

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ  
Декан ФСТ

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

01.03.2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б.1.1.30 Технологии продаж в индустрии гостеприимства

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки  
(специальность)

43.03.01 Сервис

Квалификация выпускника

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Направленность

Сервис в индустрии гостеприимства

Курс 4, 5

Семестр 8, 9

**Распределение учебного времени**

Трудоемкость по учебному плану	144 / 4	часов/зачетных единиц
Лекции	4	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	6	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	10	часов
Контактная работа по экзамену	-	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	134	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	-	часов
Экзамен	-	семестр
Зачет	-	семестр
БРК, ДЗ	9	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 43.03.01 Сервис

Программу составили:

заведующий кафедрой	СиТ	СОГЛАСОВАНО	С.М. Васина
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

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

		(наименование кафедры)	
09.02.2023	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): Волкова В.Д., директор гостиницы "Эврика"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 06.03.2023 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. ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.1. Осуществляет маркетинговые исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов	<b>знания:</b> знает типы, виды сервисных рынков, типы потребителей сервисных продуктов <b>умения:</b> умеет осуществлять маркетинговые исследования сервисного рынка <b>навыки:</b> имеет навык организации продаж сервисных продуктов
	ОПК-4.2. Знает и умеет использовать основные методы продаж услуг, в том числе он-лайн	<b>знания:</b> знает основные методы продаж <b>умения:</b> умеет использовать основные методы продаж услуг, в том числе он-лайн <b>навыки:</b> может организовать продвижение сервисных продуктов
	ОПК-4.3. Осуществляет продвижение услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет	<b>знания:</b> знает основные направления продвижения услуг <b>умения:</b> умеет осуществлять продвижение услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет <b>навыки:</b> имеет навыки исследования рынка сервисных продуктов
2. ПК-1 Способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя	ПК-1.1 Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности	<b>знания:</b> знает клиентоориентированные технологии сервисной деятельности <b>умения:</b> умеет разрабатывать и совершенствовать систему клиентских отношений <b>навыки:</b> имеет навыки применения клиентоориентированных технологий в сервисной деятельности

## Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Маркетинг в индустрии гостеприимства (ОПК-4), Информационные технологии и программное обеспечение деятельности предприятий сервиса (ПК-1); практик: Учебная практика. Ознакомительная практика (ОПК-4)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих государственной итоговой аттестации в форме: Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (ОПК-4), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-4), Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (ПК-1), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ПК-1)

### 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

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

### Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 8 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
<b>Технология продаж.</b>	<b>72</b>	ОПК-4, ПК-1
Лекция. Понятие товара (услуги). Основные свойства товара (услуги). Потребительский спрос в сервисе	2	
Практическое занятие. Основные факторы, определяющие поведение потребителей, их характеристика и отличительные особенности. Стимулирование потребителей	1	
Практическое занятие. Основные факторы, определяющие поведение потребителей.	1	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР Изучение лекционного материала, подготовка мини-докладов. Подготовка конспектов по темам: - Особенности сервисного продукта и их влияние на технологию продаж; - Потребительский спрос в индустрии гостеприимства. - Основные факторы, формирующие потребительский спрос; - Факторы, определяющие поведение потребителей, их характеристика	68	
Иная контактная работа:	0	

#### 9 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
<b>технологии продаж в гостиничном и ресторанном бизнесе</b>	<b>72</b>	ОПК-4, ПК-1
Лекция. Сегментирование рынка гостеприимства. Презентация гостиничного продукта.	2	
Практическое занятие. Основные технологии позиционирования гостиниц и ресторанов	2	
Практическое занятие. Клиентоориентированный подход в продажах гостиниц и ресторанов	2	

Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР		
Изучение лекционного материала, подготовка мини-докладов. Подготовка конспектов по темам: - Сегментирование сервисного рынка. Характеристика понятия "сегментирование"; - Презентация сервисного продукта; - Позиционирование фирмы на рынке. Программа позиционирования фирмы.	66	
Иная контактная работа:	0	

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

Изучение дисциплины "Технологии продаж в индустрии гостеприимства" 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 продаж в индустрии гостеприимства", 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 продаж в туризме". Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины "Технологии 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 продаж в индустрии гостеприимства", к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Изучение дисциплины "Технологии 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 продаж в индустрии гостеприимства" является зачёт (БРК) в 8 семестре.

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

### 6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющихся в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
<b>УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ</b>		
1.	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
2.	Сивчикова, Татьяна Юрьевна. Индустрия гостеприимства [Текст] : учеб. пособие / Т. Ю. Сивчикова, Н. С. Носова. М.Москва: Дашков и КАльтэк, 2011. - 270, [1] с. Экземпляры: всего 20.	20
3.	Аванесова, Галина Алексеевна. Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент [Текст] : [учеб. пособие для студентов вузов по специальностям 230500 "Соц.-культур. сервис и туризм", 230600 "Домоведение"] / Г. А. Аванесова. Изд. 2-е, испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2006. - 318 с. ISBN 5-7567-0413-2. Экземпляры: всего 14.	14
4.	Скобкин, Сергей Сергеевич. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов по специальности 100103 "Соц.-культур. сервис и туризм" / С. С. Скобкин. М.: Магистр, 2007. - 491 с. ISBN 978-5-9776-0018-7. Экземпляры: всего 10.	10
5.	Попова, Наталья Николаевна. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : практикум / Н. Н. Попова, А. Н. Попов, Н. А. Юрьева. Йошкар-Ола: МарГТУ, 2010. - 95 с. Экземпляры: всего 57.	57 / <a href="https://portal.volgatech.net/books/Popova_Popov_jekonomika_i_predprinimatelstvo.pdf">https://portal.volgatech.net/books/Popova_Popov_jekonomika_i_predprinimatelstvo.pdf</a>
6.	Охотина, Наталья Михайловна. Сервисная деятельность [Текст] : учебное пособие : [по направлениям подготовки 42.03.02 и 43.03.01] / Н. М. Охотина; М-во образования и науки Рос. Федерации, ФГБОУ ВПО "Поволж. гос. технол. ун-т". Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 115 с. ISBN 978-5-8158-1661-9. Экземпляры: всего 24.	24 / <a href="https://portal.volgatech.net/books/Oxotina_servisnaia_deitelnost_2016.pdf">https://portal.volgatech.net/books/Oxotina_servisnaia_deitelnost_2016.pdf</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	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс",

		200x200см (1), Комплект учебной мебели (1)	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 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 практических работ	отлично

### 7.1. 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 предложение;            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.

## Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к зачету (БРК) 8 семестр:

1. Основные технологии и общие закономерности системы продаж в индустрии гостеприимства.
2. Особенности и основные свойства сервисного продукта.
3. Продажа сервисного продукта как многофакторный процесс.
4. Особенности работы менеджеров по продажам в сфере услуг гостеприимства.
5. Система ценностей и убеждений профессионального продавца 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 продукта в сфере гостеприимства.
10. Продвижение продукта на рынок.
11. Цикл продаж. Завершение сделки.
12. Эффективность продаж.



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