МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Костромской государственный университет»
ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН УСИЛЕННОЙ
КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП
Сертификат: 39 A5 8E E2 56 D9 73 4A 35 9E 75 E7 94 88 A4 49
Владелец: **Панкратова Ольга Борисовна**
Действителен с 11 августа 2023 года по 3 ноября 2024 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ

43.03.02, Туризм – Туроперейтинг и онлайн технологии в туризме

Квалификация выпускника: бакалавр

Кострома
2021

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования, утвержденным приказом от 8 июня 2017 г. №516 по направлению подготовки 43.03.02, Туризм. Уровень высшего образования бакалавриат.

- в соответствии с учебным планом направления подготовки *43.03.02, Туризм – Туроперейтинг и онлайн технологии в туризме.* Год начала подготовки - 2021.

Разработал: Шарабарина С.Г., к.ис.н., доцент кафедры медиакомуникаций и туризма

Рецензент: Сахарова Е.Е. Генеральный директор ООО «Артикул Тур»

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Медиакоммуникаций и туризма:

Протокол заседания кафедры №7 от 29.04.2021г.

Заведующий кафедрой Медиакоммуникаций и туризма:

_____ Белякова Е.Н., канд.филол.наук,

подпись

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Медиакоммуникаций и туризма:

Протокол заседания кафедры № от г.

Заведующий кафедрой Медиакоммуникаций и туризма:

_____ Белякова Е.Н., канд.филол.наук,

подпись

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Медиакоммуникаций и туризма:

Протокол заседания кафедры № от г.

Заведующий кафедрой Медиакоммуникаций и туризма:

_____ Белякова Е.Н., канд.филол.наук,

подпись

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: освоить технику продаж на туристском рынке, а также способы продвижения турпродукта.

Задачи дисциплины: формирование способностей осуществления маркетинговых исследований туррынка с современными технологиями персональных и оптовых продаж; изучение системы управления продажами; освоение технологии продвижения в интернет турпродукта и туристских услуг; освоение процесса обслуживания потребителей услуг.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить компетенции: способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта (ОПК-4).

Код и содержание индикаторов компетенции:

ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов.

ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Знать: особенности туристского рынка; современные методы продажи услуг; процесс организации обслуживания потребителей, а также новые формы обслуживания в сфере туризма.

Уметь: применять современные методы продажи услуг (туристских услуг); организовать процесс обслуживания клиентов с применением инновационных технологий и новых форм.

Владеть: способностью решать задачи профессиональной деятельности по продаже услуг; способностью организации процесса обслуживания туристов; готовностью к продвижению туристских услуг.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана. Изучается в 8 семестре. Она имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами: Маркетинг технологии в сфере туризма, Организация туристской деятельности. Данная дисциплина необходима для успешного освоения дисциплин: Современный туроперейтинг и программный туризм, Инновационная деятельность в обслуживании туристов.

4. Объем дисциплины

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Общая трудоемкость в зачетных единицах		4	

Общая трудоемкость в часах		144	
Аудиторные занятия в часах, в том числе:			
Лекции		18	
Практические занятия		36	
Лабораторные занятия			
Самостоятельная работа в часах		51,65	
Форма промежуточной аттестации		Экзамен	

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Лекции		18	
Практические занятия		36	
Лабораторные занятий			
Консультации		2,35	
Зачет/зачеты			
Экзамен/экзамены			
Курсовые работы			
Курсовые проекты			
Всего		56,35	

5.Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	**Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс**		2	4		4
1.1	.Продажа как процесс удовлетворения потребностей потребителей		2	4		4
2	**Этапы совершения покупки**		4	8		3
2.1	Создание инструментов диагностики потребности потребителей туристских услуг		1	4		1
2.2.	Мотивация покупок.		2	2		1
2.3.	Функции участников каналов распределения в технологическом цикле продаж туристских услуг		1	2		1
3.	**Презентация. Продажи на выставках. Продажи через интернет. Продажи по телефону.**		4	8		2
3.1	Этапы презентации товаров и услуг		4	8		2
4.	**Основы технологий продаж**		4	8		2

	оптовых операторов и участников рынка туристских услуг					
4.1	Торговые взаимоотношения туроператоров и турагентов		2	4		1
4.2	Создание сетевых торговых структур. Франчайзинг		2	4		1
5.	**Офисная технология - как основа технологии продаж**		4	8		4,65
5.1	Основы психотехнологии продаж услуг туристской индустрии		2	4		2
5.2	Технологическая документация сопровождения продаж		2	4		2,65
	Экзамен	36				36
	Итого:	4/144	18	36		51,65

5.2. Содержание:

1. Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс

1.1. Продажа как процесс удовлетворения потребностей потребителей.

Определение понятия продажа. Типы и виды продаж; активные и пассивные; прямые и непрямые; личные и безличные; B2B и B2C продажи; конвеерные, двухактовые, коробочные и другие продажи. Отличительные характеристики продажи товаров и услуг. Реализация услуг туристской индустрии

2. Этапы совершения покупки

2.1.Создание инструментов диагностики потребности потребителей туристских услуг

2.2. Мотивация покупок. Воронка продаж.

Психологические модели потребительских мотиваций. Функции участников каналов распределения. Управление потоками услуг-контрагентов

2.3. Функции участников каналов распределения в технологическом цикле продаж туристских услуг Существующие способы ведения продаж. Классическая и коучинговая модели.

Клиентоориентированность как основа технологий продаж туристских услуг

3.Презентаця. Продажи на выставках. Продажи через интернет. Продажи по телефону.

3.1. Этапы презентации товаров и услуг

Свойства товара. Превращение свойства товара в выгоду покупателя. Особенности этапов продажи.

Продажи товара и услуг на российских и международных выставках. Особенности интернет-продаж, он-лайн бронирование. Ведение телефонных переговоров при продажах.

4. Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг

4.1. Торговые взаимоотношения туроператоров и турагентов.

Переговорный процесс. Публичная оферта. Составление договоров. Рассылка прайс-листов.

4.2. Создание сетевых торговых структур. Франчайзинг., определение понятия. Особенности франшизы услуг. Сложные технологии и длительные затраты при

франшизах. Рынок франчайзинга в туризме.

5.Офисная технология - как основа технологии продаж

5.1. Основы психотехнологии продаж услуг в туристской индустрии. Организация каналов сбыта. Офисы турагентов. Основные психотехники продаж в туризме. Виды и типы клиентов. Офисная технология как основа технологии продаж услуг туристской индустрии. Законодательное и нормативно-правовое регулирование в организации продаж. Подготовка к продажам. Этапы совершения покупки. Требования к информационному обеспечению туристского продукта (услуги). Пробуждение интересов потенциальных клиентов. Договор между туристом и туристской фирмой.

5.2.Технологическая документация сопровождения продаж.

Функция оплаты туристского продукта (услуги) и функция послепродажного сопровождения услуги. Формирование собственных контингентов потребителей туристских услуг.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1.	Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс	Подготовить ответы на вопросы: 1.Какие типы и виды продаж вы знаете? 2.Что такое продажи B2B и B2C. Привести примеры. 3.Отличие продаж товаров и услуг. Привести примеры	4	Изучить материалы лекции и литературу по теме.	Опрос
2.	Этапы совершения покупки	Подготовить сценарий развития ситуации при совершении покупки	3	Использовать схему подготовки сценария.	Деловая игра.
3.	Презентация. Продажи на выставках. Продажи через интернет.	Подготовить кейс и прописать телефонный разговор с клиентов при продаже тур. услуг	2	Изучить материалы лекции и литературу по теме.	Выступление с презентацией

	Продажи по телефону.				
4.	Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг	1.Что такое франчайзинг? 2.На чем основаны торговые взаимоотношения между туроператором и турагентом? 3.Сетевые структуры в туризме. Описать.	2	Изучить материалы лекции и литературу по теме. И подготовиться к контрольной работе.	Контрольная работа
5.	Офисная технология - как основа технологии продаж	Подготовить ответы по теме: 1.Каналы сбыта в туризме 2.Опишите офис турагента 3. Опишите процесс обслуживания клиента в офисе турагента 4.Перечислите нормативные документы регулирующие продажи в туризме 5.Охарактеризуйте технологическую документацию по сопровождению продаж	4,65	Изучить материалы лекции и литературу по теме.	Опрос
5	Подготовка к экзамену		36	Изучить материалы лекции и литературу по теме	Экзамен

6.2. Тематика и задания для практических занятий

1.Деловая игра на тему: « Трехэтапная презентация товара»
2. Задание. Описать алгоритм обслуживания клиента в офисе турагента
3. Творческое задание: составить сценарий продажи любого товара или услуги

4. Задание. Охарактеризовать туристский продукт и уровни услуг продукта
5. Задание. Составить пример турпродукта на тему «Путешествие в Крым»
6. Деловая (ролевая) игра «Четыре стены»
7. Кейс-Задание . Работа отельного гида по продаже экскурсий
8. Задание . Телефонные переговоры с клиентами фирмы. Описание ситуации.
9. Задание. Подготовить «Холодный звонок в турагентство»

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная:

1	Менеджмент в сервисе и туризме : учеб. пособие / В.М. Пищулов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 284 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/24346. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=765602	
2	Менеджмент в туристской индустрии: Учебник / Баумгартен Л.В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 236 с.: 60x90 1/16 (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-9558-0480-4 http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=536346	
3	Коноплев, Сергей Петрович. Менеджмент продаж : учеб. пособие / Коноплев Сергей Петрович, В. С. Коноплева. - Москва : Инфра-М, 2010. - 304 с.: рис. - (Высш. образование). - УМО. - ОПД. - осн. - ISBN 978-5-16-003407-2 : 270.12. 25	25
4	Кондрашов, Виктор Михайлович. Менеджмент продаж : учеб. пособие / В. М. Кондрашов. - М. : Вузовский учебник, 2012. - 277, [2] с. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 272-274 . - ISBN 978-5-9558-0047-9 : 199.00. 9 Допущено УМО России	9

б)дополнительная

1	Менеджмент в туризме: Учебник / В.П. Киседобрев, О.Н. Кострюкова, А.В. Киседобрев; Под ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 152 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006294-5, 500 экз. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=369961	
2	Ключников, А.В. Менеджмент туризма : учебник / А.В. Ключников ; Российская международная академия туризма. - Москва : , 2009. - 228 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9718-0372-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258142	
3	Кондрашов, Виктор Михайлович. Менеджмент продаж : учеб. пособие : допущено УМО / В. М. Кондрашов ; Федеральное агентство по образованию, ГОУ ВПО Всерос. заоч. финансово-экон. ин-т. - М. : Вузовский учебник, 2007. - 279 с. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 272-274 . - ISBN 978-5-9558-0047-9 : 130.00.	1

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Официальный портал «Ростуризм»

1.1.Сведения о туроператорах, содержащиеся в едином федеральном реестре туроператоров [Электронный ресурс] // Внутренний туризм. − Режим доступа : http: // www. turizm. ru / tourism_low/ firms_reestr / 6581.
2 . Справочная система «Консультант Плюс»
2.2. Распоряжение Правительства РФ от 17. 11. 2008 г. N 1662-р (ред. от 08. 08. 2009г.) О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года». [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. − Режим доступа: http:// www.consultant.ru / document / cons_doc_LAW_90601/?frame=1#p28

2.3. Постановление Правительства РФ от 02. 08. 2011г. N 644 (ред. от 18. 02. 2014) «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011−2018 годы) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. − Режим доступа: http: // www.consultant.ru / document / cons_doc_LAW_159508/
2.4.Федеральный закон Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в Российской федерации» от 4.10. 1996 г. –№ 132: в ред. Федерального закона от 03.05.2012 г. № 47-ФЗ. [Электронный ресурс] // Консультант Плюс − Режим доступа: http: // www.base. consultant.ru
2.4. Об утверждении государственной программы «Развитие культуры и туризма Костромской области на 2014-2020 годы» (с изменениями на 30 октября 2017 года). [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации− Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/460290926

3. ГОСТ Р 50644 − 2009. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. [Электронный ресурс] // Техэкспер. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – Режим доступа: пahttp: // docs.cntd.ru/document/1200083215
4. ГОСТ Р 50681 − 2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. [Электронный ресурс]// Техэкспер. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – Режим доступа: пahttp://docs.cntd.ru/document/1200083215
5. ГОСТ Р 54604 − 2011.Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования. [Электронный ресурс] // Техэкспер. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – Режим доступа: пahttp://docs.cntd.ru/document/120008321
7. Тонкости туризма. [Электронный ресурс]//Тонкости туризма − Режим доступа: https://tonkosti.ru/
8.Туризм. [Электронный ресурс]//Туризм − Режим доступа: http://www.turizm.ru/
9.Турдом. [Электронный ресурс]//Турдом −Режим доступа: https://www.tourdom.ru/
10. Персональный гид туризма. [Электронный ресурс]//Персональный гид туризма? −Режим доступа: https://www.personalguide.ru/
11.Туринфо. [Электронный ресурс]//Туринфо − Режим доступа: http://tourinfo.ru/
12. Электронный помощник турагента. Тонкости продаж. [Электронный ресурс]//Тонкости.ру − Режим доступа: https://pro.tonkosti.ru/

Электронные библиотечные системы:
1. ЭБС «Лань».
2. ЭБС «Университетская библиотека online».
3. ЭБС «Znanium».

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Программа обеспечена учебной, учебно-методической литературой.
При изучении дисциплины рекомендуется также обратиться к веб-ресурсам.
- компьютерное и мультимедийное оборудование для демонстрации компьютерных презентаций в процессе чтения лекций и проведения практических и семинарских занятий;
- пакет тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов;
- видео - аудиовизуальные средства обучения для использования в процессе практических и семинарских занятий
- электронная библиотека курса.

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	**Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы**	**Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа**
Учебный корпус «В1», ауд. №20(занятия лекционного, семинарского типа, групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации); ауд. 48	24 рабочих места; доска; экран – 1 шт.; мультимедийный проектор – 1 шт.; ноутбук – 1 шт; 10 шт..ПК	LibreOffice