

**АННОТАЦИЯ**  
к рабочей программе дисциплины  
**Б1.В.ДВ.05.01 «ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ»**

**Объем трудоемкости:** 3 зачетные единицы (108 часа, из них – 10 часа аудиторной нагрузки: лекционных 4 ч., практических 6 ч.; 89 часов самостоятельной работы; 9 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 «Технология продаж» 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 «Технология продаж».**

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 «Технологии продаж»

№ п.п.	Индекс компетенции	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;	аргументировать приобретение тура;	навыками выработки конструктивного отношения к возражениям, жалобам, недовольству клиентов и отработать алгоритм их преодоления;
2	ПК-11	Способность к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий	механизм и технологии продаж туруслуг.	увеличивать количество продаж туров.	навыками профессиональной аргументации при обсуждении вопросов, касающихся предоставления туруслуг.

**Основные разделы дисциплины:**

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	
1	2	3	4	5	7
1	Туристские продажи как структурированный процесс	24	2	2	20
2	Обслуживание клиентов	26	2	-	24
3	Реализация продаж в индустрии гостеприимства	22	-	2	20
4	Работа с жалобами	27	-	2	25
	Промежуточная аттестация (экзамен)	9	-	-	-
	<i>Итого по дисциплине:</i>	108	4	6	89

**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., Волон 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