

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б1.В.ДВ.05.02 «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ В ТУРИЗМЕ»

Объем трудоемкости дисциплины для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм, ЗФО (академический бакалавриат): 3 зачетные единицы (108 час., из них: 10,3 часа – контактная работа, в том числе: аудиторные занятия – 10 часа (лекционных 4 ч., практических 6 ч.), иная контактная работа – 0,3 часа; 89 часов самостоятельной работы; 8,7 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 «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	<ul style="list-style-type: none"> - теоретические, правовые и практические основы технологии продаж туристических услуг; - особенности формирования рынка туристских услуг; - фазы жизненного цикла туристского продукта; - основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг 	<ul style="list-style-type: none"> - аргументировать приобретение тура - вести переговоры; - заключать сделки; - пробуждать интерес потенциальных клиентов 	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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) 	<ul style="list-style-type: none"> - увеличивать количество продаж туров; - планировать типовую туроперейтинговую программу инициативного и рецептивного туроператоров; - разрабатывать индивидуальные и групповые туры 	<ul style="list-style-type: none"> - 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	
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. Ключкова, М.С.

Мерчандайзинг [Текст] : учебно-практическое пособие / М. С. Ключкова, Е. Ю. Логинова, А. С. Якорева. - М. : Дашков и К°, 2009. - 267 с. : ил. - Библиогр. : с. 266-267. - ISBN 9785911318383.

2. Офицеров, Петр Юрьевич.

Поставщик [Текст] : организация эффективной работы с сетевыми магазинами : российская практика / Ю. П. Офицеров. - М. : Эксмо, 2009. - 174 с. - (Профессиональные издания для бизнеса). - ISBN 9785699288144 : 144.31.

3. Дорошук, Николай Богданович.

Дистрибуция на практике [Текст] / Н. Дорошук, В. Кулеша. - Москва [и др.] : Диалектика : [Вильямс], 2006. - 234 с. - ISBN 5845908655 : 241.00

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. Научно-практический комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации [Текст] : [в 2 т.]. Т. 1, ч. 1, 2 ГК РФ / под ред. Т. Е. Абовой, А. Ю. Кабалкина ; Ин-т государства и права Рос. акад. наук. - 7-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2012. - 923 с. - (Профессиональные комментарии). - ISBN 9785991618557 : 673.53.

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