

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт педагогики, физической культуры, спорта и туризма
Кафедра «Туризм и индустрия гостеприимства»

Утверждено на заседании кафедры
«Туризм и индустрия гостеприимства»
«27» января 2022 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой



И.Ю. Пономарева

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«Технологии продаж в сфере гостеприимства»**

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки
43.03.03 Гостиничное дело

с направленностью (профилем)
Гостиничная деятельность

Форма (ы) обучения: очная, заочная

Идентификационный номер образовательной программы: 430303-01-22

Тула 2022 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
рабочей программы дисциплины (модуля)

Разработчик:

Жаркова В.Л., доцент каф. ТИГ,
канд. техн. наук, доцент
(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Технологии продаж в сфере гостеприимства» является подготовка специалистов, владеющих системой знаний о тактике и технологии продаж туристических услуг, способствовать с помощью тренинговых и практических заданий их усвоению, обучение профессиональным навыкам продажи услуг путем развития коммуникационных средств обучающихся.

Задачами освоения дисциплины являются:

- изучить механизм технологий продаж туристических услуг, теоретические, правовые и практические основы технологии продаж туристических услуг;
- обеспечить высокий уровень подготовки специалистов, опирающийся на знания теоретических, практических и правовых основ туристической деятельности;
- сформировать мировоззрение, соответствующее закономерностям и принципам туристической деятельности.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина (модуль) относится к части основной профессиональной образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина (модуль) изучается в 7 семестре.

3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы (формируемыми компетенциями) и индикаторами их достижения, установленными в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы, приведён ниже.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- гостиничный продукт, специфику рекламы, потребителей гостиничных услуг, их психологию, формирования и продвижения гостиничного и турпродукта, основные методы продаж (код компетенции – ПК-6, код индикатора – ПК-6.1).

Уметь:

- проводить сегментацию рынка, выбирать средства распространения рекламы, разрабатывать кампании по продвижению туристического и гостиничного продукта, (код компетенции – ПК-6, код индикатора – ПК-6.2).

Владеть:

- навыками разработки мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для разных категорий потребителей (код компетенции – ПК-6, код индикатора – ПК-6.3).

Полные наименования компетенций и индикаторов их достижения представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

4 Объем и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Объем дисциплины (модуля), объем контактной и самостоятельной работы обучающегося при освоении дисциплины (модуля), формы промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Номер семестра	Формы промежуточной аттестации	Общий объем в зачетных единицах	Общий объем в академических часах	Объем контактной работы в академических часах						Объем самостоятельной работы в академических часах
				Лекционные занятия	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Клинические практические занятия	Консультации	Промежуточная аттестация	
Очная форма обучения										
7	Э	3	108	28	28	-	-	2	0,25	49,75
Итого	Э	3	108	28	28	-	-	2	0,25	49,75
Заочная форма обучения										
7	Э	3	108	2	12	-	-	2	0,25	91,75
Итого	Э	3	108	2	12	-	-	2	0,25	91,75

Условные сокращения: Э – экзамен, ЗЧ – зачет, ДЗ – дифференцированный зачет (зачет с оценкой), КП – защита курсового проекта, КР – защита курсовой работы.

4.2 Содержание лекционных занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы лекционных занятий
7 семестр	
1	Эффективность продаж
2	Психология продаж
3	Технология работы с клиентом по телефону и в офисе турфирмы
4	Выявление потребностей клиентов
5	Презентация туруслуг клиенту
6	Конфликтные ситуации в туризме и способы их разрешения
7	Технологии продвижения турпродукта
8	Принципы формирования и ведения клиентской базы
9	Программы клиентской лояльности
10	Мотивация персонала турфирмы как ключевой фактор эффективности продаж

Заочная форма обучения

№ п/п	Темы лекционных занятий
7 семестр	

№ п/п	Темы лекционных занятий
1	Эффективность продаж
2	Психология продаж

4.3 Содержание практических (семинарских) занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы практических (семинарских) занятий
7 семестр	
1	Психология продаж
2	Технология работы с клиентом по телефону и в офисе турфирмы
3	Выявление потребностей клиентов
4	Презентация туруслуг клиенту
5	Конфликтные ситуации в туризме и способы их разрешения
6	Технологии продвижения турпродукта
7	Принципы формирования и ведения клиентской базы. Программы клиентской лояльности

Заочная форма обучения

	Темы практических (семинарских) занятий
7 семестр	
1	Психология продаж
2	Технология работы с клиентом по телефону и в офисе турфирмы
3	Выявление потребностей клиентов
4	Презентация туруслуг клиенту
5	Конфликтные ситуации в туризме и способы их разрешения
6	Технологии продвижения турпродукта
7	Принципы формирования и ведения клиентской базы. Программы клиентской лояльности

4.4 Содержание лабораторных работ

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой

4.5 Содержание клинических практических занятий

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

4.6 Содержание самостоятельной работы обучающегося

Очная форма обучения

№ п/п	Виды и формы самостоятельной работы
7 семестр	
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Подготовка к промежуточной аттестации и ее прохождение

Заочная форма обучения

№ п/п	Виды и формы самостоятельной работы
7 семестр	
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Самостоятельное изучение тем, не вынесенных на лекционные занятия
3	Подготовка к промежуточной аттестации и ее прохождение

5 Система формирования оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося

Очная форма обучения

Мероприятия текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося		Максимальное количество баллов	
7 семестр			
Текущий контроль успеваемости	Первый рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:	
		Посещение лекционных занятий	3
		Тестирование по теме: «Психология продаж»	7
		Контрольная работа по теме: «Выявление потребностей клиентов»	7
		Контрольная работа по теме: «Презентация турпродукта»	8
		Выступления на практических занятиях	5
		Итого	30
	Второй рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:	
		Посещение лекционных занятий	3
		Контрольная работа по теме: «Конфликты. Способы их разрешения»	5
		Тестирование. Тема: «Конфликты в организациях»	10
		Тестирование по теме: «Клиентская база. Лояльность клиента»	7
		Выступления на практических занятиях	5
		Итого	30
Промежуточная аттестация	Экзамен	40 (100*)	

* В случае отказа обучающегося от результатов текущего контроля успеваемости

Заочная форма обучения

Для студентов заочной формы обучения оценка достижений происходит во время проведения промежуточной аттестации, исходя из 100 баллов.

Шкала соответствия оценок в стобалльной и академической системах оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Система оценивания результатов обучения	Оценки			
	0 – 39	40 – 60	61 – 80	81 – 100
Стобальная система оценивания				
Академическая система оценивания (экзамен, дифференцированный зачет, защита курсового проекта, защита курсовой работы)	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Академическая система оценивания (зачет)	Не зачтено	Зачтено		

6 Описание материально-технической базы (включая оборудование и технические средства обучения), необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) требуется:

- Видеопроектор.
- Экран.
- IR пульты для экрана и видеопроектора.
- Ноутбук.

7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Жданова, Т. С. Технологии продаж [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Т. С. Жданова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 184 с. — 978-5-394-0219-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75196.html> по паролю

2. Жданова, Т. С. Технология продаж и продвижения турпродукта [Электронный ресурс] : учебное пособие для СПО / Т. С. Жданова, В. О. Корионова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Профобразование, 2019. — 98 с. — 978-5-4488-0273-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/83347.html> по паролю

7.2 Дополнительная литература

1. Журавлева, Т. Ю. Технологии электронных продаж [Электронный ресурс] / Т. Ю. Журавлева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Вузовское образование, 2015. — 50 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/27381.html>, по паролю.

2. Дорошенко, В.Ю. Психология и этика делового общения : учебник для вузов / В.Ю.Дорошенко [и др.]; под ред. В.Н.Лавриненко. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Юнити, 2008. — 415 с. : ил. — (Золотой фонд российских учебников). — Библиогр. в конце кн. — ISBN 978-5-238-01050-2 / в пер. / : 174.00.

3. Чеховских, М.И. Психология делового общения : учеб. пособие / М.И.Чеховских. — М. : Новое знание, 2006. — 253 с. — Библиогр. в конце кн. — ISBN 5-94735-092-0 : 66.00.

4. Бакшт, К. Построение отдела продаж с "нуля" до максимальных результатов / К.А.Бакшт. — М. : Питер, 2006. — 192 с. : ил. — (Продажи на 100%). — ISBN 5-469-01062-7 / в пер. / : 65.56.

5. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учеб. пособие для вузов / И.К.Беляевский .— М. : Финансы и статистика, 2008 .— 320с. — Библиогр.в конце кн. — ISBN 978-5-279-02220-5 : 148.00.

6. Завадский, М. Мастерство продажи / М.Завадский .— М.[и др.] : Питер, 2006 .— 236с. — Библиогр.в конце кн. — ISBN 5-94723-749-0 /в пер./ : 72.93.

8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. ЭБС IPRBooks универсальная базовая коллекция изданий. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>, по паролю. — Загл. с экрана.

2. Электронный читальный зал «БИБЛИОТЕХ» : учебники авторов ТулГУ по всем дисциплинам.- Режим доступа: <https://tsutula.bibliotech.ru/>, по паролю.- Загл. С экрана

3. Научная Электронная Библиотека eLibrary – библиотека электронной периодики, режим доступа: <http://elibrary.ru/> , по паролю.- Загл. с экрана.

4. НЭБ КиберЛенинка научная электронная библиотека открытого доступа, режим доступа <http://cyberleninka.ru/> ,свободный.- Загл. с экрана.

5. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: портал [Электронный ресурс]. - Режим доступа : [http://window.edu.ru.](http://window.edu.ru/) - Загл. с экрана.

9 Перечень информационных технологий, необходимых для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

9.1 Перечень необходимого ежегодно обновляемого лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1. Текстовый редактор Microsoft Word;
2. Программа для работы с электронными таблицами Microsoft Excel;
3. Программа подготовки презентаций Microsoft PowerPoint;
5. Классификатор ОКАТО;
6. Yandex (браузер);
7. STDU Viewer (программа для просмотра pdf).
8. Пакет офисных приложений «Мой офис».

9.2 Перечень необходимых современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Компьютерная справочная правовая система Консультант Плюс.