

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

« 21 » 02 _____ 2023 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.34

Технологии продаж в туристской индустрии

Учебный план: 2023-2024 43.03.02 ИБК Техн и орг гост услуг ОО №1-1-117.plx

Кафедра: **51** Туристского бизнеса

Направление подготовки:
(специальность) 43.03.02 Туризм

Профиль подготовки: Технология и организация гостиничных услуг
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

| Семестр (курс для ЗАО) | | Контактная работа обучающихся | | Сам. работа | Контроль, час. | Трудоё мкость, ЗЕТ | Форма промежуточной аттестации |
|---------------------------|-----|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| | | Лекции | Практ. занятия | | | | |
| 6 | УП | 17 | 34 | 66 | 27 | 4 | Экзамен |
| | РПД | 17 | 34 | 66 | 27 | 4 | |
| Итого | УП | 17 | 34 | 66 | 27 | 4 | |
| | РПД | 17 | 34 | 66 | 27 | 4 | |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 516

Составитель (и):

кандидат психологических наук, Доцент

Гордиенко Наталья
Николаевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой туристского бизнеса

Бабанчикова Ольга
Анатольевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Бабанчикова Ольга
Анатольевна

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: сформировать компетенции обучающегося в области механизма технологии продаж туристских услуг.

1.2 Задачи дисциплины:

- рассмотреть общие закономерности системы продаж в туристской индустрии;
- раскрыть основные принципы эффективных технологий продаж в индустрии туризма;
- продемонстрировать особенности продаж туристских услуг различным типам клиентов.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Документационное обеспечение туристского бизнеса

Менеджмент в туризме

Организация туристской деятельности

Маркетинг в туризме

Психология управления

Основы безопасности в туризме

Деловые коммуникации в профессиональной сфере

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| |
|---|
| ОПК-4: Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта |
| Знать: принципы и механизм продаж в туристской индустрии. |
| Уметь: разрабатывать технологии продаж и каналы сбыта туристских продуктов. |
| Владеть: навыками организации проведения мероприятий по продвижению туристского продукта, бренда компании. |

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий | Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа | | СР (часы) | Инновац. формы занятий | Форма текущего контроля |
|--|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|-------------------------------|
| | | Лек. (часы) | Пр. (часы) | | | |
| Раздел 1. Рыночная среда и управление продажами | 6 | | | | | Д |
| Тема 1. Концепции маркетинга. Туристские продажи как структурированный процесс. Практическое занятие: "Концепции маркетинга. Классификация продаж". | | 1 | 2 | 6 | ГД | |
| Тема 2. Процесс управления продажами. Практическое занятие: "Процесс управления продажами в туристском бизнесе". | | 1 | 2 | 6 | РИ | |
| Тема 3. Товарная стратегия продаж. Практическое занятие: "Товарная стратегия продаж. Разработка нового туристского продукта". | | 1 | 2 | 6 | АС | |
| Раздел 2. Психологические аспекты процесса продажи туристских услуг | | | | | | Д |
| Тема 4. Факторы, определяющие потребительское поведение. Мотивация потребителя туристских услуг. Практическое занятие: "Способы выявления особенностей мотивационно-потребностной сферы клиентов". | | 2 | 2 | 5 | АС | |
| Тема 5. Процесс принятия решения потребителем. Практическое занятие: "Процесс принятия решения потребителем". | | 1 | 2 | 6 | РИ | |
| Тема 6. Психологические факторы повышения эффективности продаж в туристском бизнесе. Практическое занятие: "Особенности взаимодействия с различными типами клиентов в туристской индустрии". | | 2 | 2 | 9 | ИЛ | |
| Раздел 3. Обслуживание клиентов в индустрии туризма | | | | | | Д,Т |
| Тема 7. Особенности обслуживания клиентов в индустрии туризма. Практические занятия: "Повышение качества обслуживания клиентов в индустрии туризма". | | 1 | 4 | 5 | РИ | |
| Тема 8. Методы взаимодействия с клиентами в индустрии туризма. Практические занятия: "Методы взаимодействия с клиентами в индустрии туризма". | 1 | 4 | 4 | АС | | |
| Тема 9. Обеспечение комфортной среды при продаже продукта. Факторы качественного обслуживания. Практическое занятие: "Факторы качественного обслуживания клиентов туристской индустрии". | 1 | 2 | 5 | АС | | |
| Раздел 4. Реализация продаж в индустрии туризма | | | | | Д,Ко | |
| Тема 10. Техники продаж в туристском бизнесе. Практические занятия: "Техники продаж в туристском бизнесе". | 1 | 4 | 3 | РИ | | |

| | | | | | |
|---|------|----|------|----|--|
| Тема 11. Мотивация продаж. Концентрация на потребностях клиентов. Практическое занятие: "Концентрация на потребностях клиентов". | 2 | 2 | 4 | Т | |
| Тема 12. Конфликтные ситуации. Работа с жалобами, возражениями и сомнениями клиентов. Практические занятия: "Способы профилактики и преодоления конфликтного поведения клиентов". | 2 | 4 | 3 | АС | |
| Тема 13. Информационные технологии продаж в туризме. Практическое занятие: "Современные информационные технологии продаж в туризме". | 1 | 2 | 4 | ГД | |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | 17 | 34 | 66 | | |
| Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен) | 2,5 | | 24,5 | | |
| Всего контактная работа и СР по дисциплине | 53,5 | | 90,5 | | |

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения | Наименование оценочного средства |
|-----------------|--|------------------------------------|
| ОПК-4 | Подробно излагает содержание традиционных и инновационных методов продвижения и реализации гостиничных услуг и туристского продукта. | Вопросы для устного собеседования. |
| | Выявляет основные мотивы потребителей туристских услуг и адаптирует применяемые технологии продаж к конкретным ситуациям профессиональной деятельности. | Практико-ориентированные задания. |
| | Разрабатывает план мероприятий по продвижению и реализации гостиничных и туристских услуг с применением различных элементов маркетинговых коммуникаций и инновационных технологий. | Практико-ориентированные задания. |

5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций | |
|-----------------------|--|-------------------|
| | Устное собеседование | Письменная работа |
| 5 (отлично) | Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра | |
| 4 (хорошо) | Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | |
| 3 (удовлетворительно) | Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в | |

| | | |
|-------------------------|--|--|
| | целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | |
| 2 (неудовлетворительно) | Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | |

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п | Формулировки вопросов |
|-----------|---|
| Семестр 6 | |
| 1 | Мошенничество в сфере продаж туристских услуг по Интернету. |
| 2 | Предложения и мероприятия по обеспечению информационной безопасности (на примере сайтов продажи и бронирования онлайн). |
| 3 | Современные информационные технологии продаж в туризме. |
| 4 | Переговорный процесс. |
| 5 | Виды компенсаций и работа с клиентами на этапе представления компенсаций. |
| 6 | Разрешение конфликтных ситуаций. |
| 7 | Работа с возражениями и сомнениями клиента компании индустрии туризма. |
| 8 | Классификации жалоб, работа с жалобами. |
| 9 | Работа с очередями. |
| 10 | Психологические особенности клиентов и их учёт при реализации продажи туристских услуг. |
| 11 | Мотивация продаж. |
| 12 | Специфика мотивационно-потребностной сферы современного потребителя туристских услуг. |
| 13 | Способы концентрации на удовлетворении потребностей клиента. |
| 14 | Стимулирование продаж как средство воздействия на рынок. |
| 15 | Эффективные технологии продаж. |
| 16 | Методы завершения продаж туристских услуг. |
| 17 | Завершение сделки с клиентом. |
| 18 | Факторы повышения качества обслуживания клиентов. |
| 19 | Обеспечение комфортной внутренней и внешней среды при продаже продукта. |
| 20 | Формирование корпоративной культуры в индустрии туризма, нацеленной на потребителя. |
| 21 | Методы взаимодействия с клиентами в индустрии туризма. |
| 22 | Взаимодействие с клиентом. |
| 23 | Особенности обслуживания клиентов в индустрии туризма. |
| 24 | Методы повышения эффективности продаж в индустрии туризма. |
| 25 | Психологические аспекты воздействия на покупателя. |
| 26 | Процесс принятия решения потребителем. |
| 27 | Факторы потребительского поведения. |
| 28 | Стратегия продаж. |
| 29 | Разработка нового туристского продукта. |
| 30 | Управление продажами в туризме. |
| 31 | Определение и выбор целевых сегментов рынка. |
| 32 | Продвижение, продажи и сбыт в сфере услуг туристского бизнеса. |
| 33 | Способы продвижения нового продукта на туристском рынке. |
| 34 | Мониторинг продаж. |
| 35 | Классификация продаж. |
| 36 | Концепции маркетинга. |
| 37 | Специфика технологий продаж услуг в индустрии туризма. |

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Тема: Мотивация продаж. Концентрация на потребностях клиентов.

Учебный кейс

Анализ мотивационно-потребностной сферы клиента

Тема: Мотивация продаж. Концентрация на потребностях клиентов.

Учебный кейс

Анализ мотивационно-потребностной сферы клиента

В туристскую фирму с целью приобретения туристской путёвки обратились следующие клиенты, сомневающиеся в выборе варианта путешествия:

- молодая пара (мужчина 22 лет и девушка 19 лет), студенты технического вуза. Юноша предпочитает активный отдых, а девушка не определилась с выбором;
- мужчина 34 лет, много лет предпочитал экстремальный отдых, но здоровье не позволяет заниматься экстремальными видами спорта;
- женщина 62 лет. Не может принять решение и сделать выбор между пляжным отдыхом в Джубге и санаторно-оздоровительным – в Ленинградской области.

Разработайте технологию определения мотивов и потребностей клиентов с целью адекватного подбора тура. Какие критерии необходимо включить в анализ мотивационно-потребностной сферы?

Тема: Техники продаж в туристском бизнесе.

Учебный кейс

Презентация нового туристского продукта клиентам в туристской фирме.

1. Вам необходимо разработать и представить конкретный туристский продукт, основываясь на следующих аргументах:

- соображении безопасности;
- экономии средств;
- новизне и оригинальности маршрута;
- комфортности;
- престижности тура, его популярности;
- верности традициям.

2. Дополните приведённый перечень эффективных вербальных коммуникативных техник, которые вы будете использовать в процессе презентации туристского продукта с целью его продажи:

- 1) техника постановки вопроса;
- 2) техника так называемого малого разговора, заключающейся в умении легко начать и продолжить разговор с собеседником;
- 3) техника вербализации (повторение собеседника, перефразирование его слов, собственная интерпретация речи партнёра).

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)**5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности**

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен проводится в устной форме по заранее утвержденным экзаменационным билетам. В каждом билете два теоретических вопроса и одно практическое задание (кейс). Обучающиеся готовятся к экзамену без использования вспомогательных материалов.

Время, отводимое на подготовку к ответу – 30 минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**6.1 Учебная литература**

| Автор | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|--|----------|--------------|-------------|--------|
| 6.1.1 Основная учебная литература | | | | |

| | | | | |
|---|---|---------------------------------------|------|---|
| Джоббер, Д., Ланкастер, Дж. | Продажи и управление продажами | Москва: ЮНИТИ-ДАНА | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/81832.html |
| Жданова Т. С. | Технологии продаж | Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа | 2018 | http://www.iprbookshop.ru/75196.html |
| 6.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
| Кондрашов, В. М., Горфинкеля, В. Я. | Управление продажами | Москва: ЮНИТИ-ДАНА | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/81577.html |
| Удалова И. Б., Удалова Н. М., Машинская Е. А. | Менеджмент в туристской индустрии | Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа | 2018 | http://www.iprbookshop.ru/75214.html |
| Валеева, Е. О. | Технология и организация туроператорской деятельности | Саратов: Вузовское образование | 2015 | http://www.iprbookshop.ru/31941.html |

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационно – правовой портал ГАРАНТ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru> ,
компьютерная справочно-правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>,
библиографическая и реферативная база данных Scopus [Электронный ресурс]. URL: <http://www.scopus.com>).

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows
Microsoft Office Standart Russian Open No Level Academic
СПС КонсультантПлюс

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

Стандартно оборудованная аудитория, видеопроектор с экраном, компьютер.

| Аудитория | Оснащение |
|----------------------|---|
| Компьютерный класс | Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду |
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска |
| Учебная аудитория | Специализированная мебель, доска |