

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
базового высшего образования
по направлению подготовки
26.03.01 Управление водным транспортом и
гидрографическое обеспечение судоходства,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Мотивация потребительского поведения и управление конфликтами в
индустрии туризма и гостеприимства**

Направление подготовки: 26.03.01 Управление водным транспортом и
гидрографическое обеспечение судоходства

Направленность (профиль): Управление пассажирскими перевозками на
водном транспорте

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 1059541
Подписал: И.о. заведующего кафедрой Зарецкая Екатерина
Владимировна
Дата: 15.06.2026

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения учебной дисциплины «Мотивация потребительского поведения и управление конфликтами в индустрии туризма и гостеприимства» является формирование у обучающихся системы теоретических знаний и практических навыков в области психологии потребительского поведения в сфере туризма и гостеприимства, необходимых для эффективной организации и управления департаментами сервиса на водном транспорте, повышения качества обслуживания, удовлетворённости клиентов и конкурентоспособности круизов.

Задачи дисциплины

- изучение теоретических основ психологии и мотивации потребительского поведения в сфере услуг, туризма и пассажирских перевозок на водном транспорте;
- освоение методов анализа факторов, влияющих на выбор и лояльность пассажиров, включая социально-психологические, экономические, культурные и поведенческие и пр. аспекты.
- формирование навыков сегментации потребителей и выявления их потребностей при организации пассажирских перевозок и сопутствующих сервисных услуг;
- освоение методов управления качеством обслуживания и формирования позитивного клиентского опыта в отношении водного пассажирского транспорта;
- изучение природы, причин и динамики конфликтов в системе «пассажир – персонал – организация» на предприятиях водного транспорта и на пассажирских судах;
- формирование навыков предупреждения и разрешения конфликтных ситуаций, возникающих с различными категориями пассажиров круизного судна в процессе их обслуживания или в стрессовых условиях;
- освоение современных технологий управления клиентскими отношениями (CRM) и инструментов повышения удовлетворённости и лояльности потребителей услуг водного транспорта;
- формирование профессиональной ответственности и этики делового общения в сфере пассажирских перевозок и сервисного обслуживания.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ПК-2 - Способен использовать современные информационные и коммуникативные технологии для реализации туристского продукта и построения эффективной системы его продвижения;

ПК-4 - Способен проводить мероприятия по продвижению туристского продукта и бренда компании, стимулированию сбыта туристского продукта;

ПК-5 - Способен консультировать и мотивировать туристов на приобретение туристских продуктов, оформлять бронь, сопровождать туристов по маршруту экскурсии и знакомить их с объектами показа;

ПК-6 - Способен подобрать, адаптировать и обучить персонал, оценить качество труда работников предприятий водного транспорта и мотивировать их на повышение результативности;

УК-4 - Способен к продуктивной коммуникации.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Знать:

- теории мотивации потребительского поведения, факторы, влияющие на выбор и лояльность пассажиров водного транспорта;

- особенности поведения клиентов в сфере туризма и пассажирских перевозок;

- современные информационные и коммуникативные технологии продвижения услуг, основы цифрового маркетинга и CRM-технологий;

- принципы построения бренда компании в сфере водных пассажирских перевозок;

- психологические основы делового общения и консультирования, особенности мотивации туристов различных категорий;

- стандарты клиентского сервиса на водном транспорте

- виды, причины и стадии конфликтов в сфере пассажирских перевозок, методы их профилактики и разрешения;

- нормы профессиональной этики и сервисного взаимодействия, современные теории мотивации труда;

- методы оценки качества работы персонала, принципы подбора, адаптации и обучения сотрудников.

Уметь:

- анализировать потребности различных сегментов пассажиров и выявлять мотивы приобретения туристских и транспортных услуг;

- использовать данные о поведении потребителей для повышения привлекательности услуг;

- применять информационные технологии для продвижения туристского продукта;
- разрабатывать коммуникационные сообщения с учётом мотивации целевой аудитории;
- использовать цифровые инструменты взаимодействия с клиентами;
- выявлять потребности клиента в процессе консультирования и мотивировать его к приобретению туристского продукта;
- сопровождать пассажиров и разрешать возникающие вопросы и конфликтные ситуации;
- анализировать конфликтные ситуации и выбирать адекватные стратегии поведения в конфликте;
- разрабатывать меры по предупреждению конфликтов и повышению качества обслуживания;
- оценивать эффективность работы сотрудников и разрабатывать систему как нематериальной, так и материальной мотивации персонала;
- формировать клиентоориентированную корпоративную культуру.

Владеть:

- инструментами управления персоналом и командной работы;
- методами повышения вовлечённости работников и навыками продуктивной управленческой коммуникации;
- технологиями переговоров и медиации, навыками стресс-менеджмента;
- инструментами формирования конфликтно-устойчивой сервисной среды;
- техниками активного слушания и убеждения;
- методами предотвращения и урегулирования конфликтов;
- навыками эффективной деловой и межличностной коммуникации;
- навыками работы с системами онлайн-бронирования и клиентскими базами;
- инструментами продвижения и стимулирования сбыта;
- технологиями формирования позитивного имиджа компании
- методами сегментации потребителей;
- инструментами оценки удовлетворённости и лояльности клиентов;
- навыками применения полученных данных при разработке и продвижении туристского продукта.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 з.е. (180 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов		
	Всего	Семестр	
		№6	№7
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	90	42	48
В том числе:			
Занятия лекционного типа	44	28	16
Занятия семинарского типа	46	14	32

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 90 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Теоретические основы мотивации потребительского поведения Понятие потребности, мотива, мотивации. Классические и современные теории мотивации (Маслоу, Герцберг, МакКлелланд и др.). Особенности мотивации в сфере услуг. Специфика мотивации пассажиров водного транспорта
2	Поведение потребителей в индустрии туризма и пассажирских перевозок Модель потребительского поведения. Этапы принятия решения о покупке туристского продукта. Факторы выбора транспортной услуги. Поведение клиентов в условиях неопределённости и риска.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
3	Сегментация и типология потребителей услуг водного транспорта Критерии сегментации рынка. Социально-демографические и психографические характеристики пассажиров. Поведенческая сегментация. Особенности работы с различными категориями пассажиров.
4	Формирование клиентского опыта и лояльности Понятие клиентского опыта (Customer Experience). Удовлетворённость и лояльность пассажиров. Инструменты оценки качества обслуживания. Роль сервиса в конкурентоспособности компании.
5	Туристский продукт на водном транспорте: структура и ценность Понятие и элементы туристского продукта. Основные и дополнительные услуги. Восприятие ценности услуги пассажиром. Управление качеством туристского продукта.
6	Современные технологии продвижения услуг водного транспорта Информационно-коммуникационные технологии. Онлайн-бронирование и CRM-системы. Цифровой маркетинг и социальные сети. Брендинг транспортной компании.
7	Коммуникация с потребителями в сфере пассажирских перевозок Вербальная и невербальная коммуникация. Техники активного слушания. • Деловая этика и сервисное общение. Межкультурные особенности коммуникации.
8	Психология консультирования и мотивации клиентов Этапы консультирования. Выявление потребностей клиента. Техники убеждения и аргументации. Работа с возражениями
9	Природа и классификация конфликтов в сфере услуг Понятие конфликта и его функции. Виды конфликтов в индустрии туризма и на транспорте. Причины конфликтов с пассажирами. Динамика развития конфликтной ситуации.
10	Методы предупреждения и разрешения конфликтов Стратегии поведения в конфликте. Переговорные технологии. Медиация и компромисс. Документирование и правовые аспекты урегулирования конфликтов.
11	Управление конфликтами в кризисных и экстремальных ситуациях Особенности конфликтов при задержках рейсов и форс-мажорах. Поведение пассажиров в стрессовых условиях. Алгоритмы действий персонала. Репутационные риски.
12	Мотивация и управление персоналом предприятий водного транспорта теории мотивации труда. Материальная и нематериальная мотивация. Формирование клиентоориентированной культуры. Оценка эффективности персонала.
13	Профессиональные стрессы и эмоциональное выгорание Причины стрессов в сфере обслуживания. Эмоциональный интеллект. Профилактика выгорания. Стресс-менеджмент.
14	Инновации в управлении потребительским поведением и сервисом Персонализация услуг. Big Data и аналитика поведения клиентов. Омниканальные коммуникации. Тренды развития пассажирских перевозок.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Анализ мотивации пассажиров водного транспорта Разбор кейсов. Определение мотивов разных групп клиентов. Составление портрета потребителя.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
2	Исследование поведения потребителей Построение карты пути клиента Анализ факторов выбора перевозчика. Оценка удовлетворённости.
3	Сегментация рынка пассажирских перевозок и круизного рынка Разработка критериев сегментации. Формирование целевых групп. Подготовка профилей потребителей.
4	Разработка клиентского сервиса Определение стандартов обслуживания. Моделирование сервисной ситуации. Разработка мер повышения лояльности.
5	Формирование туристского продукта Проектирование пакета услуг на водном транспорте. Определение конкурентных преимуществ предложений круизного рынка Расчёт ценностного предложения.
6	Разработка программы продвижения Подготовка маркетингового сообщения. Выбор каналов продвижения. Разработка концепции рекламной кампании.
7	Тренинг коммуникативных навыков Ролевые игры «Пассажир – менеджер». Отработка техник активного слушания. Анализ ошибок общения.
8	Консультирование и работа с возражениями Моделирование процесса консультации. Практика аргументации. Сценарии продажи туристского продукта.
9	Диагностика конфликтных ситуаций Анализ реальных кейсов из практики перевозок. Определение типа и стадии конфликта. Разработка стратегии поведения.
10	Разрешение конфликтов с пассажирами Ролевые игры по урегулированию жалоб. Переговорные техники. Подготовка письменного ответа на претензию
11	Поведение персонала в кризисной ситуации Сценарии форс-мажора. Разработка алгоритма действий. Оценка репутационных рисков.
12	Разработка системы мотивации персонала Создание модели стимулирования сотрудников. Определение КРІ для сервисного персонала. Разработка программы обучения.
13	Управление стрессом и эмоциональным состоянием Тестирование уровня стрессоустойчивости. Практика техник саморегуляции. Разбор конфликтных реакций.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
14	Итоговый проект Разработка комплексной программы повышения лояльности пассажиров. Представление стратегии управления конфликтами. Защита проекта.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Подготовка к промежуточной аттестации.
3	Подготовка к текущему контролю.
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Котанс, А. Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Я. Котанс. — 3-изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 384 с	https://znanium.ru/catalog/product/1047983
2	Макринова, Е. И. Технологии продаж в туризме и гостеприимстве : учебное пособие / Е. И. Макринова, Т. Ю. Симонова, Е. О. Святая. - Москва : Директ-Медиа, 2022. - 180 с	znanium.ru/catalog/product/2141793
3	Лебедева, Л. В. Психология рекламы : учебное пособие / Л. В. Лебедева. — 3-е изд. — Москва : ФЛИНТА, 2025. — 129 с. — ISBN 978-5-9765-1642-7.	https://e.lanbook.com/book/480785
4	Фесенко, О. П. Практикум по конфликтологии, или учимся разрешать конфликты : практикум / О. П. Фесенко, С. В. Колесникова. – 7-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2026. - 128 с.	https://znanium.ru/catalog/product/2262350
5	Лукаш, Ю. А. Внутрифирменные конфликты и трудовая конфликтология в бизнесе: учебное пособие для	znanium.ru/catalog/product/1905774

практического применения / Ю. А. Лукаш. - Москва : Флинта, 2022. - 123 с.	
--	--

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ): <http://library.miiit.ru>

Федеральная служба государственной статистики: <https://www.gks.ru>

Официальный сайт Банка России: <https://www.cbr.ru/>

Финансовый портал «Финам.ру»: <https://www.finam.ru/>

Министерство финансов Российской Федерации <https://minfin.gov.ru/ru/>

Справочные правовые системы «КонсультантПлюс» и «Гарант» — <https://www.consultant.ru/> <https://go.garant.ru/> — используются для работы с кодексами, федеральными законами, приказами и правилами в сфере водного транспорта.

«Круизинформ» — <https://cruiseinform.ru/>- российский медиа-ресурс, специализирующийся на сфере круизного речного и морского туризма, а также деятельности водного транспорта и речной инфраструктуры

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Microsoft Windows Операционная система

MS Office (Word, Excel, PowerPoint) или аналоги

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные компьютерной техникой и наборами демонстрационного оборудования

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 6, 7 семестрах.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, к.н. кафедры «Эксплуатация
водного транспорта» Академии
водного транспорта

Е.В. Зарецкая

Согласовано:

и.о. заведующего кафедрой ЭВТ
Председатель учебно-методической
комиссии

Е.В. Зарецкая

А.А. Гузенко