

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.34**

Технологии продаж в туристской индустрии

Учебный план: 2026-2027 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<br>(курс для ЗАО) |     | Контактная работа обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоёмкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|-----|-------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------------|--------------------------------------|
|                           |     | Лекции                        | Практ.<br>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):<br>кандидат психологических наук, Доцент          | _____ | Гордиенко Наталья<br>Николаевна  |
| От кафедры составителя:<br>Заведующий кафедрой туристского бизнеса | _____ | Бабанчикова Ольга<br>Анатольевна |
| От выпускающей кафедры:<br>Заведующий кафедрой                     | _____ | Бабанчикова Ольга<br>Анатольевна |

Методический отдел:  
\_\_\_\_\_

## 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

Маркетинг в туризме

Организация туристской деятельности

Психология управления

Основы безопасности в туризме

Деловые коммуникации в профессиональной сфере

Туристско-рекреационное проектирование

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий                                                                                                                                          | Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа |               | СР<br>(часы) | Инновац.<br>формы<br>занятий | Форма<br>текущего<br>контроля |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|-------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                    |                           | Лек.<br>(часы)    | Пр.<br>(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                           | Д                             |
| Раздел 2. Психологические аспекты процесса продажи туристских услуг                                                                                                                                |                           |                   |               |              |                              |                               |
| 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 |    |  |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>                                                                                                                                 |  | 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           | <p>Подробно излагает содержание традиционных и инновационных методов продвижения и реализации гостиничных услуг и туристского продукта.</p> <p>Выявляет основные мотивы потребителей туристских услуг и адаптирует применяемые технологии продаж к конкретным ситуациям профессиональной деятельности.</p> <p>Разрабатывает план мероприятий по продвижению и реализации гостиничных и туристских услуг с применением различных элементов маркетинговых коммуникаций и инновационных технологий.</p> | <p>Вопросы для устного собеседования.</p> <p>Практико-ориентированные задания.</p> <p>Практико-ориентированные задания.</p> |

##### 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.<br>Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам.<br>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.                                                        |  |
| 2 (неудовлетворительно) | Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины.<br>Многочисленные грубые ошибки.<br>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 |
|------------------------------------------|----------|--------------|-------------|--------|
| <b>6.1.1 Основная учебная литература</b> |          |              |             |        |

|                                      |                      |                                                                                                  |      |                                                                                             |
|--------------------------------------|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| Жданова, Т. С.                       | Технологии продаж    | Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа                                                               | 2022 | <a href="https://www.iprbookshop.ru/137771.html">https://www.iprbookshop.ru/137771.html</a> |
| Лукич, Р. М.                         | Управление продажами | Москва: Альпина Паблицер                                                                         | 2020 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/96863.html">http://www.iprbookshop.ru/96863.html</a>     |
| Гончарова, А. В.,<br>Отвагина, И. Е. | Технологии продаж    | Новосибирск:<br>Новосибирский<br>государственный<br>университет экономики<br>и управления «НИНХ» | 2021 | <a href="https://www.iprbookshop.ru/126991.html">https://www.iprbookshop.ru/126991.html</a> |

#### 6.1.2 Дополнительная учебная литература

|                                                        |                                      |                                       |      |                                                                                             |
|--------------------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| Удалова, И. Б.,<br>Удалова, Н. А.,<br>Машинская, Е. А. | Менеджмент в туристской<br>индустрии | Москва: Дашков и К, Ай<br>Пи Эр Медиа | 2023 | <a href="https://www.iprbookshop.ru/137761.html">https://www.iprbookshop.ru/137761.html</a> |
|--------------------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------|

#### 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                                                                                                                                        |