

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ

Семестр: 5

Количество часов: 108

Количество зачетных единиц: 3

Промежуточная аттестация: зачет

Место дисциплины в структуре ООП: БЗ.В.ОД.1

Цель и задачи освоения дисциплины – дать студентам знания в области технологии продаж с учетом современных требований сервисной политики в туризме.

В процессе изучения курса перед студентами ставятся следующие задачи:

- научиться использовать информационные и коммуникативные технологии в процессе разработки и реализации туристского продукта;
- освоить методику определения оптимальных процессов сервиса, соответствующего запросом потребителя;
- выработать умения и навыки технологии продаж в сервисной политике туристической фирмы;
- выработать навыки организация контактной зоны для обслуживания потребителей.

Содержание дисциплины: Условия продаж: типы клиентов. Поиск покупателей. Подготовка и планирование. Условия продаж. Техника продаж: школа продаж. Персональные продажи. Технология продажи. Организация продаж. Бренд и реклама туристической фирмы.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать следующими общекультурными (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

ОК-8 Способность к социальному взаимодействию на основе принятых моральных и правовых норм, социальных стандартов; демонстрировать уважение к людям, толерантность к другой культуре, готовность к поддержанию партнерских отношений

В рамках данной компетенции студент должен **знать:**

- факторы культурного порядка, оказывающие воздействие на покупательское поведение;

- психологические особенности покупателей разных субкультур.

уметь:

- осуществлять продажу с учетом принятых моральных и правовых норм, социальных стандартов;

владеть:

- коммуникационными навыками.

ПК-5 Готовностью к разработке и реализации технологии процесса сервиса, формированию клиентурных отношений;

ПК-12 Организации технологического процесса сервиса.

С учетом данных компетенций студенты должны **знать:**

- аспекты поведения потребителей, условия, технику, организацию продаж, типы клиентов, особенности персональной продажи, принципы поиска клиентов;
- принципы, правила, этапы презентации;
- методы и формы торговли.

уметь:

- управлять поведением потребителей, осуществлять поиск покупателей, работать с возражениями, устанавливать отношения с клиентами, задавать вопросы;
- проводить презентации;
- планировать продажи и составлять коммерческое предложение клиентам.

владеть:

- опытом позиционирования товара и фирмы на рынке;
- навыками проведения презентации и осуществления персональных продаж.

Образовательные технологии: Дисциплина «Технологии продаж» предполагает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий.

Лекция дискуссия чаще всего после изложения раздела, вопроса лекции осуществляется обмен мнениями между студентами и преподавателем по рассматриваемому аспекту.

Лекция с элементами визуализации. Метод предполагает применение наглядных пособий для демонстрации презентаций с помощью программы PowerPoint, видеозаписей.

На практических занятиях используются следующие технологии:

- ролевые игры под управлением преподавателя с целью решения профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования проблемной ситуации;

- коллоквиум как средство контроля усвоения учебного материала темы в виде собеседования;
- подготовка сообщений с использованием программы Microsoft Office

Составитель: Н.Е. Петрова, кафедра коммерческого товароведения