

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ  
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/  
(Ф.И.О. декана (директора института))

02.02.2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б.1.2.6 Технологии цифровых продаж в туризме**

*(код и наименование дисциплины по учебному плану)*

Направление подготовки  
(специальность)

09.03.02 Информационные системы и технологии

Квалификация выпускника

Бакалавр

*(бакалавр/магистр/специалист)*

Направленность

Информационные системы и технологии в туристском  
бизнесе и гостеприимстве

Курс 3  
Семестр 5

**Распределение учебного времени**

Трудоемкость по учебному плану	180 / 5	часов/зачетных единиц
Лекции	36	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	54	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	90	часов
Контактная работа по экзамену	-	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	90	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	-	часов
Экзамен	-	семестр
Зачет	-	семестр
БРК, ДЗ	5	семестр

                      
(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 09.03.02 Информационные системы и технологии

Программу составили:

старший преподаватель	СиТ	СОГЛАСОВАНО	С.И. Иванова
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина  
Кафедра сервиса и туризма

		(наименование кафедры)	
26.01.2022	протокол №	5	
(дата)			
Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	С.М. Васина	
		(И.О. Фамилия)	

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими) кафедрой(ами).

СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	С.М. Васина
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Тимохов Федор Дмитриевич , куратор по взаимодействию с образовательными учреждениями компании «Трэвел Лайн»

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 07.02.2022 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

## Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. ПК-3 Способен адаптировать (модифицировать функционал) информационные системы к существующим бизнес-процессам в туристской сфере	3.1 Знает методики описания и моделирования бизнес-процессов, средства моделирования бизнес-процессов в туризме	<b>знания:</b> Знает основы моделирования; средства моделирования бизнес-процессов; правила и техники работы с базами данных и компьютерными системами бронирования гостиниц и других туристских услуг; методики сбора, обработки и анализа информации; законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации в сфере туризма; конъюнктуру рынка туристских продуктов; <b>умения:</b> <b>навыки:</b>
	3.2 Умет анализировать исходную документацию и функциональные разрывы	<b>знания:</b> <b>умения:</b> Умеет анализировать документацию и функциональные разрывы; Умеет формировать каналы продвижения туристских продуктов, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет <b>навыки:</b>
	3.3 Имеет навыки моделирования бизнес-процессов в ИС и проведения анализа функциональных разрывов	<b>знания:</b> <b>умения:</b> <b>навыки:</b> Владеет навыками моделирования бизнес-процессов в ИС ; проведения анализа функциональных разрывов

## Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Организация туристской деятельности в цифровой экономике (ПК-3), Цифровая трансформация регионального туризма (ПК-3); практик: Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика (ПК-3), Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика (рассредоточенная) (ПК-3)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих дисциплинах: Менеджмент в туристской индустрии (ПК-3), Маркетинг и цифровизация в туристской индустрии (ПК-3), Инновации и цифровизация в туристском бизнесе и гостеприимстве (ПК-3), Цифровая экономика в туристском бизнесе и гостеприимстве (ПК-3); практиках: Преддипломная практика (ПК-3), Производственная практика. Научно-исследовательская работа (ПК-3); государственной итоговой аттестации в форме: Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ПК-3)

### Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: дискуссионные, исследовательские, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения, тренинговые, имитационное моделирование

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: case-study, задания, информационные, классическая лекция, проблемная лекция

### Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 5 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
<b>Технологии цифровых продаж. Туроператор - Принимающая сторона</b>	<b>42</b>	ПК-3
Лекция. Понятие товара (услуги). Основные свойства товара (услуги).	2	
Практическое занятие. Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж. Структурная модель туристского продукта	4	
Лекция. Потребительский спрос в туризме. Прогнозирование спроса	4	
Практическое занятие. Основные факторы, формирующие потребительский спрос в сфере туризма	4	
Лекция. Основные факторы, определяющие поведение потребителей, их характеристика и отличительные особенности.	2	
Лекция. Стимулирование потребителей. Основные приемы и средства, стимулирующие потребителей к принятию решения о покупке.	2	
Практическое занятие. Приемы и средства, стимулирующие потребителей к принятию решения о покупке.	4	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР Изучение лекционного материала и подготовка к текущему контролю, изучение дополнительного материала, подготовка докладов	20	
<b>Технологии цифровых продаж. Туроператор - Турагентство</b>	<b>50</b>	ПК-3
Лекция. Стимулирование агентов туроператорами. Основные приемы, используемые туроператорами для стимулирования агентов (повышенная комиссия, бонусные программы, поощрительные поездки, и т.д.).	4	
Практическое занятие. Стимулирование турагентств. Стимулирование менеджеров в туристских фирмах.	2	
Лекция. Сегментирование туристского рынка.	4	
Практическое занятие. Презентация турпродукта. Цифровые технологии в презентации турпродукта	4	
Лекция. Позиционирование турфирмы на рынке	2	

Практическое занятие. Программа позиционирования турфирмы	4	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР Изучение лекционного материала и подготовка к текущему контролю, изучение дополнительного материала, подготовка презентации турпродукта, составление медиа-плана с применением цифровых технологий	30	
<b>Технологии цифровых продаж. Турагентство - Клиент</b>	<b>88</b>	ПК-3
Лекция. Этапы продажи в туризме. Жизненный цикл туруслуги.	4	
Практическое занятие. Скрипты продаж.	6	
Лекция. Классификации типов покупателей .Мотивы и потребности клиента при покупке туруслуги.	2	
Лекция. Основные приемы и средства, стимулирующие потребителей к принятию решения о покупке	2	
Практическое занятие. Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж.	4	
Лекция. Основные этапы персональных (личностных) продаж.	2	
Практическое занятие. Клиентоориентированный подход в продажах	4	
Практическое занятие. Продажа туристского продукта (услуги) по телефону	2	
Лекция. Послепродажное обслуживание в туризме. Работа с жалобами и претензиями	4	
Практическое занятие. Послепродажное обслуживание в туризме	4	
Лекция. Типы возражений и методы работы с возражениями	2	
Практическое занятие. Выставки как инструмент продаж	2	
Практическое занятие. Онлайн-продажи туристских услуг	4	
Практическое занятие. Работа с кейсами	6	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР Изучение лекционного материала и подготовка к текущему контролю, изучение дополнительного материала, составление скрипта продаж	40	
Иная контактная работа:	0	

## Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины "Технологии цифровых продаж в туризме" рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности.

**Занятия лекционного типа** дают систематизированные знания по дисциплине "Технологии цифровых продаж в туризме", концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации. Подготовка к **занятиям семинарского типа** включает ознакомление с планом практического занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания,

работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины "Технологии цифровых продаж в туризме". Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины "Технологии цифровых продаж в туризме", оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины "Технологии цифровых продаж в туризме", к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам. Изучение дисциплины "Технологии цифровых продаж в туризме" включает выполнение контрольной работы. Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе. Формой промежуточной аттестации по дисциплине "Технологии цифровых продаж в туризме" является зачет (балльно-рейтинговый контроль) в 5 семестре.

## Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
<b>УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ</b>		
1.	Ушаков, Денис Сергеевич. Технологии продаж в туристическом бизнесе [Текст] / Д. С. Ушаков. Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. - 239 с. ISBN 5-222-09289-5. Экземпляры: всего 4.	4
2.	Виноградова, Татьяна Викторовна. Технологии продаж турпродукта [Текст] : [учебник для студентов ВПО по направлению "Туризм"] / Т. В. Виноградова. 2-е изд., стер. Москва: Академия, 2014. - 236, [1] с. ISBN 978-5-4468-0485-6. Экземпляры: всего 13.	13
3.	Голова, А. Г. Управление продажами [Электронный ресурс] : учебник / Голова А. Г. Москва: Дашков и К, 2020. - 280 с. ISBN 978-5-394-03902-7.	<a href="https://e.lanbook.com/book/229961">https://e.lanbook.com/book/229961</a>
4.	Баженов, Ю. К. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Баженов Ю. К., Баженов А. Ю., Дашкова Л. П. Москва: Дашков и К, 2020. - 286 с. ISBN 978-5-394-03907-2.	<a href="https://e.lanbook.com/book/229370">https://e.lanbook.com/book/229370</a>
<b>ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ</b>		
1.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
2.	Научная электронная библиотека «Киберленинка»	<a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a>
<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ</b>		
1.	Справочно-правовая система Консультант+	<a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>

2.	Информационно-правовой портал Гарант	<a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a>
----	--------------------------------------	---

## 6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	333 (I)	Проектор мультимедийный Hitachi CP- RX93 (1), Экран настен. рулон. 200*200 см. Springroller Type D Medium (1), Экран настенный 200x200см (1), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач

## Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
- умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
- умение применять теоретические знания при решении практических заданий.

Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий.	удовлетворительно
Продвинутый уровень	Обучающийся твердо знает программный материал, излагает его грамотно и по существу, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	хорошо
Высокий уровень	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный	отлично

	материал, грамотно и логически стройно его излагает, дает исчерпывающие ответы на поставленные вопросы. В ответе тесно увязывается теория с практикой, при этом обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает знакомство с монографической литературой, периодическими изданиями, правильно обосновывает принятые решения, свободно владеет разносторонними навыками, приемами выполнения	
--	--	--

### 7.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля) и производится с применением технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической картой дисциплины. Порядок составления технологической карты и алгоритм проведения процедуры оценивания видов деятельности обучающихся, направленных на освоение знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, по накопительной системе в баллах устанавливается положением о системе РИТМ в ФГБОУ ВО «ПГТУ»

### 7.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

Примеры тестовых заданий:

1. Основными элементами турпродукта являются:

- а) тур, дополнительные туристско-экскурсионные услуги, товары;
- б) туристский регион, транспортные услуги, услуги средств размещения, трансфер;
- в) турпакет, комплекс услуг на маршруте, дополнительные туристско-экскурсионные услуги, товары.

2. Определите, какой метод продвижения товара будет в основном использовать турфирма, если она реализует турпродукт по высоким ценам потребителям, проживающим в одном районе?

- а) рекламу;
- б) личные продажи;
- в) публичное рилейшнз;
- г) стимулирование сбыта.

3. Выявите, в чем отличительные особенности фирмы-туроператора:

- а) масштабная деятельность на международном рынке туристских услуг;
- б) деятельность по формированию туристского продукта на основе комплектования услуг производителей в единый пакет;
- в) деятельность по продвижению туристского продукта на рынок на основе рекламной компании;
- г) организация сбыта туристского продукта исключительно через агентства.

Примеры контрольных вопросов:

- 1. Дайте основные понятия туристского предложения и спроса.
- 2. Назовите закономерности спроса и предложения.
- 3. Что значит «Жизненный цикл туристского продукта»

4. Какие приемы используются для стимулирования клиента купить турпродукт?
5. Назовите правила ведения телефонных переговоров.
6. Какие Вам известны правила проведения презентации турпродукта?
7. Что означает понятие «скрипт»?
8. Назовите крупнейшие международные выставки.
9. О каких крупных выставках в России Вы знаете?
10. Назовите этапы послепродажного обслуживания в туризме?
11. Охарактеризуйте факторы, влияющие на поведение потребителей турпродукта.
12. Дайте характеристику типологий по классификации потребителей.
13. Определите возможные помехи могут повлиять на решение туриста о покупке.
14. Охарактеризуйте основные этапы презентации турпродукта.
15. Определите психологические приемы, используемые менеджером при презентации турпродукта.
16. В чем сущность и особенности технологий формирования базы возвратных клиентов?
17. Определите отличительные особенности продажи турпродукта по телефону.
18. Каков алгоритм составления скрипта?
19. Дайте характеристику технологий цифровых продаж в туризме.
20. Опишите правила работы в зависимости от типологии покупателя.

### Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к зачету (БРК) ,5 семестр:

1. Основные технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии.
2. Особенности и основные свойства турпродукта.
3. Продажа туристического продукта как многофакторный процесс.
4. Особенности работы менеджеров по продажам в сфере туристических услуг.
5. Система ценностей и убеждений профессионального продавца туристических услуг.
6. Отличие продажи услуги от продажи товара.
7. Определение ключевых стадий взаимодействия с клиентами.
8. Ключевые бизнес-процессы в организации продаж.
9. Оценка конкурентоспособности туристского продукта.
10. Продвижение турпродукта на рынок.
11. Агентский договор о реализации туристского продукта.
12. Цикл продаж. Завершение сделки.
13. Способы подвода клиента к принятию решения о покупке тура. Основные методики

эффективных продаж туристского продукта.

14. Эффективность продаж.
15. Выбор эффективных технологий продаж.
16. Расчет эффективности продаж.
17. Особенности исследования рынка туристских услуг.
18. Цена как фактор организации продаж турпродукта.
19. Ценовая политика как этап технологии продаж в туристской индустрии Формирование цен на туристический продукт.
20. Виды цен на туристские услуги в сфере туризма
- 21 Основные этапы ценообразования туристического продукта.
22. Факторы, влияющие на цены туристских услуг.
23. Выявление и формирование потребностей клиента.
24. Возражения. Типы возражений. Основные правила и методы работы с возражениями клиентов при презентации товара (услуги).