, маркетолог должен общаться с потребителями, наблюдать за процессом покупки, постоянно поддерживать с ними обратную связь. CRM часто вызывает беспокойство у потребителя, так как существует некая реальная опасность нарушения конфиденциальности тех или иных сторон его частной жизни. CRM может быть основой неразрешенного покупателем использования его личных данных. Потребитель может быть шокирован тем, что клиентская база данных продана стороннему пользователю или используются изготовителем (или торговым посредником) в иных целях. Потребитель раздражается, когда ограничиваются возможности его выбора, когда чувствует давление со стороны поставщика продукта. Потребитель хочет сам контролировать отношения с поставщиком. Вопрос: Как называется диаметрально противоположная система отношений, охарактеризуйте ее

Кейс 2. В санатории – профилактории «Кавказ», на третьем этаже горничная производила уборку забронированного номера. В коридоре без присмотра родителей играли дети; пробегая мимо рабочей тележки горничной, один из них взял баллон с дезинфицирующим средством, плеснул содержимое в другого ребенка. Раствор попал на открытые участки тела, что привело к ожогу второй степени (образование пузырей).

Задание: 1. Проанализируйте действия горничной: при оказании первой доврачебной помощи пострадавшему; порядок соблюдения техники безопасности и охраны труда на рабочем месте при производстве уборочных работ. 2. Дайте характеристику производственного оборудования и инвентаря,

необходимых для проведения уборочных работ. 3. Назовите меры стимулирования качества обслуживания и эффективного труда горничной с использованием нового оборудования и техники.

Кейс 3. На базу отдыха «Лазурный берег» прибыла семейная пара по туристической путевке. С собой заботливые хозяева взяли собаку. На руках у ее владельцев были все документы (паспорт и ветеринарная карта с указанием всех выполненных прививок), однако администратор отказал в поселении, и семейная пара была вынуждена покинуть базу отдыха.

Задание: 1. Поясните действия администратора в соответствии с его должностными инструкциями. 2. Охарактеризуйте средства размещения с возможным поселением гостя с животным, по следующим классификациям: - место расположения - уровень - ассортимент - стоимость услуг - ценовая политика на средства размещения. 3. Сделайте анализ классификации средств размещения по назначению: коллективные и индивидуальные средства размещения.

Кейс 4. Гостиничный комплекс «Приветливый берег» осуществляет свою деятельность в трех основных направлениях: предоставление услуг временного проживания, оказание оздоровительных и лечебных медицинских услуг, услуги общественного питания. 13 Для качественного обслуживания потребителей и осуществления основных хозяйственных процессов гостиничный комплекс оснащен необходимым современным оборудованием и хозяйственным инвентарем. Сохранность материальных ценностей, а также экспертиза их эксплуатационного состояния обеспечивается инвентаризацией.

Задание: 1. Назовите необходимые ресурсы для предоставления лечебно - оздоровительных медицинских услуг, учитывая, что в организации процесса большое внимание уделяется использованию природно – лечебных факторов регионального компонента. 2. Сроки проведения инвентаризации материальных ценностей; результаты инвентаризации и порядок возмещения недостачи? 3. Стандарты управления персоналом для данного предприятия.

Кейс 5. Вы узнали, что конкурент разработал новый туристский продукт, который безусловно будет пользоваться спросом на рынке в предстоящем сезоне. Конкурент устраивает презентацию этого продукта в узком кругу своих турагентов на обучающем семинаре. Вам достаточно легко послать на семинар «своего» человека.

Задание: Обоснуйте: а) особенности управления организацией в условиях конкуренции б) особенности поведения персонала в условиях конкуренции в) конкуренцию, как составляющий элемент рынка услуг.

Критерии оценивания (оценочное средство - Кейс-задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Задание выполнено полностью, сформулированы выводы, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы, делает четкие выводы, полностью характеризующие работу. Ответ сопровождается аргументированными доказательствами; автор владеет научным и специальным аппаратом
не зачтено	Задание не выполнено; неумение самостоятельно делать выводы, использовать актуальную научную литературу. Представление чужой работы, плагиат.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-8:

- Фитнес-центр планирует расширить спектр групповых программ. Какой фактор следует считать первостепенным при определении новых направлений, чтобы максимально учесть потребительские предпочтения? а) Анализ предложений конкурентов в ближайшем радиусе. б) Проведение опроса текущих клиентов об их неудовлетворенных потребностях и желаемых форматах тренировок. в) Приглашение известных фитнес-инструкторов по популярным направлениям. г) Ориентация на последние мировые тренды в фитнес-индустрии, освещаемые в специализированных изданиях.
- Туристическая компания разрабатывает новый wellness-тур. Какой аспект формирования содержания тура будет наиболее значимым для привлечения потребителей, ориентированных на получение комплексного оздоровительного эффекта? а) Включение максимального количества разнообразных процедур без учета их синергии. б) Обеспечение высокого уровня комфорта проживания и питания. в) Разработка сбалансированной программы, сочетающей физическую активность, релаксацию и образовательные элементы, направленные на формирование здорового образа жизни. г) Привлечение медийных личностей в качестве амбассадоров тура.
- Региональный туристский кластер стремится повысить привлекательность территории для активного отдыха. Какая стратегия будет наиболее эффективной для формирования турпродукта, отвечающего разнообразным потребительским предпочтениям в этой сфере? а) Инвестирование в развитие одного-двух наиболее популярных видов активного отдыха. б) Создание широкого спектра возможностей для различных уровней подготовки и интересов, включая развитую инфраструктуру и систему навигации. в) Активное продвижение существующих природных ресурсов без учета потребностей конкретных сегментов. г) Снижение цен на существующие предложения активного отдыха.

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	правильные ответы составляют 50% и более
не зачтено	правильные ответы составляют менее 50%

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатор достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний	Уровень знаний ниже	Минимально	Уровень знаний в	Уровень знаний в	Уровень знаний в	Уровень знаний в

	теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	минимальных требований. Имели место грубые ошибки	допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»

не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-10

1. Как анализ современного состояния туррынка влияет на конструирование конкурентоспособного оздоровительно-рекреационного продукта для конкретной социально-демографической группы?
2. Каким образом специфика туристского продукта определяет стратегию его продвижения среди различных сегментов потребителей оздоровительно-рекреационных услуг?
3. Как учет механизма формирования потребительских предпочтений позволяет оптимизировать конструирование и продвижение циклов оздоровительно-рекреационного обслуживания?
4. Какова роль анализа потребительских предпочтений в разработке концепции развития туристской территории, ориентированной на оздоровительный и рекреационный туризм для различных возрастных групп?
5. Какие современные направления реализации туристского продукта наиболее эффективны для продвижения оздоровительно-рекреационных услуг среди цифрового поколения?
6. Как формирование эффективной сбытовой сети способствует увеличению охвата целевых социально-демографических групп для регионального оздоровительно-рекреационного турпродукта?
7. Какие инструменты сегментирования рынка наиболее релевантны при конструировании специализированных оздоровительно-рекреационных продуктов для различных социально-демографических групп?
8. Как позиционирование влияет на восприятие и выбор оздоровительно-рекреационного турпродукта различными типами потребителей?
9. Каким образом знание моделей потребительского поведения помогает в разработке адресных маркетинговых кампаний для продвижения оздоровительных туров?
10. Как внутренние и внешние факторы, влияющие на потребительские предпочтения, учитываются при создании персонализированных оздоровительно-рекреационных программ?
11. Какую роль играют различные источники информации в процессе выбора оздоровительного или рекреационного тура различными социально-демографическими группами?
12. Как характеристики туристской территории могут быть использованы для конструирования уникального оздоровительно-рекреационного продукта, привлекательного для определенного сегмента?
13. Какие маркетинговые стратегии наиболее эффективны для продвижения оздоровительно-рекреационных услуг на различных этапах жизненного цикла туристской территории?
14. Как оценка эффективности маркетинговых кампаний позволяет оптимизировать продвижение оздоровительно-рекреационного турпродукта среди целевых групп?
15. Какие особенности следует учитывать при продвижении онлайн и офлайн оздоровительно-рекреационных услуг для различных социально-демографических групп?
16. Как развитие гибридных каналов продаж влияет на доступность и привлекательность оздоровительно-рекреационного турпродукта для разных категорий потребителей?

17. Каким образом специфика регионального оздоровительно-рекреационного турпродукта определяет выбор каналов его продвижения?
18. Какие стратегии стимулирования продаж наиболее эффективны для различных социально-демографических сегментов рынка оздоровительно-рекреационных услуг?
19. Как структура сбытовой сети влияет на охват и эффективность продвижения регионального оздоровительно-рекреационного турпродукта среди различных групп населения?
20. Какие факторы формирования сбытовой сети являются ключевыми при продвижении специализированных оздоровительно-рекреационных программ для особых социально-демографических групп?
21. Как использовать цифровые технологии для персонализированного продвижения оздоровительно-рекреационных услуг среди различных сегментов потребителей?
22. Какие требования к качеству являются наиболее значимыми для различных социально-демографических групп при выборе оздоровительно-рекреационных услуг?
23. Как конструировать комплексные оздоровительно-рекреационные циклы, учитывающие потребности и предпочтения различных возрастных категорий?
24. Какие инструменты продвижения наиболее эффективны для формирования лояльности различных социально-демографических групп к оздоровительно-рекреационному турпродукту?
25. Как оценка эффективности сбытовой сети позволяет оптимизировать продвижение и увеличить продажи оздоровительно-рекреационного турпродукта среди целевых социально-демографических групп?

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-8

- Как анализ современного состояния рынка рекреации, фитнеса и ЗОЖ позволяет определить ключевые требования потребителей к качеству услуг?
- Каким образом специфика туристского продукта в сфере рекреации, фитнеса и ЗОЖ влияет на стандарты качества обслуживания?
- Как понимание механизма формирования потребительских предпочтений помогает в обеспечении высокого качества услуг в индустрии рекреации и фитнеса?
- Какова роль учета потребительских предпочтений в процессе развития туристских территорий для обеспечения качественного предоставления оздоровительно-рекреационных услуг?
- Какие современные направления реализации туристского продукта способствуют повышению качества услуг в области фитнеса и здорового образа жизни?
- Как эффективно сформированная сбытовая сеть может способствовать обеспечению единообразно высокого качества предоставления регионального рекреационно-оздоровительного турпродукта?
- Какие аспекты состава и содержания услуг в области рекреации, фитнеса и ЗОЖ являются ключевыми для восприятия их как качественных различными потребительскими сегментами?
- Как процесс сегментирования потребителей влияет на определение и обеспечение требований к качеству специализированных рекреационных и фитнес-услуг?
- Каким образом знание моделей потребительского поведения помогает в прогнозировании ожиданий клиентов относительно качества услуг в сфере ЗОЖ?
- Как внутренние и внешние факторы, влияющие на потребительские предпочтения, необходимо учитывать при оказании персонализированных услуг в области рекреации и фитнеса?
- Какую роль играет информация, полученная из различных источников, в формировании представлений потребителей о качестве услуг в сфере туризма и ЗОЖ?
- Как характеристики туристской территории могут быть использованы для создания уникальных и высококачественных рекреационно-оздоровительных услуг?

- Какие маркетинговые стратегии способствуют формированию у потребителей восприятия высокого качества услуг в сфере фитнеса и рекреации?
- Как оценка эффективности различных средств и методов в туристской и рекреационно-оздоровительной деятельности помогает в повышении качества предоставляемых услуг?
- Какие особенности следует учитывать при оказании качественных онлайн и офлайн услуг в области рекреации, фитнеса и здорового образа жизни?
- Как развитие гибридных каналов продаж влияет на обеспечение стабильно высокого уровня качества обслуживания в сфере туризма и ЗОЖ?
- Каким образом специфика регионального рекреационно-оздоровительного турпродукта определяет стандарты качества обслуживания туристов?
- Какие стратегии обеспечения роста продаж регионального турпродукта способствуют поддержанию и повышению качества предоставляемых услуг?
- Как структура сбытовой сети влияет на возможность контроля и обеспечения качества на всех этапах предоставления регионального рекреационно-оздоровительного турпродукта?
- Какие факторы формирования сбытовой сети являются наиболее важными для гарантии высокого уровня качества при оказании услуг в области рекреации и фитнеса?
- Как цифровые технологии могут быть использованы для улучшения качества и персонализации услуг в сфере туризма и здорового образа жизни?
- Какие требования к безопасности являются неотъемлемой частью качественных услуг в области рекреации, фитнеса и здорового образа жизни?
- Как конструировать циклы оздоровительно-рекреационного обслуживания, обеспечивающие не только эффективность, но и высокий уровень удовлетворенности качеством?
- Какие инструменты обратной связи с потребителями наиболее эффективны для непрерывного улучшения качества услуг в сфере туризма и ЗОЖ?
- Как оценка эффективности сбытовой сети позволяет выявить и устранить слабые звенья в процессе оказания качественных услуг в области рекреации, фитнеса и здорового образа жизни?

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студент глубоко и полно владеет содержанием учебного материала и понятийным аппаратом; умеет связывать теорию с практикой, иллюстрировать примерами, фактами; логично, четко и ясно излагает ответы на поставленные вопросы; умеет обосновывать свои суждения и профессионально-личностную позицию по излагаемому вопросу; ответ носит самостоятельный характер.
не зачтено	Студент имеет разрозненные, бессистемные знания; не умеет выделять главное и второстепенное; в ответе допускаются ошибки в определении понятий, формулировке теоретических положений, искажающие их смысл; студент беспорядочно и неуверенно излагает материал; не умеет соединять теоретические положения с деятельностью компании

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Чудновский А. Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта : учебное

- пособие / Чудновский А. Д., Жукова М. А. - Москва : Финансовый университет, 2014. - 304 с. - Рекомендовано Федеральным агентством по туризму в качестве учебного пособия для обучения студентов вузов по направлению подготовки «Менеджмент». Рекомендовано Советом УМО по образованию в области менеджмента в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр»). - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции Финансовый университет - Сервис и туризм. - ISBN 978-5-4365-0139-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=729232&idb=0>.
2. Чудновский А.Д.; Жукова М.А. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского : Учебное пособие / Чудновский А.Д. - Москва : Федеральное агентство по туризму, 2014. - 290 с. - ISBN 978-5-4365-0139-0. - Текст : электронный // ЭБС "BOOK.RU"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=563019&idb=0>.
3. Баумгартен Л.В. Управление качеством в туризме. Практикум : Учебное пособие / Баумгартен Л.В. - Москва : КноРус, 2021. - 284 с. - Режим доступа: book.ru. - ISBN 978-5-406-07899-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=737673&idb=0>.
4. Бугорский Владимир Павлович. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : Учебник и практикум для вузов / Бугорский В. П. - Москва : Юрайт, 2021. - 165 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-9916-9313-4. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=761936&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Кузьмина С. Н. Управление качеством услуг в туризме : электронное учебно-методическое пособие / Кузьмина С. Н., Тимофеева Е. С. - Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. - 182 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ИЭО СПбУТУиЭ - Сервис и туризм. - ISBN 978-5-94047-554-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=700826&idb=0>.
2. Предпринимательское право : учебник и практикум / Т. В. Белова [и др.] ; под редакцией Т. В. Беловой. - 4-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 493 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-16178-6. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=871018&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

- Факультет ФКС ННГУ им.Н.И. Лобачевского: <http://www.fks.unn.ru>
2. Министерство спорта РФ: <http://minsport.gov.ru/>
3. Общероссийская общественная организация "Федерация спортивного туризма России": <http://www.tssr.ru>
4. Консультант плюс: <http://www.consultant.ru/>
5. Федеральная служба государственной статистики: <http://www.gks.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими

средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 49.03.03 - Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм.

Автор(ы): Гущина Людмила Александровна.

Заведующий кафедрой: Летягина Елена Николаевна, кандидат экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 23/01/2025, протокол № 6.