

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственной университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ

43.03.02. Туризм

Современные технологии и организация экскурсионных услуг

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

**Кострома
2020**

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 – *современные технологии и организация экскурсионных услуг*. Год начала подготовки - 2020.

Разработал:  Васильева М.А., ст. преподаватель кафедры медиакоммуникаций и туризма

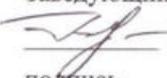
Рецензент:  Горланова И.Б., канд.филол.наук, доцент кафедры медиакоммуникаций и туризма

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Медиакоммуникаций и туризма:

Протокол заседания кафедры №8 от 30.04.2020г.

Заведующий кафедрой Медиакоммуникаций и туризма:

 Белякова Е.Н., канд.филол.наук,
подпись

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: освоить технику продаж в сфере сервиса, а также в туристской индустрии.

Задачи дисциплины: ознакомление с современными технологиями персональных и оптовых продаж на рынке услуг; изучение системы управления продажами; освоение технологии работы с возражениями; освоение процесса обслуживания потребителей услуг.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить компетенции:

ОПК-4 – Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Знать:

- современные методы продажи услуг, в частности туристских услуг с использованием информационных технологий;
- процесс организации обслуживания потребителей, а также новые формы обслуживания в сфере туризма.

Уметь:

- применять современные методы информационно-коммуникационных технологий для продажи услуг (туристских услуг); организовать процесс обслуживания клиентов с применением инновационных технологий и новых форм.

Владеть:

- способностью решать задачи профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий в туризме; способностью организации процесса обслуживания туристов; готовностью к использованию новых форм и инновационных технологий при обслуживании потребителей (туристов).

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана. Изучается в 1 семестре обучения.

Изучение дисциплины проходит в пятом.

Изучение дисциплины является продолжением освоения дисциплин/практик: География туризма, Маркетинговые технологии в сфере туризма, Мировой рынок туристских услуг, Статистика в туризме, Исследовательская практика, подготовка к сдаче и сдача государственного

экзамена.

4. Объем дисциплины

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических 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:			14
Лекции			6
Практические занятия			8
Лабораторные занятия			
Самостоятельная работа в часах			118,5
Форма промежуточной аттестации Экзамен			9

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Лекции			6
Практические занятия			8
Лабораторные занятий			
Консультации			12,25
Зачет/зачеты			
Экзамен/экзамены			0,35
Курсовые работы			-
Курсовые проекты			-
Всего			16,35

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/ча	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Продажи как сложный многоступенчатый	2	2			12

	технологический процесс					
1.1	Продажа как процесс удовлетворения потребностей потребителей					
2	Этапы совершения покупки		2	2		36
2.1	Создание инструментов диагностики потребности потребителей туристских услуг					12
2.2.	Мотивация покупок.					12
2.3.	Функции участников каналов распределения в технологическом цикле продаж туристских услуг					12
3.	Презентация. Продажи на выставках. Продажи через интернет. Продажи по телефону.			2		12
3.1	Этапы презентации товаров и услуг					12
4.	Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг		2			24
4.1	Торговые взаимоотношения туроператоров и турагентов					12
4.2	Создание сетевых торговых структур. Франчайзинг					12
5.	Офисная технология - как основа технологии продаж			2		24
5.1	Основы психотехнологии продаж услуг туристской индустрии					12
5.2	Технологическая документация сопровождения продаж					12
	Самостоятельная подготовка к экзамену					10,65
	Итого:	4/144	6	8		118,65

5.2. Содержание:

1. Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс

1.1. Продажа как процесс удовлетворения потребностей потребителей.

Определение понятия продаж. Типы и виды продаж; активные и пассивные; прямые и непрямые; личные и безличные; B2B и B2C продажи; конвейерные, 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. Презентация. 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 (модулю)

№ 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	12	Изучить материалы лекции и литературу по теме.	Опрос

		В2С. Привести примеры. 3.Отличие продаж товаров и услуг. Привести примеры			
2.	Этапы совершения покупки	Подготовить сценарий развития ситуации при совершении покупки	36	Использовать схему подготовки сценария.	Деловая игра.
3.	Презентация. Продажи на выставках. Продажи через интернет. Продажи по телефону.	Подготовить кейс и прописать телефонный разговор с клиентами при продаже тур. услуг	12	Изучить материалы лекции и литературу по теме.	Выступление с презентацией
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.	24	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	24	Изучить материалы лекции и литературу по теме.	Опрос

		5.Охарактеризуйте технологическую документацию по сопровождению продаж			
5	Подготовка к экзамену		10,65	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»

6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

Не предусмотрено

6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов) Не предусмотрено

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

а) основная:

I	<p>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</p>	
---	---	--

2	Менеджмент в туристской индустрии: Учебник / Баумгартен Л.В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 236 с.: 60х90 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 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.: 60х90 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

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: [http:// docs.cntd.ru/document/1200083215](http://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: <http://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: <http://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 «Университетская библиотека online».
2. ЭБС «Znanium».

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

Для освоения дисциплины необходимы учебные аудитории, оснащенные учебной мебелью (число посадочных мест по количеству студентов), рабочим местом преподавателя и доской (меловой, флипчатом), комплект мультимедийного оборудования, офисный пакет.