

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФСТ

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

10.02.2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б.1.1.28 Технологии продаж в туризме

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки
(специальность)

43.03.02 Туризм

Квалификация выпускника

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Направленность

Технологии и организация туроператорских и
турагентских услуг

Курс 4
Семестр 7, 8

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	144 / 4	часов/зачетных единиц
Лекции	6	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	4	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	8	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 43.03.02 Туризм

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)	
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): Коновалов Валерий Леонидович, директор ООО "Интурвест"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 14.02.2023 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /И.Р. Валиева/

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-1 Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационных коммуникационных	ПК-1.1. Формирует туристский продукт на основе современных технологических и информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста	знания: Знает ассортимент, классификацию, характеристику предлагаемых туристских продуктов; правила и техники работы с базами данных и компьютерными системами бронирования гостиниц и других туристских услуг умения: Умеет использовать технологии продвижения турпродукта на внешнем и внутреннем рынках, в том числе с использованием сети Интернет навыки: Владеет технологиями обслуживания туристов с использованием сети Интернет
2. ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	знания: Законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации в сфере туризма; методики сбора, обработки и анализа информации; конъюнктуру рынка туристских продуктов; ассортимент, классификацию, характеристику предлагаемых туристских продуктов; умения: Умеет оценивать конкурентноспособность и эффективность туристских программ в удовлетворении потребностей российских и иностранных туристов, их результативность; умеет оказывать туристам помощь в выборе туристских направлений, туристских маршрутов, времени проведения туристской поездки навыки: Владеет методиками проведения маркетинговых исследований; владеет навыками обоснования и разработки новых туристских маршрутов
	ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	знания: Знает каналы сбыта туристских продуктов и услуг; правила работы с базами данных компьютерными системами бронирования гостиниц и других туристских услуг умения: Умеет формировать каналы продвижения туристских продуктов, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет навыки: Владеет навыками продвижения туристских продуктов, в том числе в сети Интернет

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 туристской индустрии (ОПК-4), Информационные технологии в туристской индустрии (ПК-1); практик: Учебная практика.

Ознакомительная практика (ОПК-4)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих дисциплинах: Международный туризм (ОПК-4), Маркетинг в туристской индустрии (ОПК-4); практиках: Преддипломная практика (ПК-1); 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

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

7 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Технология продаж. Туператор - Принимающая сторона	72	ОПК-4, ПК-1
Лекция. Понятие товара (услуги). Основные свойства товара (услуги). Потребительский спрос в туризме	2	
Лекция. Основные факторы, определяющие поведение потребителей, их характеристика и отличительные особенности. Стимулирование потребителей	2	
Практическое занятие. Основные факторы, определяющие поведение потребителей.	1	
Практическое занятие. Позиционирование турфирмы на рынке	1	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР Изучение лекционного материала, подготовка мини-докладов. Подготовка конспектов по темам: - Особенности туристского продукта и их влияние на технологию продаж; - Потребительский спрос в туризме. - Основные факторы, формирующие потребительский спрос; - Факторы, определяющие поведение потребителей туров, их характеристика	66	

Иная контактная работа:	0
-------------------------	---

8 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Технология продаж. Туроператор - Турагентство	72	ОПК-4, ПК-1
Лекция. Сегментирование туристского рынка. Презентация турпродукта	2	
Практическое занятие. Основные технологии туристского позиционирования.	1	
Практическое занятие. Клиентоориентированный подход в продажах	1	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР Изучение лекционного материала, подготовка мини-докладов. Подготовка конспектов по темам: - Сегментирование туристского рынка. Характеристика понятия "сегментирование"; - Презентация турпродукта; - Позиционирование турфирмы на рынке. Программа позиционирования турфирмы	68	
Иная контактная работа:	0	

Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины "Технологии 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 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 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 туризме", 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 туризме" 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, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ		
1.	Косолапов, Александр Борисович. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности [Текст] : [учебное пособие] / А. Б. Косолапов. 6-е изд., стер. Москва: КноРус, 2016. - 292, [2] с. ISBN 978-5-406-05383-6. Экземпляры: всего 10.	10
2.	Дашков, Л. П. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Дашков Л. П., Солдатова Н. Ф. Москва: Дашков и К, 2021. - 212 с. ISBN 978-5-394-04170-9.	https://e.lanbook.com/book/173962
3.	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.	https://e.lanbook.com/book/229370
4.	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
ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ		
1.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	http://elibrary.ru
2.	Научная электронная библиотека «Киберленинка»	http://cyberleninka.ru
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ		
1.	Справочно-правовая система Консультант+	http://www.consultant.ru
2.	Информационно-правовой портал Гарант	http://www.garant.ru

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 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.

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 особенностей невербального общения при продаже турпродукта.

20. Опишите правила работы в зависимости от типологии покупателя.

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к зачету (БРК) 8 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).

