

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «Технология продаж»

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:** формирование у студентов системы знаний об экономической стороне технологии продаж туристских услуг, системы маркетинга, анализа продаж туристских продуктов, характерных для сферы туризма в России, приобретение умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей потребителей турпродукта. А также информирование обучающихся о механизме технологий продаж туристского продукта, особенностях покупательского поведения, об организации работы эффективного действующего отдела продаж турфирмы и контроле над этой деятельностью.

**Изучение дисциплины предполагает решение следующих задач:**

#### Задачи изучения дисциплины:

- сформировать знания основных этапов продаж и особенности поведения продавца и клиента на каждом из этапов;
- освоить навыки установления партнерских отношений с клиентом при продаже на условиях продавца;
- уметь преодолевать внутренние возражения и сопротивления клиента;
- выработать навыки завершения продажи и анализ проведенной консультативной продажи.
- раскрыть методы и приёмы ведения продаж на внутренних и международных рынках;
- овладеть комплексом знаний и практических навыков по использованию современных технологий и эффективных техник продаж туристского продукта продаж;
- выработать навыки работы в использовании современных приемов продаж;
- развить у студентов профессиональные навыки менеджеров по продажам туристских услуг.

### 2. Результаты обучения по дисциплине (приобретаемые компетенции)

ПК-1	владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры
ПК-2	владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде

**3. Трудоемкость дисциплины – 4 ЗЕ (144 часа).** 2013-2014 (очная), 2012-2014 (заочная); 3 ЗЕ (108ч)

**4. Содержание дисциплины.** 2015-2016 (очная), 2015 (заочная)

**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 – экзамен, зачет.** ( ) : 2013-2015; ( ) : 2012-2015; ( ) : 2013, 2014, 2016; ( ) : 2012-2014)

Разработал  
Доцент каф. Менеджмента

Проверил  
Директор ИЭиУ



Н.Н. Шаховалов

И.Н. Сычева