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

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Направленность (профиль) программы	Организация и управление в индустрии туризма
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Составитель:
_____/ к.э.н., доцент Воловода А.В.

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.....4
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА.....5
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....6
7.1 Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины.....6
7.2. Организация самостоятельной работы.....6
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....7
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....8
9.1 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....8
9.2 Материально-техническое обеспечение учебного процесса.....9
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....10
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....10

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: изучение теоретических подходов к формированию и использованию технологий продаж туристских услуг, получение умений и навыков разработки, корректировки и оценки эффективности технологий продаж.

Задачи:

– изучить содержание основных этапов продаж;
– изучить методики формирования и оценки эффективности технологий продаж;
– овладеть навыками использования инструментов продаж;
– изучить теоретические основы поведения покупателей;
– проанализировать основные подходы к управлению каналами сбыта туристских услуг;
– ознакомиться с теоретическими основами управления отделом продаж в организации сферы туризма.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.«Технологии продаж» относится к вариативной части Блока 1, 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)
1	*2*	*3*
ПК-8 – готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме	Второй уровень (углубленный) (ПК-8) –2	Декомпозиция I Знать: прикладные методы исследования и технологии продаж туристского продукта предприятия индустрии туризма; методы оценки экономической эффективности технологий продаж предприятия индустрии туризма. З2 (I) (ПК-8) Уметь: применять прикладные методы исследования и технологии продаж туристского продукта предприятия индустрии туризма; рассчитывать экономическую эффективность технологий продаж предприятия туристского продукта. У2 (I) (ПК-8) Владеть: навыками использования прикладных методов исследования и технологий продаж туристских услуг. В2 (I) (ПК-8)
ПК-11 – способностью к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных	Первый уровень (пороговый) (ПК-11) –1	Декомпозиция I Знать: характеристику основных этапов процесса продаж туристских услуг; принципы и методы формирования уникального торгового предложения; подходы и методы формирования лояльности клиентов в туристской индустрии. З1 (I) (ПК-11) Знать: элементы и психологические аспекты поведения в процессе взаимодействия сотрудника с потребителем туристских услуг; способы регулирования межличностного взаимодействия в процессе реализации туристского продукта. З1 (III) (ПК-11)

технологий		Уметь: проектировать уникальное торговое предложение; формировать систему каналов сбыта продуктов и услуг туристкой индустрии; разрабатывать и применять эффективные технологии продаж. У1 (I) (ПК-11) Владеть: навыками проектирования уникального торгового предложения; навыками использования в процессе презентации туристских услуг формулы продажи выгод и эффектов. В1 (I) (ПК-11)

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося отводится на подготовку и защиту экзамена.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 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 тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			
	ЗЛТ	~~ПЗ~~	ЛР	
1	*2*	*3*	*4*	*5*
Тема 1. Услуги как специфический вид товара.	2	2	-	4
Тема 2. Теоретические основы формирования технологий продаж туристских услуг.	2	4	-	8
Тема 3. Характеристика и содержание этапов продаж туристских услуг.	6	8	-	20
Тема 4. Поведение покупателей и основы психологии продаж туристского продукта.	2	4	-	8
Тема 5. Организационные основы формирования каналов сбыта туристского продукта.	2	2	-	10
Тема 6. Специальные технологии продаж в туризме.	2	4	-	10
Тема 7. Управление процессом продаж туристских услуг.	4	4	-	20
Тема 8. Основные направления повышения эффективности продаж услуг.	2	4	-	10
Всего по дисциплине:	**22**	**32**	**-**	**90**

*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

Тема 1. Услуги как специфический вид товара. Понятие и сущность услуги, особенности услуги как товара. Определение целевого сегмента и формирование концепции туристкой услуги.

Тема 2. Теоретические основы формирования технологий продаж туристских услуг. Продажи как структурированный процесс. Основные характеристики участников процесса продажи услуг (покупателей, продавцов, конкурентов). Понятие технологии продаж, основные подходы к формированию и оценке эффективности технологии продаж. Технологии продаж оптовых и розничных участников рынка.

Тема 3. Характеристика и содержание этапов продаж туристских услуг. Основные этапы продаж, их взаимосвязь. Содержание, цели, задачи и инструменты, используемые на каждом этапе продаж. Критерии перехода с одного этапа на другой. Работа с клиентами построение системы лояльности.

Тема 4. Поведение покупателей и основы психологии продаж туристского продукта. Модель поведения покупателей. Потребительские мотивации. Основные характеристики и типология покупателей. Процесс принятия решения о покупке. Управление покупательскими рисками.
Тема 5. Организационные основы формирования каналов сбыта туристского продукта. Стратегии дистрибуции туристской услуги. Сбытовая сеть турпродукта. Управление системой дистрибуции. Сетевые формы продажи услуг. Франчайзинг.
Тема 6. Специальные технологии продаж в туризме. Телефонные продажи. Электронные продажи. Специальные мероприятия: презентации, выставки.
Тема 7. Управление процессом продаж туристских услуг. Законодательное и нормативно-правовое регулирование продаж. Документальное сопровождение процедуры продаж туруслуги. Отбор, подготовка и оценка работы специалистов по продажам. Формирование системы показателей эффективности продаж. Стандартизация процесса продаж.
Тема 8. Основные направления повышения эффективности процесса продаж услуг Кросс-продажи. Жизненный цикл услуги. Обслуживание клиентов. Управление потребительской ценностью туристской услуги. Управление очередями.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	2	
1.	Тема 1. Услуги как специфический вид товара.	Практика/Анализ конкретной ситуации
2.	Тема 2. Теоретические основы формирования технологий продаж туристских услуг.	Практика/Анализ конкретной ситуации
3.	Тема 3. Характеристика и содержание этапов продаж туристских услуг.	Практика / групповой треннинг
4.	Тема 4. Особенности взаимодействия с различными типами покупателей.	Семинар / Тематическая дискуссия
5.	Тема 5. Формирование сбытовой сети туристкой организации	Семинар / Тематическая дискуссия
6.	Тема 6. Специальные технологии продаж в туризме.	Практика / Анализ конкретной ситуации
7.	Тема 7. Формирование отдела продаж в туристкой организации.	Семинар / Тематическая дискуссия
8.	ПЗ: Применение технологии кросс-продаж	Практика / Проверка заданий по темам практических занятий
	ПЗ: Повышение потребительской ценности туристкой услуги	Практика / Проверка заданий по темам практических занятий

*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

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	*2*
1.	Повторение и углубленное изучение пройденного теоретического материала
2.	Подготовка к практическим и семинарским занятиям
3.	Выполнение заданий, входящих в контрольные мероприятия БРС: Выполнение контрольной точки № 1 «Инструменты продаж туристкой услуги» Выполнение контрольной точки № 2 «Презентация туристкой услуги »
4.	Подготовка к экзамену

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

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Технологии продаж» используются разнообразные образовательные технологии - такие как тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций, групповой тренинг.

Анализ конкретных ситуаций

Тема 1. Услуги как специфический вид товара.

Тема 2. Теоретические основы формирования технологий продаж туристских услуг.

Тема 6. Специальные технологии продаж в туризме.

Тематические дискуссии:

Тема 4. Особенности взаимодействия с различными типами покупателей.

Тема 5. Формирование сбытовой сети туристкой организации

Тема 7. Формирование отдела продаж в туристкой организации.

Групповой тренинг

Тема 3. Характеристика и содержание этапов продаж туристских услуг.

Анализ предложенной ситуации представляет собой исследование совокупности фактов и данных, определяющих то или иное явление, имевшее место в практике, которым в ходе учебных занятий дается оценка.

На тематических дискуссиях предлагаются и обсуждаются возможные подходы к решению рассматриваемой проблемы

В рамках группового тренинга имитируется учебно-экспериментальная обстановка, позволяющая студентам освоить нестандартные подходы к решению проблем, используя новые техники и тактики, излагаемые преподавателем и демонстрируемые в ходе занятия.

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**
1. Лукич Р. Управление продажами .— 1 .— Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2016 . — 212 с.	основная	-	ЭБС ZNANIUM
2. Гусарова В. Управление продажами на ттерритории: Теоретические основы и практические рекомендации : Учебное пособие .— Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2016 .— 208 с.	дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM
3. Голова А. Г. Управление продажами : Учебник : ВО - Бакалавриат .— 1 .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017 .— 280 с.	дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM
4. Кондрашов В. М. Управление продажами : Учебное пособие : ВО - Бакалавриат .— 1 .— Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017 .— 319 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 семинарского 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. ОСОБЕННОСТИ 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 (модуля).