

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ  
ФАКУЛЬТЕТ ИСТОРИИ, ПОЛИТОЛОГИИ И ПРАВА  
Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

**ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ**  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Направление подготовки  
**43.03.02 «Туризм»**  
(код и наименование направления подготовки)

Бакалаврская программа

**Профиль Технология и организация экскурсионных услуг (Международный туризм)**  
(наименование профиля подготовки)

Форма обучения (*очная*)

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2019

*Технологии продаж*

Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):

кандидат пед. наук, Полякова О.Р.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры общественных связей,

Туризма и гостеприимства

№ 10 от 26.06.2019

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>1. Пояснительная записка</b>	<b>4</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины ( <i>модуля</i> )	4
1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине ( <i>модулю</i> )	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
<b>2. Структура дисциплины (<i>модуля</i>)</b>	<b>5</b>
<b>3. Содержание дисциплины (<i>модуля</i>)</b>	<b>6</b>
<b>4. Образовательные технологии</b>	<b>7</b>
<b>5. Оценка планируемых результатов обучения</b>	<b>8</b>
5.1. Система оценивания	8
5.2. Критерии выставления оценок	9
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине ( <i>модулю</i> )	10
<b>6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины</b>	<b>13</b>
6.1. Список источников и литературы	13
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	14
<b>7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (<i>модуля</i>)</b>	<b>14</b>
<b>8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья</b>	<b>15</b>
<b>9. Методические материалы</b>	<b>16</b>
9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий	16
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ	20
<b>Приложения</b>	
Приложение 1. Аннотация дисциплины	22
Приложение 2. Лист изменений	23

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Целью дисциплины является освоение профессиональных компетенций, обеспечивающих формирование знаний и практических навыков в области технологии продаж туристского продукта и услуг индустрии туризма.

Задачи дисциплины:

- Изучение состояния туристского рынка и влияния тенденций и перспектив развития рынка на удовлетворение потребностей клиентов;
- освоение специфики взаимодействия субъектов туристского рынка;
- освоение особенностей реализации туристского продукта;
- освоение особенностей работы менеджера с различными категориями покупателей;
- изучение этапов реализации туристского продукта и туруслуг.

### 1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю):

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК – 5. Способен рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение	ПК-5.1 Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя	Знать: основы формирования управленческих решений через анализ результатов деятельности туристской компании и предпочтений туристов Уметь: вырабатывать управленческие решения через призму проведенного анализа внутренних бизнес-процессов и внешних факторов Владеть: навыками разработки решения на основе совокупности факторов внутреннего и внешнего свойства туристской компании
ПК – 5. Способен рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение	ПК-5.2 Участвует в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг	Знать: основы формирования сметы туристской услуги Уметь: определять ключевые компоненты, включаемые в смету на туристскую услугу Владеть: навыками обсчета конкретного запроса потребителя туристского продукта
ПК – 5. Способен рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста,	ПК-5.3 Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов	Знать: внешние тенденции, оказывающие влияние на туристскую индустрию в России и за рубежом Уметь: учитывать совокупность тенденций, характеризующих

обосновать управленческое решение	оказываемых услуг	перспективность оказываемых туристских услуг Владеть: навыками установления трендов развития внешних обстоятельств и степени влияния на политику планирования туристских продуктов, направлений и туристских услуг.
-----------------------------------	-------------------	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технология продаж» (Б1.В.11) относится к дисциплинам вариативной части учебного плана по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» профиль Международный туризм и адресована студентам 4 курса (8 семестр). Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права ИАИ РГГУ кафедрой современного туризма и гостеприимства.

Для освоения дисциплины «Технология продаж» необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Основы туроперейтинга», «Организация обслуживания», «Технология и организация операторских и агентских услуг», «Психология делового общения», «Маркетинг в туристской индустрии»..

### 2. Структура дисциплины (модуля)

#### Структура дисциплины (модуля) для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 44 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			контактная					Самостоятель- ная работа	
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточ- ная аттестация		
1	Тема 1. Рынок туристских услуг	8	2	2				4	Устный ответ в форме дискуссии, опрос
2	Тема 2. Потребители туристских услуг. Мотивации при выборе туристских путешествий	8	1	2				4	Устный ответ в форме дискуссии, опрос
3	Тема3. Реализаторы турпродуктов и туруслуг	8	1	2				6	Дискуссия, обсуждение презентаций, опрос

4	Тема 4. Виды продаж турпродуктов и туруслуг	8	2	4				8	Дискуссия, обсуждение презентаций
5	Тема 5. Технология бронирования и продажи турпродуктов и туруслуг	8	2	4				8	Защита контрольных работ
6	Тема 6. Особенности продаж турпродуктов	8	2	4				8	Устный ответ в форме дискуссии,
	Зачет	8						6	устный ответ
	итого:		10	18				44	

### 3. Содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание подразделов
1.	Тема 1. Рынок туристских услуг.	Туристский рынок и его особенности на современном этапе. Современное состояние и тенденции развития современного туристского рынка России. Потребительский спрос на туристском рынке России.
2.	Тема 2. Потребители туристских услуг. Мотивации при выборе туристских путешествий.	Потребители туристских услуг как важный элемент индустрии туризма. Типология клиентов туристского сектора по возрастному показателю, целям туристской поездки, финансовому доходу, психологическому фактору и пр. Психология потребителей услуг индустрии туризма. Психологические типы клиентов туристской фирмы. Мотивы потребителей турпродуктов и туруслуг. Виды туристских мотивов. Потребности, поведенческие аспекты потребителя туристских услуг при выборе туристского путешествия. Формирование лояльных клиентов.
3.	Тема 3. Реализаторы турпродуктов и туруслуг.	Агентства как реализаторы турпродуктов и туруслуг. Сетевые торговые структуры. Взаимоотношения производителей и реализаторов турпродуктов и туруслуг. Менеджер туризма- реализатор турпродукта и туруслуг. Сущность менеджера. Функции, права и обязанности менеджера по продажам. Параметры профессиональной деятельности менеджера по продажам, его профессиональное совершенствование.
4.	Тема 4. Виды и формы продаж турпродуктов и туруслуг.	Продажа как сложный многоступенчатый технологический процесс удовлетворения потребностей в стремлении получать прибыль, построенный на реализации товаров и услуг туристской индустрии. Виды продаж: продажи по телефону, на выставках, по Интернету, личные продажи. Формы продаж. Преимущества и недостатки основных видов и форм продаж услуг индустрии туризма.
5.	Тема 5. Технология	Специфика продаж турпродуктов и туруслуг.

	бронирования и продажи турпродуктов и туруслуг.	Использование различных способов ведения продаж. Принцип клиентоориентированности как основа технологии продаж туристских услуг. Проектирование процесса продаж. Этапы продаж турпродуктов и туруслуг: предпродажный этап, продажный этап, послепродажный этап. Предпродажный этап: маркетинговые исследования. Выработка целей продаж. Составление плана продаж менеджером. Действия менеджера по подготовке к работе с клиентом: подготовка рекламно-информационного материала, варианты доведения информации до потребителей, подготовка презентации турпродукта, создание инструментов диагностики потребностей потребителей туристских услуг, способы влияния на процесс принятия решений клиента о приобретении турпродукта и пр. Продажный этап: алгоритм обслуживания клиента в турагентстве: привлечение и удержание потребителя, установление контакта, создание первого положительного впечатления, снятие эмоционального напряжения посетителя, подготовка клиента к беседе, презентация турпродукта и туруслуг, работа с возражениями клиента, бронирование турпродукта и туруслуг, оформление сделки, подготовка документов, успешное завершение продажи. Поведение менеджера при «неэффективных» продажах. Вербальные и невербальные средства общения менеджера с потребителем турфирмы. Особенности общения с различными психологическими типами потребителей. Расчет стоимости пакета услуг. Проблемы и ошибки менеджеров по продажам. Решение конфликтных ситуаций. Послепродажный этап: поддержание связи с клиентами, работа с претензиями.
6.	Тема 6. Особенности продаж турпродуктов.	Продвижение и продажа: индивидуальных и групповых туров, транспортных туров, лечебно-оздоровительных туров и пр., по популярным направлениям туризма, для детей, инвалидов и пр. Особенности проектирования процесса продажи различных видов турпродукта.

#### 4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Рынок туристских услуг	Лекция 1. Семинар 1, Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием слайд - проектора Развернутая дискуссия с обсуждением доклада Проверка домашнего задания посредством электронной почты
2	Потребители туристских услуг. Мотивации при выборе туристских	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная	Лекция с применением слайд - проектора Развернутая дискуссия с обсуждением доклада, презентации

	<i>путешествий</i>	<i>работа</i>	<i>Подготовка к занятию с использованием ресурсов Интернета</i>
3	<i>Реализаторы турпродуктов и туруслуг</i>	<i>Лекция 1. Семинар 1.  Самостоятельная работа</i>	<i>Проблемная лекция с использованием видеоматериала Развернутая дискуссия с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
4	<i>Виды и формы продаж турпродуктов и туруслуг</i>	<i>Лекция 1. Семинар 1,2.  Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция-визуализация с применением слайд - проектора Развернутая дискуссия с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
5	<i>Технология бронирования и продажи турпродуктов и туруслуг</i>	<i>Лекция 1,2. Семинар 1,2.  Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением презентаций Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
6	<i>Особенности продаж турпродуктов</i>	<i>Лекция 1. Семинар 1,2  Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением презентаций, выполнение контрольных работ Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	10 баллов	30 баллов
- презентация	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (тема 5)	10 баллов	10 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	20 баллов
Промежуточная аттестация (зачет)	40 баллов	30 баллов
<b>Итого за семестр</b>		<b>100 баллов</b>



Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX

## 5.2. Критерии выставления оценок

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	«удовлетворитель- но»/ «зачтено (удовлетворитель- но)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворите- льно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

### 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

#### Примерные вопросы к зачёту

1. Туристская индустрия и туристский рынок в современных условиях развития.
2. Популярные направления туризма на российском туристском рынке.
3. Производители и реализаторы туристских продуктов и туруслуг.
4. Типы и виды потребителей турпродуктов и туруслуг.
5. Психология потребителей услуг индустрии туризма.
6. Мотивы потребителей услуг индустрии туризма.

7. Менеджер по продажам как организатор успешной деятельности турагентства.
8. Параметры профессиональных операций менеджера по продажам.
9. Продажи как сложный процесс по удовлетворению потребностей потребителя турпродукта и туруслуг.
10. Проектирование процесса продаж турпродукта и туруслуг.
11. Технология продаж услуг индустрии туризма.
12. Принцип клиентоориентированности как основа технологии продаж туристских услуг.
13. Туристские мотивы как важные составляющие туристского спроса.
14. Психология клиентов турфирмы.
15. Способы влияния на процесс принятия решений клиента о покупке турпродукта и туруслуг.
16. Средства общения менеджера с потребителем турфирмы.
17. Маркетинговые исследования туристского спроса на рынке.
18. Рекламирование туристского продукта и услуг менеджером по продажам.
19. Алгоритм действий менеджера при первом посещении клиентом турфирмы.
20. Виды продаж услуг индустрии туризма и их особенности.
21. Алгоритм обслуживания клиента по телефону.
22. Презентация турпродукта в офисе турфирмы.
23. Работа по реализации услуг индустрии туризма на выставке.
24. Работа менеджера с различными психологическими типами клиентов турфирмы.
25. Повышение квалификации менеджера по продажам.
26. Конфликтные ситуации с потребителем в турфирме и их разрешение.
27. Завершение продажи турпродукта.
28. Расчет стоимости пакета услуг.
29. Мероприятия, следующие после продажи услуг индустрии туризма.
30. Действия по контролю использования туристских услуг клиентами турфирмы.
31. Формирование постоянных клиентов для турфирмы.

#### **Примерные темы контрольных работ**

1. Ассортимент турпродукта турфирм по видам туризма
2. Анализ потребителей туристских услуг турагентства.
3. Особенности функционирования российских агентских сетей.
4. Проблемы агентского предпринимательства в России.
5. Мотивы, потребности и поведенческие аспекты потребителей туристских услуг.
6. Эффективные способы продажи турпродуктов и туруслуг.
7. Действия менеджера при общении с клиентами в различных ситуациях.
8. Продвижение турпродукта и туруслуг турагентством.
9. Презентация турпродукта или туруслуг.
10. Этапы продажи турпродукта.
11. Проектирование процесса обслуживания потребителей в турагентстве.
12. Виды продаж в туристской сфере.
13. Конфликтные ситуаций с потребителем турпродукта и варианты их эффективного решения.
14. Анализ и расчет затрат на туристский продукт.
15. Психологический аспект в работе с клиентами в турагентстве.

16. Способы формирования клиентской базы в турагентстве.
17. Популярные способы продаж турпродуктов и туруслуг.
18. Особенности использования информационных технологий в процессе продаж турпродуктов и туруслуг.
19. Возможные мотивы, потребности и поведенческие аспекты потребителей турпродуктов и туруслуг.
20. Типичные ошибки агента в работе с клиентами при различных способах продаж.
21. Наиболее распространенные претензии клиентов после завершения путешествия.

### **Примерные темы докладов и презентаций**

1. Современное состояние и тенденции развития туристского рынка.
2. Тенденции развития мировой туристской индустрии.
3. Современное состояние индустрии туризма в России (въездной, внутренний).
4. Популярные туристские проекты.
5. Особенности потребителей туристских услуг.
6. Типы потребителей туристских услуг.
7. Мотивы и потребности клиентов.
8. Факторы, влияющие на выбор путешествия.
9. Менеджер по продажам. Его функции и обязанности. Профессиональные и личностные качества. Подготовка менеджера по продажам.
10. Работа менеджера по продажам с «трудными» клиентами. Профессиональное совершенствование менеджера.
11. Роль рекламы в продаже туристских услуг.
12. Разработка рекламно-информационного материала.
13. Методы, стимулирующие покупку туристских услуг.
14. Способы продаж, их характеристика.
15. Этапы продаж турпродуктов и туристских услуг.
16. Проектирование процесса продажи в турфирме.
17. Особенности и техника продаж туристских услуг по телефону.
18. Особенности продаж туристских услуг через Интернет.
19. Особенности продаж туристских услуг на выставках.
20. Продажи туристских услуг в офисе турфирмы.
21. Особенности личных продаж.
22. Основные правила начальной беседы с клиентом.
23. Презентация турпродукта и туруслуг.
24. Виды презентаций в туризме и их особенности.
25. Технологии разработки презентаций турпродуктов.
26. Завершение и оформление сделки с клиентом.
27. Продажи туристских услуг, как сложный многофазный процесс.
28. Алгоритм действий агента по продажам при первом посещении клиентом туристской организации.
29. Проблемные ситуации, возникающие после завершения продаж туристских услуг.
30. Послепродажный этап реализации услуг индустрии туризма.
31. Работа с претензиями клиентов.

### **Вопросы и задания для самостоятельной работы**

1. Проанализируйте современное состояние туристского рынка России. Каковы проблемы и перспективы его развития?
2. Охарактеризуйте деятельность туроператоров массового рынка за 2012 г.
3. Проанализируйте ассортимент турпродукта национальных турфирм по виду тризма для различных категорий потребителей.
4. Проанализируйте рынок потребителей в туристском регионе (по выбору).
5. Проанализируйте особенности функционирования российских сбытовых сетевых структур.
6. Проанализируйте сбытовые компании на российском туристском рынке и специфику их взаимодействия с партнерами.
7. Рассмотрите проблемы индустрии туризма в России (или стране по выбору).
8. Проанализируйте мотивы, потребности и поведенческие аспекты потребителей туристских услуг.
9. Рассмотрите эффективные способы продажи турпродуктов и туруслуг (для конкретного предприятия).
10. Проектирование обслуживания туристов при осуществлении продажи туристского продукта и туруслуг в турфирме.
11. Рассмотрите принцип клиентоориентированности турагентства (на примере).
12. Проанализируйте действия менеджера при общении с клиентами в различных ситуациях.
13. Разработка программы продвижения турпродукта и туруслуг (на конкретном примере).
14. Разработка презентации турпродукта или туруслуг (на конкретном примере).
15. Этапы продажи турпродукта( на конкретном примере).
16. Рассмотрите виды продаж в туристской сфере(на примере).
17. Проанализируйте конфликтные ситуаций с потребителем турпродукта и варианты их эффективного решения.
18. Информационные технологии в деятельности турагентства.
19. Рассмотрите психологический аспект в работе с клиентами в турагентстве ( на конкретном примере).
20. Способы формирования клиентской базы в турагентстве.
21. Популярные способы продаж на примере российской турфирмы и факторы, снижающие эффективность реализации турпродуктов и туруслуг(на конкретном примере).
22. Анализ затрат турагентства на проведение рекламы.
23. Затраты на турпродукт, методы расчета стоимости.
24. Особенности использования информационных технологий в процессе продаж турпродуктов и туруслуг.
25. Проанализируйте возможные мотивы, потребности и поведенческие аспекты потребителей турпродуктов и туруслуг.

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### **6.1 Список источников и литературы**

**Основная литература:**

1. Сухов Р.И. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Ростов-на-Дону : ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет», 2016. - 267 с. – ВО – Бакалавриат. - ISBN 978-5-9275-2003-9.
2. Токарев, В.Ф. Современные технологии обучения персонала отделов продаж: проблемы и решения, управление продажами. 2012. № 1. С. 42-56. URL:<https://elibrary.ru>
3. Токарев, В.Ф. Классическая техника продаж, "Менеджмент-продажи" или спин: Какая технология лучше? Личные продажи. 2012. № 2. С. 78-89. URL:<https://elibrary.ru>

**Дополнительная :**

1. Быстров С.А. Организация туристской деятельности (управление турфирмой) : [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Москва : Издательство «Форум»: ООО Научно-издательский центр ИНФРА-М, 2014. - 400 с. - ISBN 978-5-91134-609-6.
2. Джум Т.А. Организация сервисного обслуживания в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Москва :Издательство «Магистр» : ООО научно-издательский центр ИНФРА-М, 2015.-368с.- ISBN 978-5-9276-0329-4.
3. Рыбкин, И. В. Кросселлинг в страховании: новейшие технологии продаж: Учебно-практическое пособие / Рыбкин И.В., Падар Э., Киселев А. - Москва :ИОИ, 2016. - 210 с. ISBN 978-5-94193-886-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/987266> (дата обращения: 08.01.2020)

**6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) Федеральная служба государственной статистики
2. [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru) Министерство экономического развития и торговли
3. [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru) Центральный банк Российской Федерации
4. [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru) новости экономики, рейтинги, исследования
5. [www.infostat.ru](http://www.infostat.ru) сайт информационно-издательского центра «Статистика России»
6. [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru), [www.leninka.ru](http://www.leninka.ru) Российская государственная библиотека
7. [www.msu.ru/libraries/](http://www.msu.ru/libraries/) Библиотека МГУ2. Профессиональный PR-портал: <http://www.sovetnik.ru>
8. База данных «Федеральные законы» <http://www.council.gov.ru>
9. Энциклопедия маркетинга <http://marketing.spb.ru>
10. Менеджмент, маркетинг, креатив, реклама, промо, PR <http://advertme.ru>

Нормативно-правовые базы:

<http://www.garant.ru/>

<http://www.kodeks.ru/>

<http://www.consultant.ru/>

**7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная проектором для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций (Power Point и др.).

Для самостоятельной работы студенту необходим доступ к ЭБС издательства «Юрайт» ([biblio-online.ru](http://biblio-online.ru)), архиву исследовательских журналов JSTOR, МНБД Scopus и Web of Science. Персональные компьютеры, оснащенные операционной системой ОС MS

Windows (XP и выше), программным обеспечением MS Office 2003–2010, доступом в Интернет через браузер Google Chrome или Opera, обновляемой антивирусной защитой Symantec Endpoint Protection.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Office, Adobe Acrobat, Abbyy Fine Reader, Антивирус Kaspersky, Microsoft Windows XP, MSDN (Microsoft Developer Network, Microsoft Dreamspark, Microsoft Academic Alliance), Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - Учебная версия бесплатная, Abbyy Lingvo – LMRC14000000946409109093 от 22.01.2010.

## **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- *для слепых и слабовидящих:*
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- *для глухих и слабослышащих:*
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- *для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:*
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными

особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **9. Методические материалы**

### **9.1. Планы семинарских занятий**

#### **Тема 1. Рынок туристских услуг (2 ч.)**

##### ***Вопросы для обсуждения:***

1. Основные направления туристского рынка России.
2. Каковы тенденции развития современного туристского рынка России?
3. Проблемы и перспективы развития туристского рынка России.
4. Туристское предпринимательство в современных условиях
5. Специфика туристского бизнеса на примере российских и зарубежных компаний.

##### **Темы докладов:**

1. Анализ ассортимента турпродуктов российских туроператоров.
2. Конкурентные преимущества предлагаемых товаров и услуг ( по направлениям туризма).
3. Анализ состояния въездного и выездного туризма В России.



4. Рейтинг популярных направлений выездного и внутреннего туризма за последние два года.
5. Сравнительный анализ тенденций развития мирового и российского туристского рынка.

## **Тема 2. Потребители туристских услуг. Мотивации при выборе туристских путешествий (2 ч.)**

### ***Вопросы для обсуждения:***

1. Какова специфика туристских услуг?
2. Турпродукт и его особенности. Каковы преимущества и недостатки групповых и индивидуальных туров?
3. Туристские мотивы, как важные составляющие туристского спроса.
4. Какова мотивация в туризме?
5. Мотивы и поведенческие аспекты путешественников по видам туризма.
6. Назовите типы потребителей и дайте им характеристику.

## **Тема 3. Реализаторы турпродуктов и туруслуг (2 ч.)**

### ***Вопросы для обсуждения:***

1. Реализаторы туристских услуг. Особенности их функционирования в современных условиях.
2. Торговые отношения в агентско-операторском секторе.
3. Совершенствование профессионального мастерства агента по продажам турпродуктов и туруслуг.
4. Каковы особенности франчайзинга деятельности производителей и реализаторов туристских услуг?
5. Менеджер по продажам турпродуктов и туруслуг. Его права и обязанности.
6. Этапы подготовки менеджера по продажам турпродуктов и туруслуг.
7. Работа менеджера с различными психологическими типами клиентов.

### ***Задания для дискуссии:***

- Выявите и проанализируйте личные и профессиональные качества менеджера по продажам.
- На конкретных примерах. Проанализируйте действия продавцов при общении с клиентами в различных ситуациях, встречающихся на практике в турфирме. Обоснуйте их.
- Продемонстрируйте образец уверенного общения продавца с клиентом в турфирме. Практические задания выполняются на семинарах группами. В дискуссиях участвует вся группа.

## **Тема 4. Виды продаж турпродуктов и туруслуг (4 час.)**

### ***Вопросы для обсуждения:***

1. Какие виды продаж турпродукта и туруслуг можно назвать?
2. В чем состоит специфика продажи по телефону и Интернету?
3. Преимущества и недостатки продаж на выставке?

## 4. Особенности продаж в офисе турфирмы.

**Задания для дискуссии:**

- Моделирование телефонной беседы менеджера с потенциальным клиентом
- Моделирование общения менеджера с клиентом и оценка стилей взаимодействия.

Практические задания выполняются на семинарах группами. В дискуссиях участвует вся группа.

**Тема 5. Технология бронирования и продажи турпродуктов и туруслуг (4 час.)****Вопросы для обсуждения:**

1. Какова роль маркетинговых исследований в процессе продажи турпродуктов и туруслуг?
2. Перечислите стадии работы с клиентом в турагентстве и охарактеризуйте каждую из них.
3. Каково значение презентации в представлении турпродукта? Виды, функции и задачи презентации.
4. Этапы проведения презентации.
5. Перечислите документы, необходимые для работы с клиентом, охарактеризуйте их.
6. Какие проблемные ситуации могут возникнуть при работе с клиентом и каковы пути их разрешения?

**Задания для дискуссии:**

- Обсудить типичные ошибки агента в работе с клиентами при различных способах продаж.
- Проанализировать наиболее распространенные претензии клиентов после завершения путешествия.
- Провести презентацию предложенного турпродукта аудитории.
- Моделирование конфликтной ситуации.
- Анализ процедуры оформления документов реализации турпродукта заказчику.
- Анализ информационно-поисковых систем и систем бронирования туров, используемых в деятельности турагентств.
- Осуществление поиска и анализа туристских предложений ведущих туроператоров.

Практические задания выполняются на семинарах группами. В обсуждении участвует вся группа.

**Тема 6. Особенности продаж турпродуктов (4 час.)****Вопросы для обсуждения:**

1. Виды турпродукта.
2. Каковы основные требования к туристскому продукту?
3. В чем состоит специфика программы обслуживания по категориям туристов и видам туризма?
4. Особенности продаж различных видов турпродукта для разных категорий потребителей.

**Задания для обсуждения:**

- Подбор предложений туроператоров для их реализации потребителю ( по выбору регион, вид туризма, потребителя) и обосновать выбор. Выделить его конкурентные преимущества.
- Особенности продаж туров в Грецию, Турцию, Испанию. Сравнительная характеристика отельной базы стран. Плюсы и минусы обслуживания.

Практические задания выполняются на семинарах группами. Представленный материал обсуждается студентами.

#### **Темы презентаций:**

- Мировые курорты, пользующиеся спросом у российских туристов ( летние направления),
- Объекты религиозного туризма в России для продвижения программы паломничества.
- Туристские ресурсы и гостиничная инфраструктура Таиланда. Предложения турфирм по данному направлению. Специфика туров в Таиланд.

## **9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ**

Контрольная работа состоит из введения, основной части, заключения, списка источников, приложения.

Общие требования к оформлению работы:

- объем проекта 5 -10 листов;
  - шрифт - 14;
  - интервал между строчками – 1,5;
  - верхнее и нижнее поле - 2 см, левое поле – 3 см, правое поле – 1,5 см;
- заголовки – 14 жирный шрифт;
- нумерация страниц проставляется сверху в центре.

Общие требования к содержанию работы:

- во введении должно быть: актуальность и цель работы;
- основная часть раскрывает тему работы;
- в заключении должны быть сформулированы выводы и рекомендации;
- список источников оформляется в соответствии с выходными данными;
- приложения могут отсутствовать.

**АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина «Технология продаж» (Б1.В.11) относится к дисциплинам вариативной части учебного плана по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» профиль Международный туризм и адресована студентам 4 курса (8 семестр). Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права ИАИ РГГУ кафедрой современного туризма и гостеприимства.

*Целью дисциплины* является освоение профессиональных компетенций, обеспечивающих формирование знаний и практических навыков в области технологии продаж туристского продукта и услуг индустрии туризма.

*Задачи дисциплины:* изучение состояния туристского рынка и влияния тенденций и перспектив развития рынка на удовлетворение потребностей клиентов; освоение специфики взаимодействия субъектов туристского рынка; освоение особенностей реализации туристского продукта; освоение особенностей работы менеджера с различными категориями покупателей; изучение этапов реализации туристского продукта и туруслуг.

Дисциплина направлена на освоение компетенций:

ПК-5.1 Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя

ПК-5.2 Участвует в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг

ПК-5.3 Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг

В результате изучения дисциплины студент должен:

*Знать:* основные виды туристских продуктов; принципы разработки туристских программ и турпродуктов; сущность и виды обслуживания туристов, принципы и правила работы с клиентом, технику и технологию продаж турпродукта, туруслуг.

*Уметь:* оценить состояние рынка турпродуктов и туристских услуг; определять сегменты потребителей туруслуг, их мотивы и потребности при выборе туристского путешествия; обслуживать различные категории потребителей по реализации турпродукта; разрешать возникшие проблемы и конфликты; уметь налаживать отношения с партнерами, коллегами по работе; выявлять особенности и специфические качества турпродукта российских и зарубежных производителей.

*Владеть:* методами мониторинга туристского рынка; современными методами сбора, обработки и анализа информации по туруслугам и турпродуктам; методами работы с современными информационными технологиями по сбору информации и продаже туруслуг и турпродуктов; методами разрешения проблемных и конфликтных ситуаций с покупателями; способностью прогнозирования поведения потребителя туруслуг и турпродуктов; методами налаживания контакта с клиентами, техникой и технологией продаж.

Рабочей программой предусмотрен текущий контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№\_\_1\_\_ от \_\_31 августа 2020г. \_\_

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ**в рабочей программе дисциплины «*Технология продаж*»по направлению подготовки \_\_\_\_\_ «*Туризм*» \_\_\_\_\_

на 2020/2021 учебный год

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	Приложение №1	31.08.20г.	№ 1

## 1. В п.4 «Образовательные технологии» вносятся следующие изменения.

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

## 2. В п.6.2 «Перечень БД и ИСС» вносятся следующие изменения.

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

## 3. В п.7 «Состав программного обеспечения (ПО)» вносятся следующие изменения.

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное

3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «АЛТ Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное