

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ

**Семестр: 5**

**Количество часов: 108**

**Количество зачетных единиц: 3**

**Промежуточная аттестация: зачет**

**Место дисциплины в структуре ООП: Б.3.Б**

**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 профессиональными (ПК) компетенциями:

ПК-10 Способностью использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристической индустрии (методы и формы торговли туристскими услугами, нормативные документы по качеству). **Уметь:** устанавливать отношения с клиентами с учетом нормативных документов, **Владеть:** навыками работы с нормативными документами)

ПК-11 Способностью к эффективному общению с потребителями туристского продукта (**знать:** аспекты поведения потребителей, условия, технику, организацию продаж, типы клиентов, особенности персональной продажи, принципы поиска клиентов; принципы, правила, этапы презентации; методы и формы торговли туристскими услугами. **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 туристского продукта и фирмы на рынке; навыками проведения презентации и осуществления персональных продаж).

ПК-12 Умением организовать процесс обслуживания потребителя (**знать:** аспекты поведения потребителей, условия, технику, организацию продаж, типы клиентов, особенности персональной продажи, принципы поиска клиентов; принципы, правила, этапы презентации; методы и формы торговли туристскими услугами. **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 туристского продукта и фирмы на рынке; навыками проведения презентации и осуществления персональных продаж);

ПК-13 Способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий (**знать:** технику организации продаж с использованием информационной базы, методы и формы торговли туристскими услугами. **Уметь:** управлять поведением потребителей, осуществлять поиск покупателей, работать с возражениями, устанавливать отношения с клиентами, задавать вопросы; **Владеть:** методами поиска и сбора первичной и вторичной информации);

ПК-14 Способностью использовать методы мониторинга рынка туристских услуг (**знать:** методы исследования рынка туристских услуг. **Уметь:** проводить исследования, устанавливать отношения с клиентами, задавать вопросы; **Владеть:** методами поиска и сбора первичной и вторичной информации);

ПК-15 Готовностью у применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме (**знать:** методы исследования рынка туристских услуг. **Уметь:** проводить исследования, устанавливать отношения с клиентами, задавать вопросы; **Владеть:** методами поиска и сбора первичной и вторичной информации);

**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