

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
43.03.02 Туризм,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Психология потребительского поведения

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль): Проектирование туристско-транспортных систем

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: 3068
Подписал: заведующий кафедрой Ступникова Елена
Анатольевна
Дата: 08.06.2026

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения дисциплины «Психология потребительского поведения» является ознакомление студентов с основами теоретических знаний в области психологии потребительского поведения, в том числе, в сфере туризма; формирование у студентов глубокого понимания психологических механизмов и мотивов, определяющих выбор покупателя; обучение применению этих знаний для анализа рынка, разработки стратегий эффективного продвижения туруслуг.

Задачами освоения дисциплины «Психология потребительского поведения» являются:

- ознакомить учащихся с основными понятиями психологии потребительского поведения;
- ознакомить с методами и техниками, позволяющими идентифицировать и классифицировать типы потребительского поведения в туризме;
- изучить содержание потребительского поведения и оказывающие на него влияние факторы;
- освоить и закрепить в тренинговых упражнениях набор практических навыков по потребительскому поведению в сфере туризма.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ПК-2 - Способен разрабатывать и реализовывать управленческие решения в туристско-транспортных системах с учётом этических норм, психологии потребительского поведения и методов профилактики и разрешения конфликтов.

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

Знать:

- понятийный и категориальный аппарат, применяемый в исследованиях потребительского поведения;
- основные понятия психологии потребительского поведения;
- этические нормы профессионального делового общения.

Уметь:

- анализировать и интерпретировать потребительское поведение в туризме;

- учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

Владеть:

- инструментами оценки потребительского поведения в туризме;
- методами профилактики, управления и разрешения конфликтов;
- навыками разработки и реализации управленческих решений в туристско-транспортных системах с учётом этических норм и психологии потребительского поведения.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 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 №3
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	64	64
В том числе:		
Занятия лекционного типа	32	32
Занятия семинарского типа	32	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 44 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	Эволюция теорий потребительского поведения Рассматриваемые вопросы: - общество потребления; - первые теории потребления (А. Курно, К. Маркс, Т. Веблен, Г. Зиммель, М. Вебер и др.); - современные исследования потребительского поведения (П. Бурдьё, И. Гофман, Ж. Бодрийяр и др.).
2	Сфера туризма как объект исследования потребительских предпочтений Рассматриваемые вопросы: - государственная политика в сфере туризма; - особенности функционирования сферы туризма; - характеристики услуг и специфика управления организациями индустрии туризма; - модель поведения потребителя туристских услуг.
3	Содержание потребительского поведения Рассматриваемые вопросы: - основные понятия (покупатель, потребитель, поведение потребителя); - объект, предмет, методы и задачи исследования потребительского поведения; - типы потребительского поведения по направленности и содержанию; - типы потребительского поведения по значимости товара/услуги.
4	Внешние факторы, влияющие на поведение потребителя Рассматриваемые вопросы: - культура/субкультура; - коммуникации; - социальное положение; - референтные группы; - семья.
5	Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителя Рассматриваемые вопросы: - потребности; - мотивация; - восприятие; - личный опыт; - личность потребителя; - ценности; - ресурсы потребителя; - стиль жизни.
6	Понятие «туристский продукт» и классификация туризма на основе потребительских предпочтений Рассматриваемые вопросы:

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<ul style="list-style-type: none"> - определения «туристского продукта»; - характеристики основных сегментов туристского спроса: географические, социально-демографические, психологические, поведенческие; - цели потребителей в сфере туризма; - уровни потребительской вовлеченности
7	<p>Потребности и мотивация потребителей туруслуг</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - классификация потребительских потребностей; - направленность мотивации; - иерархия Маслоу и туристские потребности; - роль туристской дестинации в формировании потребительской мотивации.
8	<p>Формирование механизма потребительских предпочтений в сфере туризма</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - потребительская мотивация в сфере туризма; - факторы, влияющие на туристскую мотивацию; - механизмы мотивации потребителя к приобретению туристских услуг.
9	<p>Естественная и искусственная потребительские мотивации в сфере туризма</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - естественные мотивации потребителей туруслуг; - искусственные мотивации потребителей туруслуг; - процесс формирования искусственных мотиваций потребителей туруслуг
10	<p>Восприятие и его роль в потребительском поведении</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - процесс восприятия; - самовосприятие; - роль «Я-концепция» в потребительском поведении; - роль самооценки в потребительском поведении; - гендерные роли и потребительское поведение.
11	<p>Ценности и потребительское поведение</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - система ценностей личности; - потребительские ценности; - социальные сети и потребительское поведение.
12	<p>Психографика, как метод изучения потребительского поведения</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - компоненты психографического анализа потребительского поведения; - модель АЮ: деятельность, интересы, мнения; - уровень дохода; - возраст; - образование; - социальный статус.
13	<p>Типологии потребителей туруслуг</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - по типу мотивации и целям;

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<ul style="list-style-type: none"> - по уровню дохода; - по способу организации путешествия - по психологическим параметрам.
14	<p>Процесс принятия решений потребителем</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типология потребительских решений о покупке; - по намерениям; - по степени вовлеченности в процесс покупки; - вовлеченность при приобретении турпродукта; - факторы, влияющие на принятие решений потребителем
15	<p>Процесс покупательского поведения</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - модель процесса покупки; - предпокупочные этапы потребительского поведения; - послепокупочные этапы потребительского поведения.
16	<p>Уровень удовлетворенности потребителя</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы оценки уровня удовлетворенности потребителя; - уровень ожидания и уровень желания (Н. Кано); - инструменты сбора данных для оценки потребительской удовлетворенности

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	<p>Эволюция теорий потребительского поведения</p> <p>В результате практического занятия студенты формируют навык участия в групповой дискуссии и формулирования мнения по заданной теме. Коллективное обсуждение темы (групповая дискуссия): «Феномен потребления».</p> <p>Заслушивание и обсуждение индивидуальных докладов по выбранным темам.</p>
2	<p>Сфера туризма как объект исследования потребительских предпочтений</p> <p>В результате практического занятия студенты формируют навык участия в групповой дискуссии и формулирования мнения по заданной теме. Коллективное обсуждение темы (групповая дискуссия): «Туризм, как сфера потребления».</p> <p>Заслушивание и обсуждение индивидуальных докладов по выбранным темам.</p>
3	<p>Содержание потребительского поведения</p> <p>В результате практического занятия студенты научатся выделять и анализировать содержание потребительского поведения на примерах сферы туризма.</p> <p>Решение ситуационных задач – анализ рационального, привычного, импульсивного и др. типов потребительского поведения в ситуациях поиска информации, выбора туристской дестинации и т.п.</p> <p>Заслушивание и обсуждение индивидуальных докладов по выбранным темам.</p>

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
4	<p>Внешние факторы, влияющие на поведение потребителя</p> <p>В результате практического занятия студенты научатся выделять внешние факторы, влияющие на поведение потребителя.</p> <p>Решение ситуационных задач – анализ популярной туристской дестинации с целью оценки роли и влияния внешних (культура/субкультура, семья, референтная группа и др.) факторов на поведение потребителей туруслуг.</p> <p>Заслушивание и обсуждение индивидуальных докладов по выбранным темам.</p>
5	<p>Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителя</p> <p>В результате практического занятия студенты научатся выделять внутренние факторы, влияющие на поведение потребителя.</p> <p>Решение ситуационных задач – сравнительный анализ нескольких туристских дестинаций с целью оценки роли и влияния внутренних (мотивация, восприятие, личный опыт и др.) факторов на поведение потребителей туруслуг.</p> <p>Заслушивание и обсуждение индивидуальных докладов по выбранным темам.</p>
6	<p>Понятие «туристский продукт» и классификация туризма на основе потребительских предпочтений</p> <p>В результате практического занятия студенты получают навык анализа различных турпродуктов в зависимости от предпочтений потребителя.</p> <p>Решение ситуационных задач, моделирующих - подбор турпродукта в рамках потребительского бюджета, нестандартных пожеланий потребителя, сезонных изменений и др.</p> <p>Заслушивание и обсуждение индивидуальных докладов по выбранным темам.</p>
7	<p>Потребности и мотивация потребителей туруслуг</p> <p>В результате практического занятия студенты ознакомятся с принципами ориентации в потребностях потребителей туруслуг.</p> <p>Решение ситуационных задач – анализ познавательных, оздоровительных, религиозных, развлекательных и др. видов потребностей и мотивов потребителей туруслуг.</p> <p>Заслушивание и обсуждение индивидуальных докладов по выбранным темам.</p>
8	<p>Формирование механизма потребительских предпочтений в сфере туризма</p> <p>В результате практического занятия студенты ознакомятся с механизмами управления потребительскими предпочтениями в сфере туризма в условиях цифровизации.</p> <p>Решение ситуационных задач – анализ воздействия информационных стимулов (отзывы в интернете, социальные сети, тревел-блогеры, как лидеры мнений); агрегаторы услуг; цифровизация бронирования.</p> <p>Заслушивание и обсуждение индивидуальных докладов по выбранным темам.</p>
9	<p>Естественная и искусственная потребительские мотивации в сфере туризма</p> <p>В результате практического занятия студенты ознакомятся с принципами диагностики туристских потребностей и мотиваций.</p> <p>Индивидуальная работа с методикой психологической диагностики «Мотивация к достижению целей» Эллера: оценка, анализ, принципы обработки и интерпретации результатов.</p> <p>Заслушивание докладов по выбранным темам.</p>
10	<p>Восприятие и его роль в потребительском поведении</p> <p>В результате практического занятия студенты ознакомятся с особенностями восприятия потребителей и их влиянием на потребительский выбор.</p>

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	Решение ситуационных задач на определение триггеров восприятия на примерах турпредложений, туристских дестинаций, брендов туристской одежды и др. Приемы нейромаркетинга. Заслушивание и обсуждение индивидуальных докладов по выбранным темам.
11	Ценности и потребительское поведение В результате практического занятия студенты ознакомятся с принципами диагностики ценностной сферы потребителя. Индивидуальная работа с методикой психологической диагностики «Ценностных ориентаций» М. Рокича: оценка, анализ, принципы обработки и интерпретации результатов. Заслушивание докладов по выбранным темам.
12	Психографика, как метод изучения потребительского поведения В результате практического занятия студенты ознакомятся с общими принципами конструирования вопросов для анкетирования и интервьюирования, техники ведения расспроса потребителя, в том числе в сфере туризма. Заслушивание и обсуждение индивидуальных докладов по выбранным темам.
13	Типологии потребителей туруслуг В результате практического занятия студенты ознакомятся с принципами распознавания психологических типов потребителей. Решение ситуационных задач на установление соответствия между типами потребителей по модели Майерс-Бриггс (MBTI) или типологией потребителей Вэлс (VALS) и их отношением к территориальным туристским брендам. Заслушивание и обсуждение индивидуальных докладов по выбранным темам.
14	Процесс принятия решений потребителем В результате практического занятия студенты ознакомятся с принципами анализа методов влияния на потребительское поведение. Решение ситуационных задач – анализ «эффекта приманки» и «эффекта дефицита» на примерах турпредложений с целью оценки их влияния на поведение потребителей туруслуг. Заслушивание и обсуждение индивидуальных докладов по выбранным темам.
15	Процесс покупательского поведения В результате практического занятия студенты ознакомятся с принципами сбора и анализа данных потребительского поведения. Решение ситуационных задач – проведение мини-опроса на 10 потенциальных потребителей туруслуг о критериях их выбора туристской дестинации. Выделить и проанализировать этапы потребительского поведения: осознание потребности, поиск информации, оценка вариантов, покупка и опыт после покупки. Заслушивание и обсуждение индивидуальных докладов по выбранным темам.
16	Уровень удовлетворенности потребителя В результате практического занятия студенты ознакомятся с методами оценки уровня удовлетворенности потребителя. Решение ситуационных задач на развитие навыка проведения исследования уровня удовлетворенности потребителя (постановка цели, разбиение на этапы, сбор данных, методы сбора данных и их обработки, анализа и т.п.), на примерах сферы туризма. Заслушивание и обсуждение индивидуальных докладов по выбранным темам.

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.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Деньгов, В. В. Теория потребительского поведения : учебник для вузов / В. В. Деньгов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 117 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18271-2.	— Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/589548 (дата обращения: 10.06.2026).
2	Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7.	— Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/585402 (дата обращения: 10.06.2026).

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

Сайт Научно-технической библиотеки РУТ (МИИТ) <http://library.miit.ru>

Сайт Библиотеки образовательной платформы «Юрайт»: <https://urait.ru> Сервер органов государственной власти РФ «Официальная Россия» <http://gov.ru>

Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации «Консорциум Кодекс» <http://docs.cntd.ru>

Сайт Российской государственной библиотеки <http://www.rsl.ru>

Сайт Российской национальной библиотеки <http://nlr.ru>

Сайт Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU: <http://elibrary.ru>

Сайт электронно-библиотечной системы «Консультант студента»: <https://www.studentlibrary.ru>

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

1. Интернет-браузер (Yandex и др.).
2. Microsoft Office.

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

Для проведения аудиторных занятий по дисциплине используется аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием: проектор, экран, персональный компьютер/ноутбук.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 3 семестре.

10. Оценочные материалы.

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

Авторы:

доцент, к.н. кафедры «Экономика
транспортной инфраструктуры и
управление строительным
бизнесом»

Ю.В. Постылякова

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭТИиУСБ
Председатель учебно-методической
комиссии

Е.А. Ступникова

М.В. Ишханян