

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Институт технологии, экономики и сервиса
Кафедра технологии, экономики образования и сервиса



Технологии продаж

Программа учебной дисциплины

Направление 43.03.02 «Туризм»

Профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

заочная форма обучения

Волгоград
2019

Обсуждена на заседании кафедры технологии, экономики образования и сервиса
«15» 05 2019 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой _____ «15» 05 2019 г.
(подпись) Ю.А. Мисраев (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета института технологии, экономики и сервиса «15» 05 2019 г., протокол № 8

Председатель учёного совета Шохнех А.В. «15» 05 2019 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
«31» 05 2019 г., протокол № 10

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Разработчики:

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

Программа дисциплины «Технологии продаж» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» (утверждён приказом Министерства образования и науки России от 08.06.2017 № 516) и базовому учебному плану по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» (профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 31 мая 2019 г., протокол № 10).

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. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		5з / 5л
Аудиторные занятия (всего)	30	14 / 16
В том числе:		
Лекции (Л)	10	4 / 6
Практические занятия (ПЗ)	20	10 / 10
Лабораторные работы (ЛР)	–	– / –
Самостоятельная работа	110	58 / 52
Контроль	4	– / 4
Вид промежуточной аттестации		– / 3Ч
Общая трудоемкость	часы	144
	зачётные единицы	72 / 72
		4
		2 / 2

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Туристский продукт и особенности его продажи	Понятие туристского продукта. Условия продажи туристского продукта. Особенности продажи туристского продукта.
2	Этапы продажи туристского продукта	Цикл продажи туристского продукта. Эффективное начало встречи с туристом.
3	Стратегии продаж в туризме	Стратегия следования за клиентом. Стратегия заманивания. Альтернативные стратегии продаж.
4	Управление диалогом с клиентом	Виды вопросов и ответы на них. Техники задавания вопросов. Работа с возражениями. Способы управления диалогом.
5	Презентация как инструмент продажи туристского продукта	Понятие и виды презентаций. Структура презентации. Техника эффективной презентации.
6	Коммуникации с клиентом	Техники коммуникаций. Возможные проблемы взаимодействия. Агентская продажа по телефону.
7	Продажа туристского продукта	Договоры, их виды, особенности. Обсуждение договоров с клиентом. Спорные вопросы. Особенности продажи дополнительных услуг.
8	Менеджер по продаже туристского продукта	Подготовка менеджера турагентства к работе с клиентами. Функции менеджера в процессе продажи туристского продукта. Требования к менеджеру.

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Туристский продукт и	1	2	–	12	15

	особенности его продажи					
2	Этапы продажи туристского продукта	1	4	–	14	19
3	Стратегии продаж в туризме	2	2	–	14	18
4	Управление диалогом с клиентом	2	4	–	16	22
5	Презентация как инструмент продажи туристского продукта	1	2	–	14	17
6	Коммуникации с клиентом	1	2	–	14	17
7	Продажа туристского продукта	1	2	–	12	15
8	Менеджер по продаже туристского продукта	1	2	–	14	17

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Жданова Т. С. Технология продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие для СПО / Т. С. Жданова, В. О. Корионова. — Саратов : Профобразование, 2019. — 98 с. — ISBN 978-5-4488-0273-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83347.html>.

2. Жданова Т. С. Технологии продаж : учебное пособие для бакалавров / Т. С. Жданова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 183 с. — ISBN 978-5-394-03566-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90239.html>.

6.2. Дополнительная литература

1. Прончева О.К. Технологии продажи в гостиничном деле и туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Прончева О.К.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный институт сервиса, 2012.— 82 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18262>.— ЭБС «IPRbooks» по паролю..

2. Петрова Ю. А. Золотые правила успешных переговоров : практическое пособие / Ю. А. Петрова, Е. Б. Спиридонова. — 2-е изд. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 115 с. — ISBN 978-5-4486-0467-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/79625.html>.

3. Есикова И. В. Как завоевать покупателя : практическое пособие / И. В. Есикова, С. Н. Лобанов, Е. М. Лобанова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 165 с. — ISBN 978-5-394-03637-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87617.html>.

4. Организация продаж гостиничного продукта : учебное пособие для СПО / Л. В. Семенова, В. С. Корнеевец, И. И. Драгилева, В. О. Корионова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 86 с. — ISBN 978-5-4486-0600-7, 978-5-4488-0233-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/44183.html>.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронная библиотечная система IPRbooks. URL: <http://iprbookshop.ru>.
2. Журнал "Турбизнес" – URL: <http://www.tourbus.ru>.
3. Сайт PMAT – URL: <http://rmat.ru/statistica>.

4. Официальный сайт Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://vspu.ru>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Комплект офисного программного обеспечения.

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Технологии продаж» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения лекционных занятий.
2. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения практических занятий.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Технологии продаж» относится к вариативной части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета, .

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной

аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Технологии продаж» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.