АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.05.01 «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ В ТУРИЗМЕ»

Объем трудоемкости дисциплины для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм, ОФО: 3 *зачетные единицы (108 час., из них: 36,3 часа – контактная работа, в том числе: аудиторные занятия – 32 часа (лекционных 16 ч., практических 16 ч.), иная контактная работа – 4,3 часа (КСР 4 ч., ИКР 0,3 ч.); 36 часов самостоятельной работы; 35,7 ч – контроль и сдача экзамена)*

Цель дисциплины

Туризм – это сложный многогранный процесс: это и отрасль экономики, и социально-культурное явление, и объект международного и государственного регулирования, объект привлечения инвестиций, предмет изучения целого ряда научных дисциплин, вид бизнеса и форма путешествий. Туризм стал глобальным явлением современности. В данном курсе туризм рассматривается как объект управления.

Целью изучения дисциплины является формирование знаний умений и навыков у будущих специалистов в области технологии обслуживания туристов и организации продаж туристских услуг.

Задачи дисциплины

– приобретение знаний по технологии и организации туроперейтинговой деятельности;

– приобретение знаний по технологии разработки туристского продукта и отдельной услуги;

– овладение новыми технологиями по продвижению и организации продаж туристского продукта;

– овладение методикой расчета цены тура и отдельной услуги.

Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Организация продаж в туризме» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана, является базовой и обязательной к изучению.

Студенты обучаются по данному курсу в четвертом семестре. Являясь теоретической, данная дисциплина представляет собой основу для изучения всех профильных предметов. Для успешного ее изучения необходимы знания по дисциплинам «Технология и организация гостиничной деятельности», «Статистика туризма», «Основы туристской деятельности».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Организация продаж в туризме»

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

ПК-3: Готовность к реализации проектов в туристской индустрии

ПК-11: Способность к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий

Таблица 1 – Результаты освоения дисциплины «Организация продаж в туризме»

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ПК-3	Готовность к реализации проектов в туристской индустрии	- теоретические, правовые и практические основы технологии продаж туристических услуг; - особенности формирования рынка туристских услуг; - фазы жизненного цикла туристского продукт; - основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг	- аргументировать приобретение тура - вести переговоры; - заключать сделки; - пробуждать интересыпотенциальных клиентов	- навыками выработки конструктивного отношения к возражениям, жалобам, недовольству клиентов и отработать алгоритм их преодоления; - основами технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг; - методами влияния на процесс принятия решений о покупке продукта туристской индустрии
2	ПК-11	Способность к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий	- механизм и технологии продаж туруслуг; - принципы планирования туроперейтинговой программы; - функции туристского маркетинга в выявлении потребностей рынка, формировании цены и управлении спросом; - требования к информационному обеспечению туристского продукта (услуги)	- увеличивать количество продаж туров; - планировать типовую туроперейтинговую программу инициативного и рецептивного туроператоров; - разрабатывать ндивидуальные и групповые туры	- навыками профессиональной аргументации при обсуждении вопросов, касающихся предоставления туруслуг; - методами ценообразования; - методикой расчета групповой цены тура; - основами психотехнологии продаж услуг туристской индустрии

Основные разделы дисциплины:

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	СРС
1	Туристские продажи как структурированный процесс	18	4	4	10
2	Обслуживание клиентов	18	4	4	10
3	Реализация продаж в индустрии гостеприимства	18	4	4	10
4	Работа с жалобами	14	4	4	6
	Итого по дисциплине:		16	16	36

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Ворох, Н.И. Технологии продаж [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – Санкт-Петербург: ИЭО СПбУТУиЭ, 2014. – 386 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/64081

2. Джоббер Д., Ланкастер Д. Продажи и управление продажами [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 622 с. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872281

3. Зайцева Н.А, Ларионова А.А. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 320 с. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=424026

4. Иванов В.В., Волов А.Б. Антикризисный менеджмент в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 336 с. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=197009

5. Скобкин, С.С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебник для академического бакалавриата / С.С. Скобкин. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 218 с.

Автор РПД Рововая Т.А., д-р философ. наук, профессор