

Подписано электронной подписью:
Ветрушский Данил Григорьевич
Должность: Директор КГПИ ФГБОУ ВО «КемГУ»
Дата и время: 2024-02-21 00:00:00
471086642953530e244e728f3a36614b359d5021014f075e03a5b6fdf6436
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кемеровский государственный университет»

Новокузнецкий институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Кемеровский государственный университет»

Факультет экономический
Кафедра экономической теории, муниципального управления и сервиса

УТВЕРЖДАЮ
Декан экономического факультета
С.Н. Часовников
«09» марта 2017 г.



Рабочая программа дисциплины

Б1.Б.15 Технологии продаж

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

(шифр, название направления)

Направленность (профиль) подготовки

«Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

Программа подготовки
академический бакалавриат

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная

Год набора 2014

Новокузнецк 2017

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 43.03.02 Туризм	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата	4
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
3.1. Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий (в часах)	4
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	5
4.1. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах).....	5
4.2 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)	6
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине Технологии продаж.....	9
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	9
6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю).....	9
6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы	10
6.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций..	16
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).....	17
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)	17
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	18
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	18
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	19
12. Иные сведения и (или) материалы	19
Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.....	19
12.1. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	19

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 43.03.02 Туризм

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине (модулю): Технологии продаж

<i>Коды компетенции</i>	<i>Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций</i>	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-11	способность к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий	Знать: теоретические основы информатики и информационных технологий, возможности и принципы использования современной компьютерной техники; офисные технологии и специальное программное обеспечение туристской деятельности, интернет-технологии; технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии; теоретические основы психологии делового общения, коммуникативные техники и технологии делового общения в туризме; понятие и виды современных информационных технологий переработки информации и их влияние на успех в профессиональной деятельности. Уметь: применять теоретические знания при решении практических задач в туристской деятельности, используя возможности вычислительной техники и программного обеспечения; использовать существующие пакеты прикладных программ для решения конкретных задач профессиональной деятельности в туристской индустрии; выбирать и применять эффективные технологии продаж; анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристической индустрии и потребителей (клиентов). Владеть: навыками работы с вычислительной техникой, прикладными программными средствами; навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта; навыками анализа эффективности применяемых прикладных программ, работы с прикладными программными средствами; основными коммуникативными методами и приемами делового общения в профессиональной сфере; навыками решения проблемных ситуаций, возникающих в ходе реализации туристического продукта.
ПК-13	способность к общению с	Знать: теоретические основы психологии

	потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов	делового общения, коммуникативные техники и технологии делового общения в туризме; Уметь: анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристической индустрии и потребителей (клиентов); Владеть: основными коммуникативными методами и приемами делового общения в профессиональной сфере; навыками решения проблемных ситуаций, возникающих в ходе реализации туристического продукта.
--	--	---

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Данная дисциплина является дисциплиной базовой части профессионального цикла ФГОС ВПО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм. Преподавание «Технологии продаж» как вузовской дисциплины предполагает обращение к знаниям и научным понятиям и категориям, освоенным блоках общегуманитарных и естественно-научных дисциплин. Знания и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплины «Технологии продаж», необходимы для освоения других базовых общепрофессиональных дисциплин и вариативных дисциплин, обеспечивающих профильность подготовки бакалавра по профилю «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг».

Дисциплина «Технологии продаж» является предшествующей в изучении ряда дисциплин профессионального цикла, а также для прохождения производственных практик.

Для успешного усвоения дисциплины необходимы знания, полученные в школе при изучении следующих предметов: география, обществознание, история.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы (ЗЕТ), 108 академических часов.

3.1. Объём дисциплины (модуля) по видам учебных занятий (в часах)

Объём дисциплины	Всего часов
	для очной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	48
Аудиторная работа (всего):	48
в т. числе:	
Лекции	16
Семинары, практические занятия	32
Практикумы	
Лабораторные работы	
в т.ч. в активной и интерактивной формах	12
Внеаудиторная работа (всего):	60
В том числе, индивидуальная работа обучающихся с преподавателем:	
Курсовое проектирование	
Групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обуча-	

Объём дисциплины	Всего часов
	для очной формы обучения
чающихся с преподавателем	
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	60
Вид промежуточной аттестации обучающегося - зачет	

4. Содержание дисциплины , структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

для очной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Общая трудоём- кость (часов)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обуча- ющихся и трудоемкость (в часах)			Формы теку- щего кон- троля успева- емости
			аудиторные учебные занятия		самостоя- тельная рабо- та обучаю- щихся	
			лекции	семинары, практические занятия		
1.	Введение в курс тех- нологий продаж	10	1	2	7	Собеседование
2.	Ключевые бизнес- процессы в организа- ции продаж	12	2	4	6	Тестовый кон- троль
3.	Основные методики эффективных продаж туристского продукта	12	2	4	6	Коллоквиум
4.	Цена как фактор орга- низации продаж тур- продукта	12	2	4	6	Собеседова- ние. Тестовый контроль
5.	Аудит и технологии управления продажа- ми	12	2	4	6	Собеседование
6.	Организация обслужи- вания потребителей	12	2	4	6	Коллоквиум
7.	Вербальные и невер- бальные технологии продаж	14	2	4	8	Собеседование
8.	Методы стимулирова- ния продаж	12	2	4	6	Коллоквиум. Деловая игра.
9.	Организация продаж и современные техноло- гии в туризме.	12	2	4	6	Собеседова- ние. Тестовый контроль
Форма текущего контроля зачет						УО-3
Всего		108	16	32	60	

4.2 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание
<i>Содержание лекционного курса</i>		
1	Введение в курс технологий продаж.	Продажа туристического продукта как многофакторный процесс. Особенности работы менеджеров по продажам в сфере туристических услуг. Принципы эффективной коммуникации и обслуживания клиентов в туристическом бизнесе. Отличие продажи услуги от продажи товара. Определение ключевых стадий взаимодействия с клиентами. Постановка целей и задач для каждой стадии продаж туристических услуг
<i>Темы практических/семинарских занятий</i>		
1.1	Введение в курс технологий продаж.	Семинар: 1. Основные технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии. 2. Факторы успеха в продаже туристических услуг. 3. Особенности и основные свойства турпродукта. 4. Продажа туристического продукта как многофакторный процесс. 5. Особенности работы менеджеров по продажам в сфере туристических услуг.
<i>Содержание лекционного курса</i>		
2	Ключевые бизнес-процессы в организации продаж	Оценка конкурентоспособности туристского продукта. Планирование продаж. Продвижение турпродукта на рынок. Агентский договор о реализации туристского продукта. Цикл продаж. Завершение сделки. Как подвести клиента к принятию решения о покупке тура.
<i>Темы практических/семинарских занятий</i>		
2.1	Ключевые бизнес-процессы в организации продаж	Семинар: 1. Оценка конкурентоспособности туристского продукта. 2. Планирование продаж. 3. Продвижение турпродукта на рынок. 4. Агентский договор о реализации туристского продукта. 5. Цикл продаж. 6. Завершение сделки.
2.2		Практическое задание: Разработайте мероприятия по продвижению турпродукта Вашего предприятия на внутреннем и внешнем рынке туристической индустрии.
<i>Содержание лекционного курса</i>		
3	Основные методики эффективных продаж туристского продукта.	Эффективность продаж. Выбор эффективных технологий продаж. Расчет эффективности продаж. Особенности исследования рынка туристических услуг;
<i>Темы практических/семинарских занятий</i>		
3.1	Основные методики эффективных продаж туристского продукта.	Семинар: 1. Эффективность продаж. 2. Выбор эффективных технологий продаж. 3. Расчет эффективности продаж. 4. Особенности исследования рынка туристических услуг;
3.2	Реализация турпродукта как одного из важнейших направлений деятельности туроператора	Сравнительная характеристика форм реализации турпродукта (собственное бюро продаж, агентские сети). Виды агентских сетей. Виды договоров с тураператорами: агентский договор, договор комиссии, договор поручения. Нетрадиционные

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание
	тора	формы сбыта туристических услуг. Вертикальные маркетинговые системы. Горизонтальные маркетинговые системы. Электронная коммерция. Глобальные распределительные системы.
Содержание лекционного курса		
4	Цена как фактор организации продаж турпродукта.	Ценовая политика как этап технологии продаж в туристической индустрии Формирование цен на туристический продукт. Факторы, влияющие на цены турпродукта. Стратегии и правила ведения переговоров о цене.
Темы практических/семинарских занятий		
4.1	Цена как фактор организации продаж турпродукта.	Ценовая политика как этап технологии продаж в туристической индустрии Формирование цен на туристический продукт. Виды цен на туристические услуги в сфере туризма. Основные этапы ценообразования туристического продукта. Факторы, влияющие на цены турпродукта.
4.2		Выбор метода ценообразования на турпродукт. Определение ценовой стратегии предприятий социально-культурного сервиса и туризма. Влияние ценовой политики на уровень продаж туристических услуг. Стратегии и правила ведения переговоров о цене.
Содержание лекционного курса		
5	Аудит и технологии управления продажами	Виды аудита. Зачем и когда нужен аудит. Методы проведения аудита продаж турфирмы. Управление продажами. Анализ места и процесса продаж. Анализ элементов связи с клиентами. Составление отчета по результатам аудиторской проверки. Аудит и «клиентская база» компании. 10 основных этапов проведения процесса аудита «КБ»
Темы практических/семинарских занятий		
5.1	Аудит и технологии управления продажами	Виды аудита. Зачем и когда нужен аудит. Когда нужно менять модель продаж. Цели, задачи аудита системы продаж. Методы проведения аудита продаж турфирмы.
5.2		Стратегия и планирование продаж. Управление продажами. Вопросы, возникающие до /во время/после контакта с компанией. Анализ места и процесса продаж. Анализ элементов связи с клиентами. Выявление сильных и слабых сторон
Содержание лекционного курса		
6	Организация обслуживания потребителей.	Типология и методы выявления потребностей клиента. Вопросы как способ ведения беседы в желаемом направлении. Типы вопросов и техники их конструирования. Как с помощью вопросов формировать дополнительные потребности у клиента: покупка более дорогого тура, дополнительных услуг, индивидуального тура. Лояльность клиентов турагентства и программы ее повышения. Психология продаж.
Темы практических/семинарских занятий		
6.1	Организация обслуживания потребителей.	Типология и методы выявления потребностей клиента. Вопросы как способ ведения беседы в желаемом направлении. Типы вопросов и техники их конструирования. Психология продаж.
6.2	Роль менеджера в реализации процесса эффективности продаж турпродукта.	Индивидуализация тура. (Деловая игра). Тренинги подготовки менеджера турагентства к продажам. Разработка корпоративных стандартов обслуживания в турагентстве.

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание
<i>Содержание лекционного курса</i>		
7	Вербальные и невербальные технологии продаж	Особенности личной продажи туристического продукта. Установление контакта с клиентами. СПИН-технологии. Профессиональное телефонное общение с клиентом. Работа с «трудными» клиентами. Работа с сопротивлениями и возражениями клиента.
<i>Темы практических/семинарских занятий</i>		
7.1	Личная продажа турпродукта	Этапы личной продажи турпродукта. Основания для доверия первого уровня: расположение, внешний вид и функциональность офиса, внешний вид менеджера. Основания для доверия второго уровня: приветствие, рукопожатие, улыбка, комплимент. Методики построения опроса клиентов. (деловая игра)
7.2	Профессиональная презентация туристических услуг	Использование речевых стратегий влияния во время презентации. Основные правила проведения презентации туристических услуг. Информационное и эмоциональное наполнение презентации. Соотношение фактов, преимуществ и выгод в презентации предложения
<i>Содержание лекционного курса</i>		
8	Методы стимулирования продаж.	Инструменты стимулирования продаж. Ценовое стимулирование. Натуральное стимулирование. Игровое стимулирование. Услужливое стимулирование. Предоставление бонусов, систем скидок, акций. Мотивация эффективных продаж в туризме.
<i>Темы практических/семинарских занятий</i>		
8.1	Методы стимулирования продаж	Инструменты стимулирования продаж. Ценовое стимулирование. Натуральное стимулирование. Игровое стимулирование. Услужливое стимулирование. Предоставление бонусов, систем скидок, акций. Мотивация эффективных продаж в туризме.
8.2	Корпоративные стандарты туристских агентств при организации продаж туруслуг	Корпоративные стандарты сети туристских агентств «Блюскай». Корпоративные стандарты турфирм г.Майкопа при организации продаж туруслуг.
<i>Содержание лекционного курса</i>		
9	Организация продаж и современные технологии в туризме.	Использование интерактивных технологий при организации продаж. Глобальная сеть Интернет, как канал продвижения и реализации турпродукта. Инновационные технологии в туризме. Дистрибьюторские сети и глобальные системы бронирования как инструмент организации продаж. Современные средства автоматизации процесса продаж.
<i>Темы практических/семинарских занятий</i>		
9.1	Организация продаж и современные технологии в туризме.	Использование интерактивных технологий при организации продаж. Глобальная сеть Интернет, как канал продвижения и реализации турпродукта. Инновационные технологии в туризме. Дистрибьюторские сети и глобальные системы бронирования как инструмент организации продаж. Современные средства автоматизации процесса продаж.
9.2	Специфика продаж на международных рынках туристских продуктов.	Особенности и тенденции развития международного рынка туруслуг. Технологии продаж международных туров. Договорное оформление операций международного туризма.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине Технологии продаж

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме контрольных и самостоятельных работ на занятиях (контроль знания студентами основных терминов и понятий курса). Контрольная работа проводится в конце изучения отдельных тем, состоит из 2-х вариантов и включает тестовые задания и задачи. Примеры задач и заданий к контрольным и практическим занятиям приведены в п. 6.2.2.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в следующих формах:

- Подготовка к семинарским занятиям;
- Подготовка рефератов и докладов;
- Подготовка к текущим и промежуточным контрольным мероприятиям (тестовые и устные опросы);

1. *Подготовка к семинарским занятиям.* Семинарские занятия ориентированы на практическое применение теоретического материала. При подготовке к семинарским занятиям необходимо изучить лекционный материал, учебники и учебные пособия, интернет-ресурсы. Студентам рекомендуется подготовить проблемные вопросы по теме семинарского занятия, связанные с реальной ситуацией в турбизнесе, общества или государства, что позволяет изучить материал углубленно.

2. *Подготовка к рефератам и докладов.* При подготовке рефератов особое внимание следует уделять периодической литературе. Ежедневные и еженедельные газеты быстро реагируют на любые изменения, в том числе и в экономической жизни, то есть из таких газет можно почерпнуть оперативную и свежую информацию. Журналы, рецензируемые ВАК содержат глубокий анализ происходящих явлений, что способствует углубленному изучению темы реферата. Значительное внимание при подготовке рефератов следует уделять его оформлению. Список литературы оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1-2003.

При подготовке к докладу следует хорошо изучить обработанный материал, составить план выступления. Знания докладчика должны быть более обширны, чем текст доклада.

Примерные темы доклада приведены в п. 6.2.2.

3. *Подготовка к текущим контрольным мероприятиям (тестовые опросы, задачи).* При подготовке к контрольным мероприятиям следует еще раз изучить лекционный материал, учебники и учебные пособия, периодическую литературу, интернет-ресурсы, а также просмотреть конспекты докладов, прозвучавших на семинарских занятиях.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине разработан учебно-методический комплекс (УМК) и дополнительные материалы, находящийся в свободном доступе во внутренней сети на «L»

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части) / и ее формулировка – по желанию	наименование оценочного средства
1.	Введение в курс технологий продаж	ПК-11, ПК-13	Собеседование
2.	Ключевые бизнес-процессы в организации продаж		Тестовый контроль
3.	Основные методики эффективных продаж туристского продукта		Коллоквиум

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части) / и ее формулировка – по желанию	наименование оценочного средства
4.	Цена как фактор организации продаж турпродукта		Собеседование. Тестовый контроль
5.	Аудит и технологии управления продажами		Собеседование
6.	Организация обслуживания потребителей		Коллоквиум
7.	Вербальные и невербальные технологии продаж		Собеседование
8.	Методы стимулирования продаж		Коллоквиум. Деловая игра.
9.	Организация продаж и современные технологии в туризме.		Собеседование. Тестовый контроль

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

6.2.1. Зачет

а) типовые вопросы (задания)

№ п.п.	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание результата обучения, формируемые компетенции	экзаменационные вопросы (задания, задачи)
Вопросы по предметному содержанию дисциплины			
1	Введение в курс технологий продаж	<u>Знать:</u> теоретические основы маркетинга, основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристической индустрии; теоретические основы психологии делового общения, коммуникативные техники и технологии делового общения в туризме;	1. Основные технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии. 2. Продажа туристического продукта как многофакторный процесс. 3. Особенности работы менеджеров по продажам в сфере туристических услуг. 4. Отличие продажи услуги от продажи товара. 5. Определение ключевых стадий взаимодействия с клиентами. 6. Ключевые бизнес-процессы в организации продаж. 7. Оценка конкурентоспособности туристского продукта. 8. Продвижение турпродукта на рынок. 9. Цикл продаж. Завершение сделки. 10. Способы подвода клиента к принятию решения о покупке тура. Основные методики эффективных продаж туристского продукта. 11. Эффективность продаж. 12. Выбор эффективных технологий продаж. 13. Расчет эффективности продаж. 14. Особенности исследования рынка туристских услуг. 15. Цена как фактор организации продаж турпродукта. 16. Ценовая политика как этап технологии
2	Ключевые бизнес-процессы в организации продаж		
3	Основные методики эффективных продаж туристского продукта		
4	Цена как фактор организации продаж турпродукта		
5	Аудит и технологии управления продажами		
6	Организация обслуживания потребителей		
7	Вербальные и невербальные технологии продаж		
8	Методы стимулирования продаж		
9	Организация продаж и современные технологии в туризме.		

№ п.п.	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание результата обучения, формируемые компетенции	экзаменационные вопросы (задания, задачи)
			продаж в туриндустрии Формирование цен на туристический продукт. 17. Факторы, влияющие на цены туруслуг. 18. Определение ценовой стратегии предприятий социально-культурного сервиса и туризма. 19. Влияние ценовой политики на уровень продаж туристических услуг. 20. Стратегии и правила ведения переговоров о цене. 21. Аудит и технологии управления продажами. 22. Управление продажами. 23. Анализ места и процесса продаж. 24. Разработка предложений или программы развития продаж турпродукта. 25. Типы вопросов и техники их конструирования. 26. Основные ошибки при определении потребностей клиента. 27. Техники активного слушания, невербальные компоненты активного слушания. 28. Лояльность клиентов турагентства и программы ее повышения. 29. Психология продаж. 30. Вербальные и невербальные технологии продаж. 31. Особенности личной продажи туристического продукта. 32. Установление контакта с клиентами. СПИН-технологии. 33. Профессиональное телефонное общение с клиентом. 34. Основные правила ведения телефонных переговоров. 35. Инструменты установления контакта и формирования доверительной атмосферы в телефонном общении с клиентом. Методология «Контакт». 36. Разговор с клиентом, который еще не знает, чего он хочет. 37. Этикет телефонного общения с клиентом. 38. Принципы проведения встречи с клиентом в офисе. 39. Формирование позитивного первого впечатления. 40. Проведение диагностики типа клиента и выбор оптимальной стратегии продажи. 41. Особенности взаимодействия с клиентами разного типа. 42. Техники построения вербального и невербального контакта с клиентом.

№ п.п.	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание результата обучения, формируемые компетенции	экзаменационные вопросы (задания, задачи)
			43. Способы влияния на внутреннее состояние клиента. 44. Работа с «трудными» клиентами (Правила принятия претензий клиентов. 45. Как разговаривать с недовольным клиентом. 46. Как работать с требовательными и капризными клиентами. 47. Как предотвратить появления конфликтных ситуаций. 48. Стандарты общения с клиентами в различных «сложных» ситуациях. 49. Техники быстрого решения конфликтов. 50. Методы стимулирования продаж. 51. Инструменты стимулирования продаж. 52. Ценовое стимулирование продаж. 53. Натуральное стимулирование. 54. Игровое стимулирование продаж. 55. Услужливое стимулирование продаж. 56. Мотивация эффективных продаж в туризме. 57. Организация продаж и современные технологии в туризме. 58. Использование интерактивных технологий при организации продаж. 59. Глобальная сеть Интернет, как канал продвижения и реализации турпродукта. Инновационные технологии в туризме. 60. Дистрибьюторские сети и глобальные системы бронирования как инструмент организации продаж. 61. Современные средства автоматизации процесса продаж. 62. Профессиональная презентация туристических услуг 63. Использование речевых стратегий влияния во время презентации. 64. Основные правила проведения презентации туристических услуг. 65. Соотношение фактов, преимуществ и выгод в презентации предложения. 66. Корпоративные стандарты туристских агентств при организации продаж туруслуг. 67. Специфика продаж на международных рынках туристских продуктов. 68. Особенности и тенденции развития международного рынка туруслуг. 69. Технологии продаж международных туров.
Практико-ориентированные задания:			
1	Введение в курс технологий про-	<u>Уметь:</u> выбирать и применять	1. Назовите базовые правила реагирования на возражения.

№ п.п.	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание результата обучения, формируемые компетенции	экзаменационные вопросы (задания, задачи)
	даж	эффективные технологии продаж;	2. Определите, как снизить риск возникновения возражений на этапе презентации тура.
2	Ключевые бизнес-процессы в организации продаж	оценивать рынки сбыта, потребителей, конкурентов;	3. Укажите, как создать комфортную атмосферу общения с клиентом: психогеография пространства во время личного контакта с клиентом).
3	Основные методики эффективных продаж туристского продукта	анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристической индустрии и потребителей (клиентов);	4. Как завладеть вниманием клиента с первых секунд разговора.
4	Цена как фактор организации продаж турпродукта	использовать существующие пакеты прикладных программ для решения конкретных задач профессиональной деятельности в туристической индустрии;	5. Как с помощью вопросов формировать дополнительные потребности у клиента: покупка более дорогого тура, дополнительных услуг, индивидуального тура.
5	Аудит и технологии управления продажами	<u>Владеть:</u> навыками реализации производственных программ и стратегий в туризме;	6. Как определить ценности и критерии выбора тура клиентом.
6	Организация обслуживания потребителей	навыками мониторинга туристической индустрии;	7. Назовите основные факторы успеха в продаже туристических услуг.
7	Вербальные и невербальные технологии продаж	навыками решения проблемных ситуаций, возникающих в ходе реализации туристического продукта.;	8. Перечислите принципы эффективной коммуникации и обслуживания клиентов в туристическом бизнесе.
8	Методы стимулирования продаж		9. Постановка целей и задач для каждой стадии продаж туристических услуг.
9	Организация продаж и современные технологии в туризме.		10. Разработка и внедрение на рынок новых продуктов.
			11. Выбор метода ценообразования на турпродукт.
			12. Назовите 10 основных этапов проведения процесса аудита «КБ»
			13. Раскройте технику открытых вопросов «Вопросы чистого языка». Системы уточняющих вопросов «Мета-модель».
			14. Определите роль голос и техники речи в эффективных продажах: как говорить доброжелательно и заинтересованно.
			15. Как предлагать клиенту альтернативу неподтвержденному отелю.
			16. Информационное и эмоциональное наполнение презентации.
			17. Перечислите техники завершения сделки.
			18. Определите необходимость планирования продаж.
			19. Назовите цели, задачи аудита системы продаж.
			20. Раскройте суть стратегии и планирования продаж.

б) критерии оценивания компетенций (результатов)

Оценочное средство	Критерии оценки
зачет	• Самостоятельность при подготовке к ответу и ответе на зачете. • Полнота знаний теоретического контролируемого материала. • Использование научно-понятийного аппарата и терминологии курса. • Самостоятельное изложение материала, культура устной речи и навыки общения. • Умение выявлять актуальные проблемы туризма по представляемой теме. • Умение использовать теоретический материал для выполнения практического задания

в) описание шкалы оценивания

Выставляемая оценка	Описание шкалы оценивания
Зачтено	выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их для анализа исторических событий; продемонстрировавшему полные знания учебной программы дисциплины, умение применять их для анализа исторических событий.
Не зачтено	выставляется студенту, ответ которого содержит существенные пробелы в знаниях основного содержания учебной программы дисциплины.

Примерные темы рефератов (докладов)

1. 6.2.2 Наименование оценочного средства* (в соответствии с таблицей 6.1)

а) типовые задания (вопросы) - образец

Наименование оценочного средства	Типовые задания	Критерии оценивания компетенций
Доклад, презентация	1. Специфика продаж на международных рынках туристских продуктов. 2. Особенности и тенденции развития международного рынка туров. 3. Технологии продаж международных туров. 4. Договорное оформление операций международного туризма.	- владение навыками поиска и отбора литературы по теме доклада; - умение излагать мнения авторов и свои суждения по теме; - умение логично и обосновано раскрывать отдельные аспекты исследуемой проблемы (темы). - владение навыками публичного выступления - владение навыками подготовки презентации
Сообщения	1. Ключевые бизнес-процессы в организации продаж. 2. Оценка конкурентоспособности туристского продукта. 3. Продвижение турпродукта на рынок. 4. Агентский договор о реализации туристского продукта. 5. Цикл продаж. Завершение сделки.	- умение анализировать учебную, научную литературу, нормативные акты; - умение обобщать фактологический материал и делать выводы; - владение навыками публичного выступления

Тест	1. Назовите пять этапов продаж: А) 1. Установление контакта, 2. Выявление потребностей, 3. Презентация товара, 4. Работа с возражением, 5. Завершение продажи Б) 1. Установление контакта, 2. Презентация товара, 3. Выявление потребностей, 4. Работа с возражением, 5. Завершение продажи В) 1. Установление контакта, 2. Выявление потребностей, 3. Работа с возражением, 4. Презентация товара, 5. Завершение продажи 2. Первое впечатление у покупателя о продавце формируется за: А) 60-18 секунд Б) 1-2 минуты В) 5-15 секунд 3. Негативное впечатление от первого контакта у покупателя создают: А) Скрещенные руки продавца Б) Равнодушный взгляд В) Невнятная речь продавца Г) Все предложенные варианты ответов	- знание программного материала; - владение терминами и понятиями; - умение логически мыслить; - умение сравнивать, сопоставлять, обобщать данные, информацию;
Зачет	См.: п. 6.2.1 а)	- знание программного материала; - знание учебной, научной монографической литературы, периодической печати; - умение логически излагать ответ; - умение увязывать теоретический материал с практикой; - навыки отбора, анализ, обобщения и восприятия информации.

б) критерии оценивания компетенций (результатов)

Оценочное средство	Критерии оценки
Доклад	• Полнота информационного содержания доклада. • Полнота знаний теоретического контролируемого материала. • Использование научно-понятийного аппарата и терминологии курса по выбранной тематике. • Умение соблюдать регламент. • Самостоятельное изложение материала, культура устной речи и навыки общения. • Умение создавать содержательную презентацию выполненной работы; • Умение выявлять актуальные проблемы экономики по представляемой теме.
Дискуссия	• Полнота знаний теоретического контролируемого материала. • Демонстрация навыков публичного выступления и ведения дискуссии на профессиональные темы, активное участие в дискуссии. • Использование научно-понятийного аппарата и терминологии курса по выбранной тематике. • Умение выявлять актуальные проблемы экономики. • Умение применять теоретические знания для критического анализа / объяснения существующей проблемы / действительности по теме дискуссии.

Оценочное средство	Критерии оценки
Устный опрос	• Полнота знаний теоретического контролируемого материала • Использование научно-понятийного аппарата и терминологии курса по выбранной тематике.
Тест	• Полнота знаний теоретического контролируемого материала. • Количество правильных ответов.

в) описание шкалы оценивания

Оценочное средство	Шкала оценивания
Доклад	• «отлично» - доклад соответствует выдвинутым требованиям по всем критериям. • «хорошо» - доклад не вполне соответствует выдвинутым требованиям по всем критериям (несоответствие по 1-2 критериям) • «удовлетворительно» - доклад не соответствует выдвинутым требованиям по 2-3 критериям из семи. • «неудовлетворительно» - не соответствует выдвинутым требованиям более чем по 4 критериям.
Дискуссия	• «зачтено» - качество участия в дискуссии соответствует требованиям по 3 критериям и более. • «не зачтено» - качество участия в дискуссии не соответствует требованиям по 3 критериям и более.
Устный опрос	• «зачтено» - ответ соответствует выдвинутым требованиям по всем критериям. • «не зачтено» - ответ не соответствует выдвинутым требованиям по одному критерию и больше.
Тест	• «отлично» - процент правильных ответов 80-100%; • «хорошо» - процент правильных ответов 65-79,9%; • «удовлетворительно» - процент правильных ответов 50-64,9%; • «неудовлетворительно» - процент правильных ответов менее 50%.

6.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

№п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1.	Доклад	Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-исследовательской или научной темы. Тематика докладов выдается на первом занятии, выбор темы осуществляется студентом самостоятельно. Подготовка осуществляется во внеаудиторное время. На подготовку дается одна неделя. Результаты озвучиваются на втором практическом занятии, регламент – 7 мин. на выступление. В оценивании результатов наравне с преподавателем принимают участие студенты группы.	Темы докладов
2.	Дискуссия	Осуществляется по итогам каждого доклада. Дискуссия - оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения представленной темы, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень тем для дискуссии
3.	Устный опрос	Устный опрос по основным терминам может проводиться в начале практического занятия в течение 10-15 мин. Ли-	Вопросы по темам/разделам

		бо устный опрос проводится в течение практического занятия по заранее выданной тематике. Выбранный преподавателем студент может отвечать с места.	дисциплины
4.	зачет	Первый вопрос нацелен на проверку теоретических знаний, т.е. знаниевой составляющей формируемых компетенций. Каждый билет включает один теоретический вопрос и задание направлено на проверку сформированности компетенций в разделах «Уметь» и «Владеть» и включает задания по одному из разделов.	Комплект вопросов и типовых заданий

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование (автор, название)	Год издания	Наличие в библиотеке (кол-во экз.)
	Основная литература		
1	Голова, А. Г. Управление продажами [Электронный ресурс] : Учебник / А. Г. Голова. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 280 с. Режим доступа URL http://www.znanium.com/bookread.php?book=414918	2013	
2	Виноградова, Т. В. Технология продаж турпродукта [Текст] : учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования. - Москва : Академия, 2014. - 240 с.	2014	10
	Дополнительная литература		
1.	Кондрашов, В. М. Управление продажами [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301) / В. М. Кондрашов; под ред. В. Я. Горфинкеля. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 319 с. Режим доступа URL http://www.znanium.com/bookread.php?book=396909	2012	
2.	Кузнецов И Н Управление продажами [Электронный ресурс] : Учебно-практическое пособие / Авт.-сост. И. Н. Кузнецов. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. - 492 с. Режим доступа URL http://www.znanium.com/bookread.php?book=430322	2013	
3.	Шальнова О. А. Стимулирование продаж: принципы, методы, оценка: Учебное пособие / О.А. Шальнова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 107 с. Режим доступа URL http://www.znanium.com/bookread.php?book=433622	2014	

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. «Миры» - <http://worlds.ru>
2. Энциклопедия по странам мира - <http://www.encyclopedia.com>
3. Каталог стран мира – <http://www.worlds.ru>

4. www.tourlib.net - .Все о туризме: туристическая библиотека
5. http://www.tourbus.ru/home_m.htm - Интернет журнал Турбизнес
6. www.info-mark.ru - Маркетинг информирует
7. <http://www.surveysampling.com/home.html> - .Маркетинг предприятий СКСиТ
8. <http://www.marketcenter.ru/content/doc-1-12578.html>) - Обзор российского рынка туризма

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Основными видами самостоятельной работы студентов (СРС) по дисциплине «Технологии продаж» являются: подготовка к практическим занятиям, к тестированию, написание рефератов.

вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	При подготовке к семинарским занятиям необходимо изучить лекционный материал, учебники и учебные пособия, интернет-ресурсы. Студентам рекомендуется подготовить проблемные вопросы по теме практического занятия, связанные с реальной экономической жизнью предприятия, общества или государства, что позволяет изучить материал углубленно.
Реферат/доклад	При подготовке рефератов особое внимание следует уделять периодической литературе. Ежедневные и еженедельные газеты быстро реагируют на любые изменения, в том числе и в экономической жизни, то есть из таких газет можно почерпнуть оперативную и свежую информацию. Журналы, рецензируемые ВАК содержат глубокий анализ происходящих явлений, что способствует углубленному изучению темы реферата. Значительное внимание при подготовке рефератов следует уделять его оформлению. Список литературы оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1-2003. При подготовке к докладу следует хорошо изучить обработанный материал, составить план выступления. Знания докладчика должны быть более обширны, чем текст доклада.
Подготовка к зачету	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу. Также следует ознакомиться с информацией по основным макроэкономическим показателям, представленные в сети Internet на официальных сайтах.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Технологии продаж» широко используются информационные технологии такие как:

1. Чтение лекций с использованием мультимедийных слайд-лекций.
2. Просмотр видео материалов.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Освоение дисциплины производится на базе мультимедийных учебных аудиторий НФИ КемГУ. Для проведения лекций и практических занятий необходим компьютер мультимедийный с прикладным программным обеспечением и периферийными устройствами:

Проектор

Колонки

Устройство для чтения Flash-накопителей

Средства для просмотра презентаций MS PowerPoint

Программа для просмотра видео файлов

12. Иные сведения и (или) материалы

Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В качестве образовательных технологий во время изучения дисциплины в первую очередь применяются различные формы активизации лекций и практических занятий, в частности использование в обучении принципов проблемности и принципы диалогового общения.

Часть лекций проводится с использованием метода анализа конкретных ситуаций в виде иллюстрации осуществляемой преподавателем, проводятся проблемно-ориентированные лекции (реализующие принцип проблемности), лекции-дискуссии, лекции-беседы (реализующие принцип диалогового общения).

В качестве образовательных технологий во время изучения дисциплины в первую очередь применяются различные формы активизации лекций и практических занятий, в частности использование в обучении принципов проблемности и принципы диалогового общения.

Часть лекций проводится с использованием метода анализа конкретных ситуаций в виде иллюстрации осуществляемой преподавателем, проводятся проблемно-ориентированные лекции (реализующие принцип проблемности), лекции-дискуссии, лекции-беседы (реализующие принцип диалогового общения).

Для успешного освоения дисциплины сочетаются традиционные и инновационные образовательные технологии, которые обеспечивают достижение планируемых результатов обучения по ООП. Реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий в объеме 12 часов: дискуссии, лекция-беседа, лекция–дискуссия, разбор конкретных ситуаций, творческие задания, работа в малых группах, тренинги.

12.1. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение по дисциплине инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее ОВЗ) осуществляется преподавателем с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Для студентов с нарушениями опорно-двигательной функции и с ОВЗ по слуху предусматривается сопровождение лекций и практических занятий мультимедийными средствами, раздаточным материалом.

Для студентов с ОВЗ по зрению предусматривается применение технических средств усиления остаточного зрения, а также предусмотрена возможность разработки аудиоматериалов.

По данной дисциплине обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может осуществляться как в аудитории, так и дистанционно с использованием возможностей электронной образовательной среды (образовательного портала) и электронной почты.

В ходе аудиторных учебных занятий используются различные средства интерактивно-

го обучения, в том числе, групповые дискуссии, мозговой штурм, деловые игры, проектная работа в малых группах, что дает возможность включения всех участников образовательного процесса в активную работу по освоению дисциплины. Такие методы обучения направлены на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения, способствуют сплочению группы и обеспечивают возможности коммуникаций не только с преподавателем, но и с другими обучаемыми, сотрудничество в процессе познавательной деятельности.

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может производиться по утвержденному индивидуальному графику с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, что подразумевает индивидуализацию содержания, методов, темпа учебной деятельности обучающегося, возможность следить за конкретными действиями студента при решении конкретных задач, внесения, при необходимости, требуемых корректировок в процесс обучения.

Предусматривается проведение индивидуальных консультаций (в том числе консультирование посредством электронной почты), предоставление дополнительных учебно-методических материалов (в зависимости от диагноза).

Сведения о разработке и утверждении рабочей программы дисциплины

Рабочая программа дисциплины Б1.Б.15 «Технологии продаж» компонента базовой части профессионального цикла Б1 разработана в соответствии с ФГОС-3 для профиля «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» и утверждена в комплекте с ОПОП направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Автор: А.Ю. Ващенко, к.г.н., зав. кафедрой экономической теории, муниципального управления и сервиса НФИ КемГУ

Макет рабочей программы дисциплины разработан в соответствии с приказом Минобрнауки России от 19.12.2013 № 1367, одобрен научно-методическим советом (протокол № 8 от 09.04.2014 г.) и утвержден приказом ректора от 23.04.2014 № 224/10.

Макет обновлён с поправками в части подписей на титульной странице, п.3 добавлена строка для указания часов, проводимых в активной и интерактивной формах обучения, добавлен п. 12.1 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (протокол НМС № 6 от 15.04.2015 г.), утвержден приказом ректора.