

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФСТ

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

14.02.2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б.1.1.29 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 3
Семестр 6

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	144 / 4	часов/зачетных единиц
Лекции	32	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	32	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	64	часов
Контактная работа по экзамену	-	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	80	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	-	часов
Экзамен	-	семестр
Зачет	-	семестр
БРК, ДЗ	6	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 22.02.2023 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. 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	<p>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;</p> <p>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</p> <p>навыки: Владеет методиками проведения маркетинговых исследований; владеет навыками обоснования и разработки новых экскурсионных маршрутов</p>
	ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	<p>знания: Знает каналы сбыта туристских продуктов и услуг; правила работы с базами данных и компьютерными системами бронирования гостиниц и других туристских услуг</p> <p>умения: Умеет формировать каналы продвижения туристских продуктов, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет</p> <p>навыки: Владеет навыками продвижения туристских продуктов, в том числе в сети Интернет</p>

2. ПК-1 Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационных коммуникативных	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 пользоваться технологиями продвижения турпродукта на внешнем и внутреннем рынках, в том числе с использованием сети Интернет навыки: Владеет технологиями обслуживания туристов с использованием 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: Международный туризм (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: 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 (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, проблемная лекция

Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Технология продаж. Туроператор - Принимающая сторона	36	ОПК-4, ПК-1
Лекция. Понятие товара (услуги). Основные свойства товара (услуги).	2	
Практическое занятие. Особенности туристского продукта и их	4	

влияние на технологии продаж. Структурная модель туристского продукта		
Лекция. Потребительский спрос в туризме. Прогнозирование спроса	2	
Практическое занятие. Основные факторы, формирующие потребительский спрос в сфере туризма	2	
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.	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР Изучение лекционного материала и подготовка к текущему контролю, изучение дополнительного материала, подготовка докладов	20	
Технологии продаж. Туроператор - Турагентство	48	ОПК-4, ПК-1
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.	2	
Практическое занятие. Презентация 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	30	
Технологии продаж. Турагентство - Клиент	60	ОПК-4, ПК-1
Лекция. Этапы продажи в туризме. Жизненный цикл туруслуги.	4	
Практическое занятие. Скрипты продаж.	4	
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.	2	
Лекция. Основные этапы персональных (личностных) продаж.	2	
Практическое занятие. Клиентоориентированный подход в продажах	2	
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	2
Лекция. Типы возражений и методы работы с возражениями	2
Практическое занятие. Выставки как инструмент продаж	2
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР	30
Изучение лекционного материала и подготовка к текущему контролю, изучение дополнительного материала, составление скрипта продаж	
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 (балльно-рейтинговый контроль) в 6 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
УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ		
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 5.	5
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.	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
4.	Голова, А. Г. Управление продажами [Электронный ресурс] : учебник / Голова А. Г. Москва: Дашков и К, 2020. - 280 с. ISBN 978-5-394-03902-7.	https://e.lanbook.com/book/229961
5.	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
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.	430 (I)	Экран на штативе 180*180см (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. 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) паблик 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 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) ,6 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 туристической индустрии Формирование цен на туристический продукт.
20. Виды цен на туристические услуги в сфере туризма
- 21 Основные этапы ценообразования туристического продукта.
22. Факторы, влияющие на цены туристических услуг.

23. Выявление и формирование потребностей клиента.

24. Возражения. Типы возражений. Основные правила и методы работы с возражениями клиентов при презентации товара (услуги).