

# 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 «Организация деловых мероприятий», «Реклама в туризме», прохождения практик «Производственная (Проектно-технологическая) практика», «Производственная (Сервисная) практика».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способен к продвижению и реализации туристского продукта с использованием современных технологий (ПКО-2).

### **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 – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 40 ч., СРС – 68 ч.),

распределение по семестрам – 8,  
форма и место отчётности – зачёт (8 семестр).

## **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».