

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.Б.17 Технологии продаж»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

(код и наименование направления подготовки)

Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа академического бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2016

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма
наименование кафедры

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма И.Н. Корабейников
наименование кафедры подпись расшифровка подписи

Доцент кафедры управления персоналом, сервиса и туризма Ю.Е. Холодилина
должность подпись расшифровка подписи

должность _____ подпись _____ расшифровка подписи _____

Председатель методической комиссии по направлению подготовки 43.03.02 Туризм		
код наименование	личная подпись	расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки
 личная подпись Н.Н. Грицай /Н.Н. Степанова
 расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись _____ расшифровка подписи Н. В. Рожкова

2

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины: формирование комплекса знаний по теоретическим основам процесса продаж и системы навыков осуществления реализации услуг, взаимодействия с потребителями и владения технологиями продаж.

Задачи:

- изучение теоретических основ процесса продаж;
- владение основными методами работы с потребителями;
- освоение методов и технологий продаж различных видов услуг с учетом специфики сегментов потребителей;
- исследование состояния спроса на услуги, способов интерпретации информации о потребностях клиентов и подходов к обеспечению развития сети продаж;
- выработка навыков практической работы по планированию объемов и структуры услуг организаций туристической индустрии, по построению взаимоотношений с клиентами различных поведенческих типов, по идентификации основных этапов процесса принятия решения о покупке потребителем.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.7 Русский язык и культура речи, Б.1.Б.8 Социокультурная коммуникация, Б.1.Б.11 Туристско-рекреационное проектирование, Б.1.Б.13 Организация туристской деятельности, Б.1.Б.15 Менеджмент в туристской индустрии, Б.1.Б.16 Маркетинг в туристской индустрии, Б.1.В.ОД.5 Экономика и предпринимательство в туризме, Б.1.В.ОД.11 Технология выездного и въездного туризма, Б.2.В.П.1 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности*

Постреквизиты дисциплины: *Б.1.В.ОД.9 Организация и обслуживание на предприятиях питания, Б.2.В.П.2 Научно-исследовательская работа, Б.2.В.П.3 Преддипломная практика*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: основы технологии предоставления услуг туристу; типологию клиентов по социально-психологическим признакам. Уметь: проектировать процесс предоставления и оказания услуг конечному потребителю в зависимости от вида услуги и типа клиента. Владеть: методами и технологиями предоставления услуг конечному потребителю (туристу)	ОПК-3 способностью организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов
Знать: основные методы анализа рынка туристских услуг. Уметь: проводить анализ потребителей, конкурентов, поставщиков для проектирования процесса продажи услуг. Владеть: методами стимулирования продаж и технологиями персональных продаж в индустрии туризма.	ПК-7-способность использовать методы мониторинга рынка туристских услуг

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	8 семестр	всего
Общая трудоёмкость	180	180
Контактная работа:	15,25	15,25
Лекции (Л)	6	6
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального задания (ИЗ); - написание реферата (Р); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям.	164,75	164,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	экзамен	

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Подходы к определению и классификации понятия «продажа».	25,5	0,5	1		24
2	Покупательское поведение современного потребителя сервисных и туристских услуг.	26	1	1		24
3	Технологии персональной продажи в индустрии сервиса и туризма.	27	1	2		24
4	Типы организационных структур отдела продаж.	24,5	0,5	1		23
5	Методы стимулирования продаж в индустрии сервиса и туризма	26	1	1		24
6	Мерчандайзинг как современная технология стимулирования продаж в индустрии сервиса и туризма	26	1	1		24
7	Особенности использования технологий директ-маркетинга в индустрии сервиса и туризма	25	1	1		23
	Итого:	180	6	8		166
	Всего:	180	6	8		166

4.2 Содержание разделов дисциплины

1 Подходы к определению и классификации понятия «продажа». Продавец и покупатель как субъекты торговой деятельности. Виды и типы продаж.

2 Покупательское поведение современного потребителя сервисных и туристских услуг. Портрет современного потребителя сервисных и туристских услуг. Психологические типы потребителей.

3 Технологии персональной продажи в индустрии сервиса и туризма. Понятие личной продажи. Основные этапы процесса личной продажи.

4 Типы организационных структур отдела продаж. Типы организационной структуры отдела продаж. Критерии выбора структуры отдела продаж. Документы, регламентирующие деятельность отдела продаж.

5 Методы стимулирования продаж в индустрии сервиса и туризма. Сущность стимулирования продаж. Цели и методы стимулирования продаж. Основные этапы процесса подготовки и проведения мероприятий по стимулированию продаж.

6 Мерчандайзинг как современная технология стимулирования продаж в индустрии сервиса и туризма. Основы мерчандайзинга. Правила и принципы мерчандайзинга. Инструменты мерчандайзинга. Стандарты мерчандайзинга. Визуальный мерчандайзинг.

7 Особенности использования технологий директ-маркетинга в индустрии сервиса и туризма. Директ-маркетинг: понятие, методы, инструменты. Программы лояльности. Особенности и перспективы развития директ-маркетинга в Российской Федерации.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Подходы к определению и классификации понятия «продажа».	1
1	2	Покупательское поведение современного потребителя сервисных и туристских услуг.	1
2	3	Технологии персональной продажи в индустрии сервиса и туризма.	2
3	4	Типы организационных структур отдела продаж.	1
3	5	Методы стимулирования продаж в индустрии сервиса и туризма	1
4	6	Мерчандайзинг как современная технология стимулирования продаж в индустрии сервиса и туризма	1
4	7	Особенности использования технологий директ-маркетинга в индустрии сервиса и туризма	1
		Итого:	8

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1 Виноградова, Т. В. Технологии продаж турпродукта [Текст] : учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования, обучающихся по направлению "Туризм" / Т. В. Виноградова, - 2-е изд., стер. - Москва : Академия, 2014. - 240 с. - (Высшее профессиональное образование. Бакалавриат). - Слов.терминов: с. 232-233. - Библиогр.: с. 234-235. - ISBN 978-5-4468-0485-6.

5.2 Дополнительная литература

1 Бакшт, К. Л. Построение отдела продаж с «нуля» до максимальных результатов [Текст] / К. Л. Бакшт. - 2-е изд., расшир. и доп. - СПб. : Питер, 2008. - 224 с. - (Продажи на 100%). - Прил.: с. 206-212. - ISBN 978-5-91 180-244-8.

2. Ульяновский, А. В. Маркетинговые коммуникации [Текст]: 28 инструментов миллениума с учетом новейших тенденций, диктуемых современным рынком / А. В. Ульяновский. - М. : Эксмо, 2008. - 426 с. - (Целевой маркетинг). - Примеч.: с. 413-426 - ISBN 978-5-699-26433-9.

3. Синяева, И. М. Маркетинговые коммуникации [Текст] : учебник для вузов / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. - 2-е изд. - М. : Дашков и К, 2007. - 304 с. - Библиогр.: с. 300. - ISBN 5-91 131-307-3.

5.3 Периодические издания

1 Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство «Роспечать», 2016.

2 Туризм: право и экономика : журнал. - М. : Агентство «Роспечать», 2016.

3 Туристический Бизнес : журнал. - М. : АПР, 2016.

5.4 Интернет-ресурсы

1 <http://www.mavtiz.ru/> - это официальный сайт ежемесячного журнала «Маркетинг в России и за рубежом », в котором публикуются последние маркетинговые исследования в различных отраслях и сферах экономики, а также научно-исследовательские разработки отечественных и зарубежных маркетологов.

2 <http://www.marketing.spb.ru/> - это сайт «Энциклопедия маркетинга», на котором представлен широкий перечень научной, справочной литературы по маркетингу, а также примеры маркетинговых исследований

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

Программное обеспечение:

1. Операционная система Microsoft Windows

2. Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, OneNote, Outlook, Publisher, Access)

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Консультант Плюс [Электронный ресурс] : справочно-правовая система / Компания Консультант Плюс. – Электрон. дан. – Москва, [1992–2016]. – Режим доступа : в локальной сети ОГУ \\fileserver1\CONSULT\cons.exe

2. Гарант [Электронный ресурс] : справочно-правовая система / НПП Гарант-Сервис. – Электрон. дан. – Москва, [1990–2016]. – Режим доступа [\\fileserver1\GarantClient\garant.exe](http://fileserver1\GarantClient\garant.exe) в локальной сети ОГУ.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.

К рабочей программе прилагаются:

- Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;
- Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины

«Б.1.Б.17 Технологии продаж»

Направление подготовки 43.03.02 Туризм

Направленность: Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Год набора 2016

Дополнения и изменения к рабочей программе на 2018/2019 учебный год рассмотрены и утверждены на заседании кафедры управления персоналом, сервиса и туризма
наименование кафедры

протокол № 5 от "09" 01 2018г.

Заведующий кафедрой

Управления персоналом, сервиса и туризма

наименование кафедры



Е.В. Шестакова

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий отделом комплектования Научной библиотеки ОГУ


личная подпись

Н.Н. Грицай

расшифровка подписи


дата

Уполномоченный по качеству факультета (института)


личная подпись

Ю.В. Рожкова

расшифровка подписи

дата

В рабочую программу вносятся следующие дополнения и изменения:

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины¹

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Консультант Плюс [Электронный ресурс] : справочно-правовая система / Компания Консультант Плюс. – Электрон. дан. – Москва, [1992–2019]. – Режим доступа : в локальной сети ОГУ \\fileserv1\!CONSULT\cons.exe

2. Гарант [Электронный ресурс] : справочно-правовая система / НПП Гарант-Сервис. – Электрон. дан. – Москва, [1990–2019]. – Режим доступа <\\fileserv1\GarantClient\garant.exe> в локальной сети ОГУ.

5.3 Периодические издания

1 Туризм: право и экономика : журнал. - М. : Агентство «Роспечать», 2019.

2 Туристический Бизнес : журнал. - М. : АПР, 2019.

¹ Этот раздел является обязательным для актуализации для второго и последующих курсов каждого года набора