

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 19.09.2023 13:34:42

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Директор Пятигорского института
(филиал) СКФУ

_____ Т.А. Шебзухова
«__» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Технологии продаж в международном туризме

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Направление подготовки/специальность 43.03.02 Туризм/ Международный туризм

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения очная

Год начала обучения 2021

Изучается в 7 семестре

г. Пятигорск 2021 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Программа дисциплины «Технология продаж» предназначена для академических бакалавров направления подготовки 43.03.02 «Туризм».

Целями освоения дисциплины «Технология продаж в международном туризме» являются:

- изучение техники продажи гостиничного продукта, адаптированной под специфику современной индустрии гостеприимства;
- изучение механизма технологий продаж гостиничных услуг;
- формирование представления о внешних и внутренних факторах воздействия на поведение потребителей;
- вопросы психологии телефонных и личностных продаж.

Задачами освоения дисциплины «Технология продаж в международном туризме» являются:

- подготовка специалистов, владеющих системой знаний о продажах гостиничных услуг;
- обеспечение высокого уровня подготовки специалистов, опирающихся на знания теоретических, практических и правовых основ гостиничной деятельности;
- овладение правилами маркетинга и менеджмента с целью успешного применения их в индустрии гостеприимства;
- формирование мировоззрения, соответствующего закономерностям и принципам гостиничной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Технологии продаж в международном туризме» относится к части формируемой участниками образовательных отношений. Ее освоение происходит в 7 семестре.

3. Связь с предшествующими дисциплинами

Дисциплина «Технология продаж в международном туризме» логично связана с другими дисциплинами, такими как «Взаимодействие с клиентами», «Профессиональная этика и этикет», «Деловое общение на иностранном языке в сфере гостеприимства», «Сервис и технологии гостиничной деятельности», «Организация приема и обслуживания клиентов».

4. Связь с последующими дисциплинами

Дисциплина «Технология продаж в международном туризме» является базовой площадкой для дальнейшего изучения дисциплины «Организация туристической деятельности».

5. Компетенции обучающегося, формируемые в результате изучения дисциплины

5.1. Наименование компетенций

Индекс	Формулировка:	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
ПК-8	Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций в сфере гостеприимства и общественного питания	ПК-8.1. Проводит анализ системы ценообразования организаций общественного питания и тарифной политики организаций сферы

		гостеприимства ПК-8.2. Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений ПК-8.3. Разрабатывает меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий сферы гостеприимства и общественного питания ПК-8.4. Проводит выбор систем автоматизации предприятий сферы гостеприимства и общественного питания, анализирует основные показатели деятельности предприятия
ПК-9	Способен к интернет продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-9.1. Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания ПК-9.2. Разрабатывает программу продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания в среде интернет ПК-9.3. Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

5.2. Знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знает: - основы организации и планирования деятельности предприятий гостиничного сервиса; - теоретические, правовые и практические	ПК -8 -Способен применять современные

основы технологии продаж гостиничных услуг; - механизм и технологии продаж гостиничных услуг.	технологии ценовой и сбытовой политики организаций в сфере гостеприимства и общественного питания
Умеет: - определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг; - анализировать и развивать каналы продаж; - аргументировать приобретение гостиничных услуг;	
Владеет: - методиками диагностирования поведения и оказания влияния на потребителя; - приемами выработки конструктивного отношения к возражениям, жалобам, недовольству клиентов и техникой их преодоления; - навыками профессиональной аргументации при обсуждении вопросов, касающихся предоставления гостиничных услуг.	
Знает: - инновационные формы продаж гостиничного продукта; - методику поиска клиентуры; - принципы организации гостиничного маркетинга;	ПК-9 - Способен к интернет продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Умеет: - ясно излагать и аргументировать собственную точку зрения; - применять полученные знания на практике, а именно в момент общения с потребителем; - анализировать поведение потребителей и состояние спроса;	
Владеет: - навыками координации маркетинговых усилий в управлении продажами; - навыками работы с ресурсами глобальных систем бронирования туров и гостиниц и других поставщиков туристических услуг; - навыками развития коммуникативных способностей; построения долгосрочного сотрудничества.	

6. Объем учебной дисциплины/модуля

Объем занятий: итого 81 ч. 3 з.е.

В том числе аудиторных 27 ч.

Из них:

Лекций 13,5 ч.

Лабораторных работ - 0 ч.

Практических занятий 13,5 ч.

Самостоятельная работа 54 ч.

Зачет 7 семестр

7. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов занятий

7.1 Тематический план дисциплины

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Реализуемые компетенции	Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов				Самостоятельная работа, часов
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Групповые консультации	
7 семестр							
Раздел 1. Сущность продаж и современный рынок гостиничных услуг							
1.	Введение в курс технологий продаж.	ПК -8 - Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций в сфере гостеприимства и общественного питания.	1,5	-	-	-	-
2.	Основные формы продаж гостиничных услуг.		1,5	1,5	-	-	6
3.	Методы стимулирования продаж		-	1,5	-	-	6
Раздел 2. Технология персональной продажи в сфере гостиничного бизнеса							
4.	Установление контакта продавца с покупателем.	ПК-9 - Способен к интернет продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	1,5	1,5	-	-	6
5.	Анализ потребностей клиента.		1,5	1,5	-	-	6
6.	Презентация гостиничного продукта. Техника презентации.		1,5	1,5	-	-	6
7.	Основные техники работы с возражениями.		1,5	1,5	-	-	6
8.	Психологические аспекты ведения переговоров о цене. Техника ведения телефонных переговоров.		1,5	1,5	-	-	6
9.	Завершающая стадия продажи.		1,5	1,5	-	-	6
10.	Организация продаж и современные технологии в гостиничном бизнесе.		1,5	1,5	-	-	6
	Итого за 7 семестр		13,5	13,5	-	-	54

	Итого		13,5	13,5	-	-	54
--	--------------	--	-------------	-------------	----------	----------	-----------

7.2 Наименование и содержание лекций

№	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание	Объем часов	Интерактивная форма проведения
	7 семестр		-
	Раздел 1. Сущность продаж и современный рынок гостиничных услуг	3	-
1	Тема 1. Введение в курс технологий продаж. Основные технологии и общие закономерности системы продаж в индустрии гостеприимства. Факторы успеха в продаже гостиничных услуг.	1,5	-
2	Тема 2. Основные формы продаж гостиничных услуг. Торговые взаимоотношения между участниками каналов распределения. Электронная коммерция. Выставочная деятельность гостиничных предприятий. Прямой маркетинг	1,5	
	Раздел 2. Технология персональной продажи в сфере гостиничного бизнеса		-
3	Тема 4. Установление контакта продавца с покупателем Установление контакта через речевое поведение. Установление контакта при помощи визуального канала восприятия. Установление контакта при помощи аудиального канала восприятия. Контакт через цели, способности, стратегии, Контакт через представления, оценки, убеждения.	1,5	-
4	Тема 5. Анализ потребностей клиента. Функции вопросов. Техника постановки вопросов. Типы вопросов. Главные принципы вопросной техники.	1,5	-
5	Тема 6. Презентация гостиничного продукта. Техника презентации Основные приемы презентации товара. Работа с группой клиентов. Правила приведения аргументов. Структура презентации. Методы построения презентации. Правила поведения при проведении презентации.	1,5	-
6	Тема 7. Основные техники работы с возражениями. Суть и значение возражений. Основные правила в преодолении возражений. Типы возражений. Поведение продавца и ответы на возражения клиента.	1,5	-
7	Тема 8. Психологические аспекты ведения переговоров о цене. Главные принципы аргументации цены. Стратегии поведения продавца при сопротивлении цене. Техники обоснования цены. Техники обоснования цены. Поведение продавца при подведении переговоров о цене. Речь как инструмент воздействия на клиента. Рекомендации по ведению телефонных переговоров	1,5	-
8	Тема 9. Завершающая стадия продажи. Ошибки продавца на завершающей стадии продажи. Главные	1,5	-

	рекомендации при заключении сделки. Способы завершения сделки купли-продажи. Поведение продавца после заключения сделки. Послепродажное поведение продавца.		
9	Тема 10. Организация продаж и современные технологии в гостиничном бизнесе. Использование интерактивных технологий при организации продаж. Глобальная сеть Интернет, как канал продвижения и реализации гостиничного продукта.	1,5	-
	Итого за 7 семестр	13,5	-
	Итого	13,5	-

7.3 Наименование лабораторных занятий

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом.

7.4. Наименование практических занятий

№	Наименование тем практических занятий, их краткое содержание	Объем часов	Интерактивная форма проведения
	7 семестр		-
	Раздел 1. Сущность продаж и современный рынок гостиничных услуг	7,5	-
1	Тема 2. Основные формы продаж гостиничных услуг. <i>Сущность продаж и их роль. Типы продаж. Имидж продаж. Сущность управления продажами и его предназначение. Маркетинговая концепция. Реализация маркетинговой концепции. Зависимость между продажами и маркетингом. Каналы продаж. Услуги, связанные с продажами. Стимулирование продаж. Выставки. Международные продажи. Организация офисных продаж.</i>	1,5	-
2	Тема 3. Методы стимулирования продаж. <i>Мерчандайзинг. Компоненты организации эффективного сбыта. Методы персональных продаж. Подходы к формированию прямого сбыта на основе клиентского анализа. Особые формы коммерческого взаимодействия. Ценовое стимулирование. Натуральное стимулирование. Игровое стимулирование. Услужливое стимулирование. Предоставление бонусов, систем скидок, акций.</i>		-
	Раздел 2. Технология персональной продажи в сфере гостиничного бизнеса		-
3	Тема 4. Установление контакта продавца с покупателем. <i>Управление контактом с клиентом. Технология управления контактом. Приемы воздействия на клиента. Формирование первого впечатления. Типы клиентов. Тайная манипуляция клиентами. Влияние позитивных формулировок на процесс установления контакта.</i>	1,5	-
4	Тема 5. Анализ потребностей клиента. <i>Типы вопросов и их характеристика. Сформулировать 10 открытых и 10 закрытых вопросов и задать их клиенту в сконструированной ситуации. Сформулировать пять цепочек из трех закрытых вопросов, подразумевающих положительный ответ клиента так, чтобы ответ на</i>	1,5	-

	<i>последний вопрос в цепочке оказался утвердительным.</i>		
5	Тема 6. Презентация гостиничного продукта. Техника презентации. <i>Цели презентации. Структура презентации. Методы презентации. 12 элементов успешной презентации. Взаимодействие покупателя и продавца на этапе презентации. Правила проведения презентации.</i>	1,5	-
6	Тема 7. Основные техники работы с возражениями. <i>Общие положения, диагностика ложных возражений. Способы и методы обработки возражений. Основные типы слушателей: их характеристика и описание основных психологических реакций. Способы выражения возражений при общении в процессе купли-продажи. Виды личностных сопротивлений: приёмы преодоления. Использование рефрейминга в работе с клиентом.</i>	1,5	-
7	Тема 8. Психологические аспекты ведения переговоров о цене. Техника ведения телефонных переговоров. <i>Правила проведения переговоров о цене. 11 вопросов, которые приводят к сделке. Методы эффективной организации телефонных переговоров. Подготовка к телефонному разговору. Вербальные средства выражения. Задачи менеджера турпредприятия при проведении переговоров с клиентом по телефону.</i>	1,5	-
8	Тема 9. Завершающая стадия продажи. <i>Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворенности клиента. Работа с жалобами и претензиями.</i>	1,5	-
9	Тема 10. Организация продаж и современные технологии в гостиничном бизнесе. <i>Использование интерактивных технологий при организации продаж. Глобальная сеть Интернет, как канал продвижения и реализации гостиничного продукта.</i>	1,5	-
	Итого за 7 семестр	13,5	-
	Итого	13,5	-

7.5 Технологическая карта самостоятельной работы обучающегося

Коды реализуемых компетенций	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе		
				СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
7 семестр						
ПК-8	Самостоятельное изучение литературы, интернет-источников	Конспект материалов	Собеседование	24,3	2,7	27

ПК-9	Подготовка реферата, доклада	Текст доклада, реферата	Реферат, доклад	24,3	2,7	27
Итого за 7 семестр				48,6	5,4	54
Итого				48,6	5,4	54

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

8.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП ВО. Паспорт фонда оценочных средств

Код оцениваемой компетенции (или её части)	Модуль, раздел, тема (в соответствии с Программой)	Тип контроля	Вид контроля	Компонент фонда оценочных средств	Количество заданий для каждого уровня, шт.	
					Базовый	Повышенный
ПК-8 ПК-9	1-4	текущий	устный	Вопросы для собеседования	10	5
	5-10	текущий	письменный	Темы докладов	5	5

8.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровни сформированности компетенций	Индикаторы	Дескрипторы			
		2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
ПК -8 - Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций в сфере гостеприимства и общественного питания ПК-8.1. Проводит анализ системы ценообразования организаций общественного питания и тарифной политики организаций сферы гостеприимства ПК-8.2. Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений ПК-8.3. Разрабатывает меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий сферы гостеприимства и общественного питания ПК-8.4. Проводит выбор систем автоматизации предприятий сферы гостеприимства и общественного питания, анализирует основные показатели деятельности предприятия					

Базовый	Знает: основы организации и планирования деятельности предприятий гостиничного сервиса; - теоретические, правовые и практические основы технологии продаж гостиничных услуг;	- не знает: - основы организации и планирования деятельности предприятий сервиса;	Знает: - основы организации и планирования деятельности предприятий сервиса;	Знает: - основы организации и планирования деятельности предприятий сервиса; - теоретические, правовые и практические основы технологии продаж гостиничных услуг;	
	Умеет: - определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг; - анализировать и развивать каналы продаж;	Не умеет: - определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг;	Умеет: - определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг;	Умеет: - определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг; - анализировать и развивать каналы продаж;	
	Владеет: - методиками диагностирования поведения и оказания влияния на потребителя; - приемами выработки конструктивного отношения к возражениям, жалобам, недовольству клиентов и техникой их преодоления.	Не владеет: - методиками диагностирования поведения и оказания влияния на потребителя;	Владеет: - методиками диагностирования поведения и оказания влияния на потребителя;	Владеет: - методиками диагностирования поведения и оказания влияния на потребителя; - приемами выработки конструктивного отношения к возражениям, жалобам, недовольству клиентов и техникой их преодоления.	
Повышенный	Знает: - основы организации и планирования деятельности предприятий гостиничного сервиса; - теоретические, правовые и практические основы технологии продаж гостиничных услуг; - механизм и технологии продаж гостиничных услуг.				Знает: - основы организации и планирования деятельности предприятий гостиничного сервиса; - теоретические, правовые и практические основы технологии продаж гостиничных услуг; - механизм и технологии продаж гостиничных услуг.
	Умеет:				Умеет:

	- определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг; - анализировать и развивать каналы продаж; - аргументировать приобретение гостиничных услуг;				- определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг; - анализировать и развивать каналы продаж; - аргументировать приобретение гостиничных услуг;
	Владеет: - методиками диагностирования поведения и оказания влияния на потребителя; - приемами выработки конструктивного отношения к возражениям, жалобам, недовольству клиентов и отработать алгоритм их преодоления; - навыками профессиональной аргументации при обсуждении вопросов, касающихся предоставления гостиничных услуг.				Владеет: - методиками диагностирования поведения и оказания влияния на потребителя; - приемами выработки конструктивного отношения к возражениям, жалобам, недовольству клиентов и отработать алгоритм их преодоления; - навыками профессиональной аргументации при обсуждении вопросов, касающихся предоставления гостиничных услуг.

ПК-9 - Способен к интернет продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

ПК-9.1. Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

ПК-9.2. Разрабатывает программу продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания в среде интернет

ПК-9.3. Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Базовый	Знает: - инновационные формы продаж гостиничного продукта; - методику поиска клиентуры;	Не знает: - инновационные формы продаж гостиничного продукта;	Знает: - некоторые инновационные формы продаж гостиничного продукта;	Знает хорошо: - инновационные формы продаж гостиничного продукта; - методику поиска клиентуры;	
	Умеет: - ясно излагать и аргументировать собственную точку зрения; - применять полученные знания на практике, а именно в момент общения с потребителем;	Не умеет: - ясно излагать и аргументировать собственную точку зрения;	Умеет: - излагать и аргументировать собственную точку зрения;	Умеет: - ясно излагать и аргументировать собственную точку зрения; - применять полученные знания на практике, а именно в момент общения с потребителем;	
	Владеет:	Не владеет:	Владеет:	Владеет:	

	- навыками координации маркетинговых усилий в управлении продажами; - навыками работы с ресурсами глобальных систем бронирования туров и гостиниц и других поставщиков туристических услуг;	- навыками координации маркетинговых усилий в управлении продажами;	- некоторыми навыками координации маркетинговых усилий в управлении продажами;	- навыками координации маркетинговых усилий в управлении продажами; - навыками работы с ресурсами глобальных систем бронирования туров и гостиниц и других поставщиков туристических услуг;	
Повышенны й	Знает: - инновационные формы продаж гостиничного продукта; - методику поиска клиентуры; - принципы организации гостиничного маркетинга;				Знает: - инновационные формы продаж гостиничного продукта; - методику поиска клиентуры; - принципы организации гостиничного маркетинга;
	Умеет: - ясно излагать и аргументировать собственную точку зрения; - применять полученные знания на практике, а именно в момент общения с потребителем; - анализировать поведение потребителей и состояние спроса;				Умеет: - ясно излагать и аргументировать собственную точку зрения; - применять полученные знания на практике, а именно в момент общения с потребителем; - анализировать поведение потребителей и состояние спроса;
	Владеет: - навыками координации маркетинговых усилий в управлении продажами; - навыками работы с ресурсами глобальных систем бронирования туров и гостиниц и других поставщиков туристических услуг; - навыками развития коммуникативных способностей; построения долгосрочного сотрудничества.				Владеет: - навыками координации маркетинговых усилий в управлении продажами; - навыками работы с ресурсами глобальных систем бронирования туров и гостиниц и других поставщиков туристических услуг; - навыками развития коммуникативных способностей; построения долгосрочного сотрудничества.

Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость обучающихся по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль

№ п/п	Вид деятельности студентов	Сроки выполнения	Количество баллов
7 семестр			
1.	Собеседование по темам 1-5	6 неделя	25
2.	Собеседование по темам 6-10	12 неделя	30
Итого за 7 семестр			55
Итого			55

Максимально возможный балл за весь текущий контроль устанавливается равным 55. Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее 60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставляемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в установленные графиком контрольных мероприятий сроки, определяется следующим образом:

Уровень выполнения контрольного задания	Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)
Отличный	100
Хороший	80
Удовлетворительный	60
Неудовлетворительный	0

8.3. Типовые контрольные задания для проведения промежуточной аттестации

Процедура зачёта как отдельное контрольное мероприятие не проводится, оценивание знаний обучающегося происходит по результатам текущего контроля.

Зачет выставляется по результатам работы в семестре, при сдаче всех контрольных точек, предусмотренных текущим контролем успеваемости. Если по итогам семестра обучающийся имеет от 33 до 60 баллов, ему ставится отметка «зачтено». Обучающемуся, имеющему по итогам семестра менее 33 баллов, ставится отметка «не зачтено».

Количество баллов за зачет ($S_{зач}$) при различных рейтинговых баллах по дисциплине по результатам работы в семестре

Рейтинговый балл по дисциплине по результатам работы в семестре ($R_{сем}$)	Количество баллов за зачет ($S_{зач}$)
$50 \leq R_{сем} \leq 60$	40
$39 \leq R_{сем} < 50$	35
$33 \leq R_{сем} < 39$	27
$R_{сем} < 33$	0

При дифференцированном зачете используется шкала пересчета рейтингового балла по дисциплине в оценку по 5-балльной системе

Шкала пересчета рейтингового балла по дисциплине в оценку по 5-балльной системе

Рейтинговый балл по дисциплине	Оценка по 5-балльной системе
88 – 100	Отлично
72 – 87	Хорошо

53 – 71	Удовлетворительно
<53	Неудовлетворительно

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

На первом этапе необходимо ознакомиться с рабочей программой дисциплины, в которой рассмотрено содержание тем практических занятий, темы и виды самостоятельной работы. По каждому виду самостоятельной работы предусмотрены определённые формы отчетности. Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить следующие виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
		Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
2	Основные формы продаж гостиничных услуг.	1	1	1-2	1-4
3	Методы стимулирования продаж	1	3	1-2	1-4
4	Установление контакта продавца с покупателем.	1	1-3	1-2	1-4
5	Анализ потребностей клиента.	1	1,4	1-2	1,2
6	Презентация гостиничного продукта. Техника презентации.	1	1,4	1-2	3
7	Основные техники работы с возражениями.	1	3	1-2	1-4
8	Психологические аспекты ведения переговоров о цене. Техника ведения телефонных переговоров.	1	1,4	1-2	1-4
9	Завершающая стадия продажи.	1	2	1-2	1-4
10	Организация продаж и современные технологии в гостиничном бизнесе.	1	1,2	1-3	1-4

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

10.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

10.1.1. Перечень основной литературы:

1. Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта: учебное пособие [Текст]/ Е.И. Мазилкина.- М.: НИЦ «Инфра-М», 2022. ил. - Библиогр.: с. 207. – ISBN: 978-5-16-014060-5.

10.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учебно-методическое пособие/ Л. И. Егоренков.- М.: Финансы и статистика, 2016. .— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52212.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Котанс, А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма: учеб. пособие/ А. Я. Котанс.- М.: Флинта, 2018. - 348, [1] с. : рис. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-4377-0016-7 : 595-00.
3. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: учебно-практическое пособие / О. Ю. Грачева [и др.]- М.: ИТК "Дашков и К°", 2020. - 300

с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 287- 290. - бакалавры. - ISBN 978-5-4365-0139-0 : 100-00.

10.2 Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Технология продаж в международном туризме» для студентов направления 43.03.02 «Туризм»
2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине «Технология продаж в международном туризме» для студентов направления 43.03.02 «Туризм»

10.3 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

«Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

Использование программного обеспечения и информационных справочных систем не предусмотрено.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине:

Учебные аудитории, оборудованные интерактивной доской, ноутбуком, мультимедийным проектором.