МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической работе
_____/Шубаева В.Г./
«20» июня 2018 г.

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ СЕРВИСНОГО ПРОДУКТА

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль) программы	Конгрессно-выставочная деятельность
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Составитель(и):

_____/ к.т.н., доцент А.С. Скоробогатый

Санкт-Петербург
2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ 3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ...3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ....4
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ 5
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА 6
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ 6
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины....6
7.2. Организация самостоятельной работы 7
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ....8
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 8
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 8
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса 9
10. СОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ 9
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ....10

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

сформировать у студентов комплексное представление о технологии продаж сервисного продукта конгрессно-выставочной деятельности, получение знаний, умений и навыков по организации технологии и методов продаж сервисного продукта, приемах управления поведением клиента, алгоритмах эффективного поведения продавца в сфере сервисных услуг конгрессно-выставочной деятельности;

сформировать систематизированные знания об основных закономерностях и особенностях технологии продаж сервисного продукта конгрессно-выставочной деятельности, что позволит решать практические задачи, связанные с созданием наиболее оптимальной системы продаж сервисного продукта и услуг.

Задачи:

– сформировать у студентов системный подход к разработке и реализации технологии продаж сервисного продукта конгрессно-выставочной деятельность, научить осуществлять анализ основных форм поведения потенциальных потребителей товаров и услуг с целью развития у них внутренней мотивации к совершению покупки или услуги;

– научить студентов общим закономерностям поддержания партнерских отношений на основе принятых моральных и правовых норм, социальных стандартов;

– уметь выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе продаж и предоставления услуг;

– изучение закономерностей и конкретных принципов воздействия на покупательское поведение потребителя с помощью стандартных методов рекламы и стимулирования продаж товаров и предоставления услуг;

– овладеть основными методами организации эффективного и качественного выполнения работ в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема продаж или предоставления услуг.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.16 «Технологии продаж сервисного продукта» относится к вариативной части дисциплинам Блока 1, и является обязательной для освоения обучающимся после выбора обучающимся направленности (профиля) программы.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции выпускника	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
ПК-1: готовностью к организации контактной зоны предприятия сервиса	Второй уровень (углубленный) (ПК-1) – 2	Декомпозиция I Знать: ключевые основы и особенности построения эффективных продаж, этапы процесса продажи в контактной зоне предприятия сервиса З2 (I) (ПК-1) Уметь: грамотно проводить переговоры с потребителями с учетом особенностей организации

		контактной зоны предприятия сервиса, приводить аргументы при проведении переговоров с клиентами У2 (I) (ПК-1) Владеть: методиками презентации сервисного продукта/услуги в контактной зоне сервисного предприятия В2 (I) (ПК-1)
ПК-9: способностью выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности	Второй уровень (углубленный) **(ПК-9) – 2**	Знать: классификацию типов потребителей и их особенности покупательского поведения З2 (ПК-9) Уметь: использовать принципы установления контакта продавца с потребителем с учетом основных психологических особенностей разных типов У2 (ПК-9) Владеть: навыками построения коммуникации с потребителем с учетом основных психологических особенностей разных типов В2 (ПК-9)

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет - 5 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины по очной форме обучения представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование разделов/тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	СРО
1	2	3	4	5
РАЗДЕЛ 1 Технологии продаж сервисного продукта на предприятиях сервиса				
Тема 1.1. Введение. Содержание и задачи дисциплины	2	4		4
Тема 1.2. Основные типы технологий продаж сервисного продукта	4	4		8
Тема 1.3. Установление контакта, повышение коммуникативных возможностей для более успешных переговоров	2	4		6
Тема 1.4. Типология клиентов, выявление мотивов и потребностей клиентов	2	2		6
Тема 1.5. Презентация услуг	2	4		6
Тема 1.6.Технологии работы с возражениями клиентов	2	2		6
Тема 1.7. Технологии завершения продаж	4	4		6
РАЗДЕЛ 2. Программа лояльности.				
Тема 2.1. Потребительская лояльность	2	4		6
Тема 2.2. Нематериальные составляющие и материальные формы поощрения в программе лояльности	2	4		6
Всего по дисциплине:	**22**	**32**		**54**

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗДЕЛ 1 Технологии продаж сервисного продукта на предприятиях сервиса

Тема 1.1 Введение.

Содержание и задачи дисциплины. Основные понятия и определения. Методология преподавания дисциплины. ГОСТ Р 53524-2009 “Конгрессная деятельность” - Термины и определения. ГОСТ Р 53103-2008 “Деятельность выставочно-ярморочная” - Термины и определения.

Тема 1.2 Основные типы технологий продаж сервисного продукта.

Понятие сервисного продукта. Технология продаж сервисного продукта “Обслуживанием”, особенности, преимущества и недостатки. “Агрессивная” технология продаж сервисного продукта, особенности, преимущества и недостатки. “Спекулятивная” технология продаж сервисного продукта, особенности, преимущества и недостатки. “Консультативная” технология продаж сервисного продукта, особенности, преимущества и недостатки. Организационные структуры основных типов построения отделов продаж сервисного продукта.

Тема 1.3 Установление контакта, повышение коммуникативных возможностей для более успешных переговоров.

Важность первого впечатления, организация пространства во время переговоров, позиции в общении. Невербальная коммуникация, язык жестов. Определение готовности клиента к контакту.

Тема 1.4 Типология клиентов. Выявление мотивов и потребностей клиентов.

Выявление мотивов и потребностей клиентов. Типологические и психологические особенности клиентов.

Тема 1.5 Презентация услуг.

Правила и структура эффективной презентации. Построение презентации с учетом типа клиентов. Различия презентаций, используемых в оптовой и розничной продажах. Правила убеждение клиента. Работа с ценой - как вести переговоры о цене.

Тема 1.6 Технологии работы с возражениями клиентов.

Что означают возражения. Алгоритмы ответа на возражения. Работа со стандартными возражениями. Типы конфликтов. Основные типы поведения в конфликте. Психологическое давление: цели и методы, принципы противостояния. Правила убеждения. Виды убеждающего воздействия. Основные виды манипуляции и контрманипулятивных воздействий.

Тема 1.7 Технологии завершения продаж.

Работа с ценой. Как оценить ценовые ожидания клиентов. Стратегия предъявления цены. Ценовая конкуренция: что делать, когда конкуренты снижают цены. Сигналы готовности клиента к покупке/заказу услуг. Основные правила при заключении сделки.

РАЗДЕЛ 2. Программа лояльности.

Тема 2.1 Потребительская лояльность.

Понятие потребительской лояльности. Виды лояльности. Использование лояльности для определения потенциала рынка. Эмоциональная и рациональная составляющие лояльности. Влияние факторов удовлетворенности и вовлеченности на

продолжительность отношений с клиентом. Факторы, влияющие на постоянство клиентов. Способы увеличения лояльности. Анализ статистики продаж для определения приоритетных направлений развития клиентской базы.

Тема 2.2 Нематериальные составляющие и материальные формы поощрения в программе лояльности.

Требования к персоналу отдела продаж. Оптимизация клиентского сервиса Проведение эффективных изменений в клиентском сервисе. Система регулярного управления надлежащим сервисом. Материальные формы поощрения лояльности: виды программ поощрения, их преимущества и недостатки, поощрение конечных потребителей, правил проведения программы поощрения, особенности программ поощрения на различных рынках, планирование программы поощрения, использование современных технологий при развитии лояльности клиентов, расчет эффективности и оценка результатов программ поощрения.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	*2*	*3*
1.	Основные типа технологий продаж сервисного продукта	ПЗ: Решение практических задач, педагогические игровые упражнения
2.	Организационные структуры типов построения отделов продаж сервисного продукта	ПЗ: Решение практических задач
3.	Установления контакта с клиентом	ПЗ: Тематическая дискуссия
4.	Выявление мотивов и потребностей клиентов	ПЗ: Анализ конкретных ситуаций
5.	Изучение основных типологий клиентов	ПЗ: Представление презентаций (докладов), решение практических задач
6.	ПЗ: Правила эффективной презентации	ПЗ: Тематическая дискуссия
7.	ПЗ: Основные правила убеждения клиента	ПЗ: Решение практических задач
8.	ПЗ: Технологии работы с возражениями клиента.	ПЗ: Тематическая дискуссия
9.	ПЗ: Выбор оптимальной стратегии переговоров с учетом типа конкретного клиента	ПЗ: Анализ конкретных ситуаций
10.	Основы невербального поведения	ПЗ: Анализ конкретных ситуаций
11.	Особенности сложных продаж сервисного продукта	ПЗ: Тематическая дискуссия
12.	Особенности крупных и долговременных продаж сервисного продукта	ПЗ: Педагогические игровые упражнения
13.	Проведение презентации услуги (товара)	ПЗ: Анализ конкретных ситуаций
14.	Разработка программы лояльности	ПЗ: Представление презентаций (докладов), решение практических задач
15.	Стратегия поведения с каждым типом клиентов	ПЗ: Анализ конкретных ситуаций

* ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

– рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее

связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,

– порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;

– графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

– слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;

– ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;

– задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;

– выполнять задания практических занятий полностью и установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратится к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

	Вид самостоятельной работы
1	*2*
1.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к зачету
2.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к зачету
3.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к зачету
4.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к зачету
5.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка презентации. Подготовка к зачету
6.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к зачету
7.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к зачету
8.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к зачету
9.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к зачету
10.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к зачету

	Вид самостоятельной работы
11.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к зачету
12.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к зачету
13.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к зачету
14.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка презентации. Подготовка к зачету
15.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к зачету

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Технологии продаж сервисного продукта» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

– ИП- Индивидуальные занятия на ПК (тема № 1.1-1.2);
– ИЗК- Индивидуальные занятия на ПК (тема № 1.3-1.7);
– ИММ- Игровые занятия на машинных моделях (тема № 2.1-2.2).

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор,заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Основная/ дополнительная литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электронные ресурсы
Ойнер О.К. Удовлетворенность потребителя. Эмпирические исследования и практика измерения [Электронный ресурс] : Монография .— Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2012 .— 220 с.	Основная		ЭБС ZNANIUM
Иванова, С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг: Практическое пособие / Иванова С., - 10-е изд. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 278 с.	Основная	-	ЭБС ZNANIUM.
Коротеева, О.С. Технологии продаж : учебное пособие / О.С.Коротеева, М.Д.Сущинская ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т, Кафедра экономики и упр. в сфере услуг .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2017 .— 65 с. : ил. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru .	Дополнительная	51	ЭБ OPAC.UNECON.RU.
Волгин В.В. Склад: логистика, управление, анализ [Электронный ресурс] .— 11 .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013 .— 72 4 с.	Дополнительная		ЭБС ZNANIUM

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru

9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

№ п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

10. СОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов,

составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины.