

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Технология формирования и продвижения туристского продукта»

по основной образовательной программе бакалавриата 38.03.02 Менеджмент
профиль Менеджмент в сервисе и туризме
для всех форм обучения

1. Цель и задачи освоения дисциплины.

Цель изучения дисциплины «Технология формирования и продвижения туристского продукта» формирование у магистрантов знаний, необходимых для осуществления проектной деятельности и формирования гостиничного продукта, организации работы по проектированию гостиничного продукта.

2. Результаты обучения по дисциплине (приобретаемые компетенции)

ОПК-3	способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия
ПК-19	владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками

3. Трудоемкость дисциплины – 3 ЗЕ (108 часа).2016 (очная)

4. Содержание дисциплины.

Дисциплина включает следующие модули:

Модуль 1. Введение в курс технологий продаж. Продажа туристского продукта как многофакторный процесс. Особенности работы менеджеров по продажам в сфере туристских услуг. Принципы эффективной коммуникации и обслуживания клиентов. Отличие продажи услуги от продажи товара. Определение ключевых стадий взаимодействия с клиентами. Постановка целей и задач для каждой стадии продаж туристских услуг. Ключевые бизнес-процессы в организации продаж. Основные методики эффективных продаж туристского продукта.

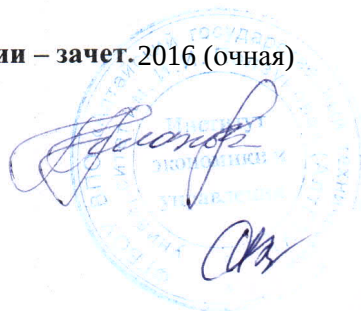
Модуль 2. Цена как фактор организации продаж турпродукта. Аудит и технологии управления продажами. Организация продаж и современные технологии в туризме. Специфика продаж на международных рынках туристских продуктов. Управление продажами. Анализ места и процесса продаж.

Модуль 3. Организация обслуживания потребителей. Вербальные и невербальные технологии продаж. Методы стимулирования продаж. Организация продаж и современные технологии в туризме. Использование интерактивных технологий при организации продаж. Мотивация эффективных продаж в туризме.

5. Форма промежуточной аттестации – зачет.2016 (очная)

Разработал
Доцент каф. Менеджмента

Проверил
Директор ИЭиУ



Н.Н. Шаховалов

И.Н. Сычева