

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя»
(РИЗП)**

РАССМОТРЕНО И СОГЛАСОВАНО
НА ЗАСЕДАНИИ КАФЕДРЫ «ГУМАНИТАРНЫЕ И
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ДИСЦИПЛИНЫ»
ПРОТОКОЛ № 11 ОТ 26.06.2017 Г.
ЗАВ. КАФЕДРОЙ



Д.ф.н., проф. _____ Гайломазова Е.С.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по организации самостоятельной работы студентов по проведению
практических (семинарских) занятий
по дисциплине (модулю)

Человек и его потребности

код и наименование направления подготовки (специальности)	43.03.02 Туризм
направленность (профиль)	Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

**Ростов-на-Дону
2017 г.**

Учебно-методические указания по организации самостоятельной работы студентов и проведению практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю) «Человек и его потребности» по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14.12.2015 N 1463.

Автор(ы):

к.э.н., доц. Левчук В.В.

(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

Тема 1. Потребности и их классификация.

Задания для занятий семинарского типа

1. Понятие потребности.
2. Структура потребности (концепция Ф. Котлера): нужды, желания, спрос, ценность, стоимость, потребительское удовлетворение. Классификация потребностей.
3. Список потребностей Мюррея.

Задания для самостоятельной работы

1. Различные способы классификации потребностей.
2. Потребности разумные и неразумные.
3. Потребности социально одобряемые.
4. Потребности и инстинкты: классификация Мак-Дугалла.

Тема 2. Иерархия потребностей.

Задания для занятий семинарского типа

1. Закон возвышения потребностей. Иерархия потребностей.
2. Пирамида потребностей А. Маслоу. Физиологические потребности.
3. Потребность безопасности.
4. Потребность принадлежать к социальной группе.
5. Потребности признания и уважения.
6. Потребности самовыражения.
7. Развитие концепции Маслоу в трудах его последователей.

Задания для самостоятельной работы

1. Потребности человека и его ценности.
2. Историческое значение концепции Маслоу для развития науки о человеческих потребностях.
3. Трансформация пирамиды Маслоу, значение мотивации сотрудника с учетом иерархии потребностей.
4. Критика концепции Маслоу в работах К. Альдерфера.
5. Теория приобретенных потребностей Д. Мак-Клелланда.
6. Мотивационно-гигиеническая теория Ф. Герцберга.
7. Сравнение иерархических теорий потребностей.

Тема 3. Мотивы и мотивация.

Задания для занятий семинарского типа

1. Понятия мотива и мотивации.
2. Виды мотивов.
3. Мотив самоутверждения.
4. Мотив идентификации.
5. Мотив власти.
6. Процессуально-содержательные мотивы.

7. Мотив саморазвития.
8. Мотив достижения.
9. Просоциальные мотивы. Мотив аффилиации.
10. Негативная мотивация.

Задания для самостоятельной работы

1. Мотивы и стимулы. Анализ мотивов. Цель изучения мотивов. К. Левин и его основные работы. Потребность, валентность и намерение. Понятие «квазипотребность» у К. Левина. Д. Мак-Грегор и его теория мотивации. Два способа управления. Теории «Х» и «У».
2. Попытки создания теории «Z» в работах У. Оучи и Р. Джонсона. Анализ «японского чуда». «Японизация промышленности». Работы У. Оучи начала двухтысячных годов.

Тема 4. Основные подходы в исследовании мотивации потребителей: бихевиоризм, психоаналитический подход.

Задания для занятий семинарского типа

1. Мотивация потребителей. Различные виды мотивации. Мотивационные приемы и попытки их теоретического объяснения. Теория «условных рефлексов» И. Павлова.
2. Понятие вторичной сигнальной системы. Бихевиоризм. Сущность бихевиоризма. Стимул и реакция. Условные реакции. Мышление в теории бихевиоризма. Психоаналитический подход.

Задания для самостоятельной работы

1. Деятельность З. Фрейда. Использование психоанализа для исследования потребления Э. Дихтером. Институт мотивационных исследований. Бихевиористские и психоаналитические подходы в современной рекламе. Шоковая реклама.
2. Критика психоаналитического подхода Г. Олпортом. Основные постулаты теории Маслоу и попытки их практического применения. Теория проявляющихся потребностей Г. Меррея. Список личных предпочтений Эдвардса. Исследования Эванса и Копенена.
3. Семиотический подход. Знаки и символы в современной рекламе и мотивации. Речевые приемы и практики. Визуальные практики. Комплексные приемы.

Тема 5. Способы мотивации потребителей.

Задания для занятий семинарского типа

1. Концепция вовлеченности.
2. Личность, продукт, ситуация.
3. Свойства вовлеченности.

4. Понятие бренда.
5. Результаты вовлеченности.
6. Механизм воздействия на потребителя.
7. Модель AIDA.

Задания для самостоятельной работы

1. Способы привлечения внимания и вызова интереса.
2. Желания: семь внутренних потребностей, чувство вины, семейные традиции, возврат в детство.
3. Психологические якоря.
4. Механизм якорения.
5. Использование якорного эффекта для мотивации потребителей.

Тема 6. Поведение потребителей.

Задания для занятий семинарского типа

1. Модель ЭБМ. Типы потребителей.
2. Классификация Рисмэна.
3. Классификация Хейли.
4. Социальные классы Хоулмана. Двухкритериальная классификация Холлингшеда.
5. Исследования поведения потребителей.
6. Работы Андерхилла. Пять постулатов CCL.
7. Потребитель как экономический человек. Ценностно-ориентированное действие. Целевое поведение потребителя.
8. Стадии потребительского поведения. Начальная стадия. Поиск информации.

Задания для самостоятельной работы

1. Источники информации.
2. Обработка информации.
3. Предпокупочная оценка вариантов.
4. Покупка. Импульсные покупки.
5. Приемы, стимулирующие импульсные покупки.
6. Потребление.
7. Оценка удовлетворенности.
8. Утилизация.

Тема 7. Ценностная ориентация потребителей.

Задания для занятий семинарского типа

1. Определение ценности.
2. Ценности личности.
3. Ценности как потребностные убеждения.

Задания для самостоятельной работы

1. Выявление личностных ценностей человека.
2. Шкала ценностей Рокича.
3. Шкала ценностей Шварца.

Тема 8. Концепция стиля жизни, ВАЛС.

Задания для занятий семинарского типа

1. Концепция стиля жизни.
2. Психографика как наука.
3. Действия, интересы, мнения.
4. Примеры использования психографических исследований в бизнесе.

Задания для самостоятельной работы

1. Сегментация рынка на основании психографического подхода.
2. ВАЛС. «Меняющийся облик человека».
3. Система ВАЛС.
4. Двойная иерархия ВАЛС.

Тема 9. Культура как система ценностей.

Задания для занятий семинарского типа

1. Определение культуры.
2. Культура как система ценностей.
3. Влияние культурных факторов на потребление.
4. Поведение потребителя в различных национальных культурах. Субкультуры.
5. Социальные и референтные группы.
6. Ценности и культура.
7. Абстрактные и материальные элементы.

Задания для самостоятельной работы

1. Ценности и нормы.
2. Формирование жизненных ценностей.
3. Маркетинг и базовые ценности. Изменение ценностей. Влияние семьи.
4. Влияние группы и влияние личностей. Типы референтных групп.
5. Типы групповых влияний. Социализация индивида. Самовосприятие. Конформизм.
6. Манипуляция. Инструменты воздействия на восприятие человека.

Тема 10. Индивидуальные особенности человека - основа запросов и потребностей человека

Задания для занятий семинарского типа

1. Основные индивидуальные потребности и психофизиологические возможности человека

Задания для самостоятельной работы

2. Связь индивидуальных потребностей с социальной активностью человека.
3. Этнические потребности