

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ

1. Цель освоения дисциплины

Подготовка специалистов, владеющих основными технологиями и общими закономерностями системы продаж в туристской индустрии.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Технологии продаж» относится к вариативной части блока дисциплин. Для освоения дисциплины «Технологии продаж» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Прикладная математика и математические методы и модели в туристской деятельности», «Философия», «Виды и тенденции развития туризма», «Реклама в туризме», «Социальные технологии в туристской деятельности», «Технологии и организация гостиничных услуг», «Технологии и организация услуг питания», «Технологии и организация экскурсионных услуг», «Технологии турагентской и туроператорской деятельности», прохождения практики «Учебная практика. Исследовательская».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);
- способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий (ПКР-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- особенности продажи туристского продукта;
- этапы продажи туристского продукта;
- стратегии продаж в туризме;
- виды и технику задавания вопросов в работе с клиентом;
- виды и структуру презентаций;
- техники коммуникаций;
- особенности продажи дополнительных услуг;
- требования, предъявляемые к менеджеру по продаже туристского продукта;

уметь

- выбирать и применять эффективные технологии продаж;
- работать с возражениями клиентов;
- создавать эффективную презентацию;
- донести информацию до клиента;
- разрешать спорные вопросы;
- управлять процессом продажи;

владеть

- методами персональных продаж;
- техникой эффективной презентации;
- навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта;
- навыками работы менеджера по продажам.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 4,
общая трудоёмкость дисциплины в часах – 144 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 30 ч., СРС – 110 ч.),
распределение по семестрам – 5 курс, лето, 5 курс, зима,
форма и место отчётности – зачёт (5 курс, лето).

5. Краткое содержание дисциплины

Туристский продукт и особенности его продажи.
Понятие туристского продукта. Условия продажи туристского продукта. Особенности продажи туристского продукта.

Этапы продажи туристского продукта.
Цикл продажи туристского продукта. Эффективное начало встречи с туристом.

Стратегии продаж в туризме.
Стратегия следования за клиентом. Стратегия заманивания. Альтернативные стратегии продаж.

Управление диалогом с клиентом.
Виды вопросов и ответы на них. Техники задавания вопросов. Работа с возражениями.
Способы управления диалогом.

Презентация как инструмент продажи туристского продукта.
Понятие и виды презентаций. Структура презентации. Техника эффективной презентации.

Коммуникации с клиентом.
Техники коммуникаций. Возможные проблемы взаимодействий. Агентская продажа по телефону.

Продажа туристского продукта.
Договоры, их виды, особенности. Обсуждение договоров с клиентом. Спорные вопросы.
Особенности продажи дополнительных услуг.

Менеджер по продаже туристского продукта.
Подготовка менеджера турагентства к работе с клиентами. Функции менеджера в процессе продажи туристского продукта. Требования к менеджеру.

6. Разработчик

Перепелицына Мария Алексеевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры технологии, экономики образования и сервиса ФГБОУ ВО «ВГСПУ».