

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Светлана Игоревна

Должность: Ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный высшего образования

Дата подписания: 03.02.2021 10:25:34

Уникальный программный ключ:

59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт экономики предприятий

Кафедра Коммерции, сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 29 апреля 2020 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины Б1.В.07.03 Современные технологии продаж
услуг

Основная профессиональная образовательная программа 43.03.02 Туризм программа Туристский бизнес

Методический отдел УМУ

« 14 » 04 20 20 г.

_____ / Кашаева /

Научная библиотека СГЭУ

« _____ » _____ 20 _____ г.

_____ / _____ /

Рассмотрено к утверждению

на заседании кафедры Коммерции, сервиса и
туризма

(протокол №9 от 11.03.2020г.)

Зав. кафедрой _____ / Д.В. Ралык /

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Самара 2020

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Современные технологии продаж услуг входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Виды туризма, Принятие управленческих решений в туризме, Стратегический менеджмент в туризме

Последующие дисциплины по связям компетенций: Бухгалтерский и финансовый учет в туризме, Регионоведение и региональный туризм, Управление качеством в сервисе, Методы исследования рынка туристских услуг, Музееведение и выставочная деятельность, Технология экскурсионной деятельности

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Современные технологии продаж услуг в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПКР-1 - Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения

Планируемые результаты обучения по дисциплине			
Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ПКР-1_ИДК1 Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя.	ПКР1з1: Методы сбора, хранения, обработки, анализа и оценки информации необходимой для организации и управления туристской деятельностью.	ПКР1у1: Составлять документацию в области профессиональной деятельности и проверять правильность ее оформления.	ПКР1в1: Навыками эффективного взаимодействия с потребителем, контрагентами, органами государственной законодательной и исполнительной власти. Навыками управления внутрифирменными процессами в туристской организации, в том числе по формированию и использованию материально-технических и трудовых ресурсов.
ПКР-1_ИДК2 Участвует в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг.	ПКР1з2: Принципы организации работы со справочными и информационным и материалами по ресурсоведению. Методические основы выбора и реализации	ПКР1у2: Использовать в своей работе действующее законодательство и нормативные документы, а также технические регламенты, стандарты, договоры.	ПКР1в2: Навыками организации и планирования материально-технического обеспечения предприятия туристской индустрии, а так же контроля деятельности туристской организации.

	стратегии ценообразования предприятия туриндустрии.		
ПКР-1_ИДК3 Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг.	ПКР1з3: Основные методы изучения обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг.	ПКР1у3: Осуществлять выбор и способов реализации стратегии ценообразования предприятий индустрии туризма.	ПКР1в3: Навыками разработки текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов.

ПКР-3 - Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий

Планируемые результаты обучения по дисциплине			
Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ПКР-3_ИДК1 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта.	ПКР3з1: Знать основы разработки туристского продукта учитывающего этнокультурные, исторические религиозные аспекты, требования действующего законодательства.	ПКР3у1: Использовать на практике технологии рационального природопользования при формировании туристского продукта.	ПКР3в1: Способами применения современных информационных и коммуникативных технологий в реализации туристского продукта и предоставлении услуг.
ПКР-3_ИДК2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения туристского продукта.	ПКР3з2: Туристско-ресурсный потенциал и организацию туристской деятельности в регионе.	ПКР3у2: Обеспечивать безопасность туристской деятельности в процессе продвижения и реализации туристских услуг.	ПКР3в2: Навыками построения эффективной системы продвижения турпродуктов.
ПКР-3_ИДК3 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта. Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения туристского продукта.	ПКР3з3: Знать основы разработки туристского продукта учитывающего этнокультурные, исторические религиозные аспекты, требования действующего законодательства. Туристско-ресурсный потенциал и организацию	ПКР3у3: Использовать на практике технологии рационального природопользования при формировании туристского продукта. Обеспечивать безопасность туристской деятельности в процессе продвижения и реализации туристских услуг.	ПКР3в3: Способами применения современных информационных и коммуникативных технологий в реализации туристского продукта и предоставлении услуг. Навыками построения эффективной системы продвижения турпродуктов.

	туристской деятельности в регионе.		
--	------------------------------------	--	--

ПК УВ-1 - Способен находить и применять на практике необходимую информацию в процессе создания турпродукта и ведения туристско-экскурсионной деятельности

Планируемые результаты обучения по дисциплине			
Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
<p>ПК УВ-1 ИДК1 Осуществляет поиск и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи в сфере туристско-экскурсионной деятельности.</p>	<p>ПК УВ1з1: Основные методы поиска и анализа информации, необходимой для ведения туристско-экскурсионной деятельности.</p>	<p>ПК УВ1у1: Применять на практике знания об ресурсах регионального туризма, организации и применении технологий по производству, продвижению и реализации турпродукта, в том числе экскурсий и экскурсионных программ.</p>	<p>ПК УВ1в3: Способностью выполнять все виды работ, связанные с обеспечением туристских и экскурсионных программ.</p>
<p>ПК УВ-1 ИДК2 Применяет в профессиональной деятельности необходимую информацию в процессе создания турпродукта, в том числе экскурсий и экскурсионных программ.</p>	<p>ПК УВ1з2: Современные методы и технологии туристской деятельности и продаж туристских услуг.</p>	<p>ПК УВ1у2: Находить и применять на практике необходимую информацию в процессе создания турпродукта в том числе экскурсий и экскурсионных программ.</p>	<p>ПК УВ1в2: Методами исследования, создания и продвижения туристского продукта, в том числе экскурсий и экскурсионных программ.</p>
<p>ПК УВ-1 ИДК3 Осуществляет поиск и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи в сфере туристско-экскурсионной деятельности.</p> <p>Применяет в профессиональной деятельности необходимую информацию в процессе создания турпродукта, в том числе экскурсий и экскурсионных программ.</p>	<p>ПК УВ1з3: Основные методы поиска и анализа информации, необходимой для ведения туристско-экскурсионной деятельности.</p> <p>Современные методы и технологии туристской деятельности и продаж туристских услуг.</p>	<p>ПК УВ1у3: Применять на практике знания об ресурсах регионального туризма, организации и применении технологий по производству, продвижению и реализации турпродукта, в том числе экскурсий и экскурсионных программ.</p> <p>Находить и применять на практике необходимую</p>	<p>ПК УВ1в3: Способностью выполнять все виды работ, связанные с обеспечением туристских и экскурсионных программ.</p> <p>Методами исследования, создания и продвижения туристского продукта, в том числе экскурсий и экскурсионных программ.</p>

		информацию в процессе создания турпродуктов в том числе экскурсий и экскурсионных программ.	
--	--	---	--

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 5
Контактная работа, в том числе:	92.4/2.57
Занятия лекционного типа	36/1
Занятия семинарского типа	54/1.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.4/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа, в том числе:	75.6/2.1
Промежуточная аттестация	48/1.33
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	216
Зачетные единицы	6

заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 6
Контактная работа, в том числе:	26.4/0.73
Занятия лекционного типа	12/0.33
Занятия семинарского типа	12/0.33
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.4/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа, в том числе:	182.6/5.07
Промежуточная аттестация	7/0.19
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	216
Зачетные единицы	6

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Современные технологии продаж услуг представлен в таблице.

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Технологии продаж туристских услуг на современном рынке	24	36			40	ПКР-1_ИДК1 ПКР-1_ИДК2 ПКР-1_ИДК3 ПК УВ-1 ИДК1 ПК УВ-1 ИДК2 ПК УВ-1 ИДК3 ПКР-3_ИДК1 ПКР-3_ИДК2 ПКР-3_ИДК3
2.	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем туристских услуг	12	18			35,6	ПКР-1_ИДК1 ПКР-1_ИДК2 ПКР-1_ИДК3 ПК УВ-1 ИДК1 ПК УВ-1 ИДК2 ПК УВ-1 ИДК3 ПКР-3_ИДК1 ПКР-3_ИДК2 ПКР-3_ИДК3
	Контроль	48					
	Итого	36	54	0.4	2	75.6	

заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Технологии продаж туристских услуг на современном рынке	8	8			130	ПКР-1_ИДК1 ПКР-1_ИДК2 ПКР-1_ИДК3 ПК УВ-1 ИДК1 ПК УВ-1 ИДК2 ПК УВ-1 ИДК3 ПКР-3_ИДК1 ПКР-3_ИДК2 ПКР-3_ИДК3
2.	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем туристских услуг	4	4			52.6	ПКР-1_ИДК1 ПКР-1_ИДК2 ПКР-1_ИДК3 ПК УВ-1 ИДК1 ПК УВ-1 ИДК2 ПК УВ-1 ИДК3 ПКР-3_ИДК1 ПКР-3_ИДК2

							ПКР-3 ИДКЗ
	Контроль	7					
	Итого	12	12	0.4	2	182.6	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Технологии продаж туристских услуг на современном рынке	лекция	Концептуальные основы продаж на рынке туристских услуг
		лекция	Особенности покупательского поведения при реализации туристских услуг
		лекция	Технологии продажи туристских услуг
		лекция	Технологии продажи туристских услуг через интернет
		лекция	Управление эффективностью продаж
2.	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем туристских услуг	лекция	Клиентская лояльность в сфере продаж туристских услуг
		лекция	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем туристских услуг
		лекция	Организация работы в сфере туристских услуг с претензиями клиентов

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Технологии продаж туристских услуг на современном рынке	практическое занятие	Концептуальные основы продаж на рынке туристских услуг
		практическое занятие	Особенности покупательского поведения при реализации туристских услуг
		практическое занятие	Факторы влияния на продажи туристских услуг в различных сегментах рынка
		практическое занятие	Технологии продажи туристских услуг
		практическое занятие	Техника персональных продаж
		практическое занятие	Организация продаж ключевым клиентам
		практическое занятие	Технологии продажи туристских услуг через интернет

		практическое занятие	Контроль за продажами и эффективность продаж
2.	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем туристских услуг	практическое занятие	Клиентская лояльность в сфере продаж туристских услуг
		практическое занятие	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем туристских услуг
		практическое занятие	Организация работы в сфере туристских услуг с претензиями клиентов

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организациями, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Технологии продажи туристских услуг на современном рынке	- подготовка доклада - тестирование
2.	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем туристских услуг	- подготовка доклада - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

Коммерческая деятельность: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432143>

Дополнительная литература

Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебное пособие для академического бакалавриата / И. М. Лифиц. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 392 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07330-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431059>

Литература для самостоятельного изучения

1. Голова А.Г. Управление продажами. Учебник. - М.: ИТК «Дашков и К°», 2010, 280 с. - Электронное издание. <http://ibooks.ru/reading.php?productid=22338>
2. Михайлова М.Н. О продажах туристского продукта // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Экономика. Право. Управление. 2014. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-prodazhah-turistskogo-produkta>

3. Ребрик С. Тренинг профессиональных продаж. Издательство: «Эскмо», 2007, 112 с. https://www.e-reading.mobi/bookreader.php/113089/Rebrik_-_Trening_professional%27nyh_prodazh.pdf
4. Тургунов М. А. Продажи невидимого. Продавать услуги легко, если знать как. — СПб.: Питер, 2017. — 192 с. <https://ibooks.ru/reading.php?productid=352705>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум».

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран

	Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

Для проведения занятий лекционного типа используются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия в виде презентационных материалов, обеспечивающих тематические иллюстрации.

6. Фонд оценочных средств по дисциплине **Современные технологии продаж услуг:**

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный опрос	+
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Экзамен	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГБОУ ВО СГЭУ №10 от 29.04.2020г.

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Профессиональные компетенции (ПК):

ПКР-1 - Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения

Планируемые результаты обучения по дисциплине				
Описание ИДК	Уровень сформированности	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ПКР-1_ИДК1 Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя.	Пороговый	ПКР1з1: Методы сбора, хранения, обработки, анализа и оценки информации необходимой для организации и управления туристской деятельностью.	ПКР1у1: Составлять документацию в области профессиональной деятельности и проверять правильность ее оформления.	ПКР1в1: Навыками эффективного взаимодействия с потребителем, контрагентами, органами государственной законодательной и исполнительной власти. Навыками управления внутрифирменными процессами в туристской организации, в том числе по формированию и использованию материально-

				технических и трудовых ресурсов.
ПКР-1_ИДК2 Участвует в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг.	Базовый	ПКР1з2: Принципы организации работы со справочными и информационным и материалами по ресурсоведению. Методические основы выбора и реализации стратегии ценообразования предприятия туриндустрии.	ПКР1у2: Использовать в своей работе действующее законодательство и нормативные документы, а также технические регламенты, стандарты, договоры.	ПКР1в2: Навыками организации и планирования материально-технического обеспечения предприятия туриндустрии, а так же контроля деятельности туристской организации.
ПКР-1_ИДК3 Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг.	Повышенный	ПКР1з3: Основные методы изучения обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг.	ПКР1у3: Осуществлять выбор и способов реализации стратегии ценообразования предприятий индустрии туризма.	ПКР1в3: Навыками разработки текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов.

ПКР-3 - Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий

Планируемые результаты обучения по дисциплине				
Описание ИДК	Уровень сформированности	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ПКР-3_ИДК1 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта.	Пороговый	ПКР3з1: Знать основы разработки туристского продукта учитывающего этнокультурные, исторические религиозные аспекты, требования действующего законодательства.	ПКР3у1: Использовать на практике технологии рационального природопользования при формировании туристского продукта.	ПКР3в1: Способами применения современных информационных и коммуникативных технологий в реализации туристского продукта и предоставлении услуг.
ПКР-3_ИДК2 Осуществляет оценку эффективности и проводимых	Базовый	ПКР3з2: Туристско-ресурсный потенциал и организацию	ПКР3у2: Обеспечивать безопасность туристской деятельности в	ПКР3в2: Навыками построения эффективной системы продвижения турпродуктов.

мероприятий продвижения туристского продукта.		туристской деятельности в регионе.	процессе продвижения и реализации туристских услуг.	
ПКР-3_ИДК3 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта. Осуществляет оценку эффективности и проводимых мероприятий продвижения туристского продукта.	Повышенный	ПКР3з3: Знать основы разработки туристского продукта учитывающего этнокультурные, исторические религиозные аспекты, требования действующего законодательства. Туристско-ресурсный потенциал и организацию туристской деятельности в регионе.	ПКР3у3: Использовать на практике технологии рационального природопользования при формировании туристского продукта. Обеспечивать безопасность туристской деятельности в процессе продвижения и реализации туристских услуг.	ПКР3в3: Способами применения современных информационных и коммуникативных технологий в реализации туристского продукта и предоставлении услуг. Навыками построения эффективной системы продвижения турпродуктов.

ПК УВ-1 - Способен находить и применять на практике необходимую информацию в процессе создания турпродукта и ведения туристско-экскурсионной деятельности

Планируемые результаты обучения по дисциплине				
Описание ИДК	Уровень сформированности	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ПК УВ-1 ИДК1 Осуществляет поиск и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи в сфере туристско-экскурсионной деятельности.	Пороговый	ПК УВ1з1: Основные методы поиска и анализа информации, необходимой для ведения туристско-экскурсионной деятельности.	ПК УВ1у1: Применять на практике знания об ресурсах регионального туризма, организации и применении технологий по производству, продвижению и реализации турпродукта, в том числе экскурсий и экскурсионных программ.	ПК УВ1в3: Способностью выполнять все виды работ, связанные с обеспечением туристских и экскурсионных программ.
ПК УВ-1 ИДК2 Применяет в профессиональной деятельности необходимую информацию в	Базовый	ПК УВ1з2: Современные методы и технологии туристской деятельности и продаж туристских услуг.	ПК УВ1у2: Находить и применять на практике необходимую информацию в процессе создания турпродукта в том	ПК УВ1в2: Методами исследования, создания и продвижения туристского продукта, в том числе экскурсий и экскурсионных программ.

процессе создания турпродукта, в том числе экскурсий и экскурсионных программ.			числе экскурсий и экскурсионных программ.	
ПК УВ-1 ИДК3 Осуществляет поиск и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи в сфере туристско-экскурсионной деятельности. Применяет в профессиональной деятельности необходимую информацию в процессе создания турпродукта, в том числе экскурсий и экскурсионных программ.	Повышенный	ПК УВ1з3: Основные методы поиска и анализа информации, необходимой для ведения туристско-экскурсионной деятельности. Современные методы и технологии туристской деятельности и продаж туристских услуг.	ПК УВ1у3: Применять на практике знания об ресурсах регионального туризма, организации и применении технологий по производству, продвижению и реализации турпродукта, в том числе экскурсий и экскурсионных программ. Находить и применять на практике необходимую информацию в процессе создания турпродукта в том числе экскурсий и экскурсионных программ.	ПК УВ1в3: Способностью выполнять все виды работ, связанные с обеспечением туристских и экскурсионных программ. Методами исследования, создания и продвижения туристского продукта, в том числе экскурсий и экскурсионных программ.

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Технологии продаж туристских услуг на современном рынке	ПКР-1_ИДК1 ПКР-1_ИДК2 ПКР-1_ИДК3 ПК УВ-1 ИДК1 ПК УВ-1 ИДК2 ПК УВ-1 ИДК3 ПКР-3_ИДК1 ПКР-3_ИДК2 ПКР-3_ИДК3	Устный опрос, тестирование, доклад	Экзамен

2.	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем туристских услуг	ПКР-1_ИДК1 ПКР-1_ИДК2 ПКР-1_ИДК3 ПК УВ-1 ИДК1 ПК УВ-1 ИДК2 ПК УВ-1 ИДК3 ПКР-3_ИДК1 ПКР-3_ИДК2 ПКР-3_ИДК3	Устный опрос, тестирование, доклад	Экзамен
----	---	--	------------------------------------	---------

6.4.Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Технологии продаж туристских услуг на современном рынке	<p>Этапы принятия решения о покупке турпродукта и их особенности</p> <p>Принципы качественного обслуживания клиента при оказании туристских услуг</p> <p>Ассортиментная политика турагентства и ее влияние на продажи</p> <p>Оформление офиса турагентства как элемент влияния на имидж предприятия</p> <p>Взаимодействие участников туррынка в рамках продаж: системы, особенности, эффективность</p> <p>Должностные обязанности и права менеджера по продаже турпродукта. Требования к должности</p> <p>Жесты менеджера по продажам и их роль в продажах</p> <p>Ответственность продавца при продажах турпродукта</p> <p>Стандарты продаж (обслуживания) и их основное содержание в туристской отрасли</p> <p>Факторы внешней среды: их влияние на динамику продаж турпродуктов и пути преодоления</p> <p>Этапы принятия решения о покупке турпродукта и их особенности</p> <p>Технология продаж SPIN (СПИН)</p> <p>Модель переговоров по технике продаж «КЛИН»</p> <p>Техника СВУ</p> <p>Методы стимулирования продаж турпродукта</p> <p>Реклама в туризме и ее особенности</p> <p>PublicRelations в туризме</p> <p>Методы стимулирования турагентств со стороны туроператора</p> <p>Оценка эффективности продаж в турагентстве</p> <p>Мониторинг рынка туристских услуг и его роль в продажах</p> <p>Активные продажи в туристской деятельности</p> <p>Телефонные продажи (телемаркетинг) в туризме</p> <p>Холодные звонки и правила работы с ними</p> <p>Возражения покупателей турпродукта и их преодоление</p> <p>Типичные ошибки продавца турпродукта и способы их преодоления</p> <p>«Воронка продаж» в туризме и ее особенности</p> <p>Специфика продажи туристских услуг через интернет</p>
Организация послепродажного взаимодействия с покупателем туристских услуг	<p>Лояльность покупателя к туроператору и турагентству</p> <p>Роль CRM в продажах</p> <p>Оценка удовлетворенности клиента приобретенным турпродуктом</p>

Претензии покупателя туристских услуг и работа с ними
Отзывы о путешествии как важный инструмент продаж на рынке туруслуг

Вопросы для устного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы
Технологии продаж туристских услуг на современном рынке	<p>Технологии продаж и их роль в развитии предприятий на рынке туристских услуг</p> <p>Типы покупателей и особенности работы с ними в процессе продаж.</p> <p>Этапы продаж: специфика каждого этапа и особенности в аспекте управления.</p> <p>Установление контакта с потребителем. Контактная зона турагентства и ее роль в продажах.</p> <p>Сбор информации, разведка потребностей</p> <p>Техника составления вопросов</p> <p>Предложение услуги. Техника «СВУ» «СВВ».</p> <p>Работа с возражениями клиентов.</p> <p>Завершение продажи.</p> <p>Правила прохождения этапов продаж.</p> <p>Техники продаж туристских услуг</p> <p>Воронка продаж и способы управления ею</p> <p>Активные и пассивные продажи профессиональных услуг</p> <p>Мониторинг рынка услуг и его роль в продажах</p> <p>Телефонные продажи (телемаркетинг)</p> <p>Реклама услуг и ее особенности</p> <p>Мотивы потребления туристских услуг</p> <p>Методики исследования потребительского поведения.</p> <p>Факторы потребительского поведения.</p> <p>Технология продаж SPIN (СПИН)</p> <p>Модель переговоров по технике продаж «КЛИН»</p> <p>Ассортиментная политика предприятий в сфере туризма и ее влияние на продажи</p> <p>Модели поведения потребителей на рынке услуг.</p> <p>Оценка эффективности продаж профессиональных услуг</p> <p>Должностные обязанности и права менеджера по продаже туристских услуг. Требования к должности</p> <p>Этапы принятия решения о покупке услуги и их особенности</p> <p>Методы стимулирования продаж услуг</p> <p>Методы взаимодействия с клиентами в сфере туристских услуг</p> <p>Ответственность продавца при оказании услуг</p> <p>Факторы внешней среды: их влияние на динамику продаж услуг и пути преодоления</p> <p>Принципы качественного обслуживания клиента при оказании профессиональных услуг</p> <p>Анализ клиентской базы</p> <p>Сбор информации и показатели работы по продажам (количественные и качественные)</p> <p>Основные требования к системе мотивации продаж</p> <p>Принципы сотрудничества менеджеров, система оплаты и поиск новых клиентов в системе мотивации продаж</p> <p>Информационные технологии в системе продаж туристских услуг</p>

	Особенности техники продаж туристских услуг через интернет
Организация послепродажного взаимодействия с покупателем туристских услуг	Послепродажное обслуживание как вид услуг. Стандарты продаж (обслуживания) и их основное содержание Виды послепродажного обслуживания. Клиентская лояльность в сфере продаж туристских услуг Типы клиентской лояльности. Принципы эффективного управления лояльностью. Способы формирования клиентской лояльности. Организация послепродажного взаимодействия с покупателем туристских услуг Организация работы в сфере туристских услуг с претензиями клиентов

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций размещены в ЭИОС <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

Назовите пять этапов продаж профессиональных услуг:

-установление контакта; выявление потребностей; презентация услуги; работа с возражениями; завершение продажи

-установление контакта; презентация услуги; выявление потребностей; работа с возражением; завершение продажи

-установление контакта; выявление потребностей; работа с возражением; презентация услуги; завершение продажи

Первое впечатление у клиента о продавце формируется за

-60-18 секунд

-1-2 минуты

-5-15 секунд

-3-5 минут

Негативное впечатление от первого контакта у клиента создают (выберите несколько)

-скрещенные руки продавца

-невнятная речь продавца

-оригинальная обстановка офиса продаж

-стильный внешний вид менеджера по продажам

Самая высокая степень неопределенности деловой среды имеет место

-в сложной и нестабильной среде

-только в сложной среде

-в стабильной среде

-в простой среде

Какие стадии развития проходит менеджмент продаж услуг как система (выберите несколько)

-предпринимательскую

-зрелости

-развитой корпоративной практики;

-алгоритмизации процесса продаж.

В каких функциях раскрывается сущность менеджмента продаж услуг

-планирование и организация продаж

-мотивация и контроль продаж

-формирование клиентской базы

Построение службы продаж услуг относится к функции

- планирования
- организации
- руководства
- контроля

Анализ спроса на услуги относится к функции

- планирования
- организации
- руководства
- контроля

Отслеживание объема продаж услуг относится к функции

- планирования
- организации
- руководства
- контроля

Принятие решения о назначении индивидуальной скидки на покупку услуги конкретному покупателю относится к функции

- планирования
- организации
- руководства
- контроля

Оценочный подход как этап цикла продаж услуг направлен на определение:

- перспективной потребности клиента
- текущей потребности клиента
- неудовлетворенной потребности клиента
- скрытой потребности клиента

Реакция покупателя на предложение услуги, демонстрирующая осведомленность об услуге характерна для уровня воздействия

- познавательного
- эмоционального
- поведенческого
- развлекательного

Реакция покупателя на предложение услуги, демонстрирующая готовность совершить покупку услуги характерна для уровня воздействия

- познавательного
- эмоционального
- поведенческого
- развлекательного

Реакция покупателя на предложение услуги, демонстрирующая предпочтение в приобретении услуги характерна для уровня воздействия

- познавательного
- эмоционального
- поведенческого
- развлекательного

Стратегия «проталкивания» в продвижении услуг направлена на

- посредников
- потребителей

- официальных представителей
- потенциальных покупателей

Стратегия «притягивания» в продвижении услуг делает ставку на привлечение

- посредников
- конечных потребителей
- официальных представителей
- партнеров

К этапам жизненного цикла клиентов в компании относят (укажите несколько)

- осведомленность
- лояльность
- уход
- отказ от покупки

Управление взаимоотношениями с клиентами осуществляется последующим направлениям (укажите несколько)

- регистрация потребителей
- поиск потенциальных потребителей
- привлечение и удержание потребителей
- оценка процессов оказания услуги

К типичным ошибкам неудачных продаж услуг относят ситуации, когда продавец... (выберите несколько)

- прерывает покупателя на полуслове
- начинает спорить с покупателем
- не знает качественных характеристик услуги
- попытка выяснить индивидуальные потребности клиента
- предложение покупателю услуги заполнить анкету с характеристиками требуемой услуги

Формирование организационной культуры продаж услуг преследует цели

- снижение нормы прибыли
- расширение взаимоотношений с клиентами
- оптимизация клиентской базы
- мотивации сотрудников

Выгодная цена не всегда является для клиента основным критерием в процессе принятия решения о сделке по причине:

- клиент не умеет считать свои деньги
- запрос клиента предполагает удовлетворение иной выгоды, нежели экономия средств
- клиент пытается манипулировать

Наиболее удачным ответом менеджера по продажам в ситуации, когда клиент указывает ему на преимущества конкурента, будет:

- вы не правы, и я сейчас расскажу вам, в чем именно
- давайте обсудим все преимущества наших конкурентов
- да, у наших коллег есть свои преимущества, а у нас – свои. Давайте поговорим о наших

Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по продажам на возражение клиента: «Ваши цены слишком высоки для нас»?

- да, у нас дорого
- да, вы правы, наши цены довольно высоки, причем это напрямую связано с высоким качеством нашей продукции

-ну что вы, разве это дорого? Вы посмотрите на цены у наших конкурентов

Ключевой клиент – это:

- такой, который благодаря соответствующим закупкам обеспечивает фирме и менеджеру по продажам выполнение значительной части плановых показателей объема продаж
- представители крупных предприятий
- партнеры, сотрудничающие с фирмой и непосредственно с менеджером по продажам не менее полутора лет

Работа по возвращению клиентов – это:

- умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы его ухода/снижения активности
- умение приносить извинения за некачественную работу компании.
- умение объяснить клиенту, что уход/снижение активности является его стратегической ошибкой

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме экзамена

Раздел дисциплины	Вопросы
Технологии продаж туристских услуг на современном рынке	Технологии продаж и их роль в развитии предприятий на рынке туристских услуг Типы покупателей и особенности работы с ними в процессе продаж. Этапы продаж: специфика каждого этапа и особенности в аспекте управления. Установление контакта с потребителем. Контактная зона турагентства и ее роль в продажах. Сбор информации, разведка потребностей Техника составления вопросов Предложение услуги. Техника «СВУ» «СВВ». Работа с возражениями клиентов. Завершение продажи. Правила прохождения этапов продаж. Техники продаж туристских услуг Воронка продаж и способы управления ею Активные и пассивные продажи профессиональных услуг Мониторинг рынка услуг и его роль в продажах Телефонные продажи (телемаркетинг) Реклама услуг и ее особенности Мотивы потребления туристских услуг Методики исследования потребительского поведения. Факторы потребительского поведения. Технология продаж SPIN (СПИН) Модель переговоров по технике продаж «КЛИН» Ассортиментная политика предприятий в сфере туризма и ее влияние на продажи Модели поведения потребителей на рынке услуг. Оценка эффективности продаж профессиональных услуг Должностные обязанности и права менеджера по продаже туристских услуг. Требования к должности Этапы принятия решения о покупке услуги и их особенности Методы стимулирования продаж услуг Методы взаимодействия с клиентами в сфере туристских услуг

	<p>Ответственность продавца при оказании услуг</p> <p>Факторы внешней среды: их влияние на динамику продаж услуг и пути преодоления</p> <p>Принципы качественного обслуживания клиента при оказании профессиональных услуг</p> <p>Анализ клиентской базы</p> <p>Сбор информации и показатели работы по продажам (количественные и качественные)</p> <p>Основные требования к системе мотивации продаж</p> <p>Принципы сотрудничества менеджеров, система оплаты и поиск новых клиентов в системе мотивации продаж</p> <p>Информационные технологии в системе продаж туристских услуг</p> <p>Особенности техники продаж туристских услуг через интернет</p>
<p>Организация послепродажного взаимодействия с покупателем туристских услуг</p>	<p>Послепродажное обслуживание как вид услуг.</p> <p>Стандарты продаж (обслуживания) и их основное содержание</p> <p>Виды послепродажного обслуживания.</p> <p>Клиентская лояльность в сфере продаж туристских услуг</p> <p>Типы клиентской лояльности.</p> <p>Принципы эффективного управления лояльностью.</p> <p>Способы формирования клиентской лояльности.</p> <p>Организация послепродажного взаимодействия с покупателем туристских услуг</p> <p>Организация работы в сфере туристских услуг с претензиями клиентов</p>

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 4-х балльной системы
«отлично»	ПКР-1_ИДК3 ПК УВ-1 ИДК3 ПКР-3_ИДК3
«хорошо»	ПКР-1_ИДК2 ПК УВ-1 ИДК2 ПКР-3_ИДК2
«удовлетворительно»	ПКР-1 ИДК1 ПК УВ-1 ИДК1 ПК УВ-1 ИДК1
«неудовлетворительно»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне