


Утверждено приказом ГОУ ВПО ДонГУУ от 23.08.2016г. №675

ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

ФАКУЛЬТЕТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА
КАФЕДРА ТУРИЗМА

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 Л.Н.Костина
20.08.2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Организация туристического обслуживания и технология продаж»

Направление подготовки

43.03.02 «Туризм»


Донецк 2017

Рабочая программа учебной дисциплины «Организация туристического обслуживания и технология продаж» для студентов 3 курса образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 43.03.02 «Туризм» очной формы обучения

Автор(ы),
разработчик(и): доцент, кандидат экономических наук М.В. Гончарова
должность, ученая степень, ученое звание, инициалы и фамилия


Программа рассмотрена на
заседании ПМК кафедры «Туризм»

Протокол заседания ПМК от 08.06.2017 № 11
дата

Председатель ПМК  А.С. Гусак
(подпись) (инициалы, фамилия)

Программа рассмотрена на
заседании кафедры туризма

Протокол заседания кафедры от 09.06.2017 № 11
дата

Заведующая кафедрой  В.Г. Шепилова
(подпись) (инициалы, фамилия)

1. Цель освоения дисциплины и планируемые результаты обучения по дисциплине (соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы)

Целью освоения дисциплины является формирование знаний, умений и навыков у будущих специалистов в области технологии обслуживания туристов и организации продаж туристских услуг.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: способность использовать основы знаний для выявления роли и значения правовых основ разработки и применения стандартов; уяснения существенных аспектов нормативно–правовой базы сертификации услуг и лицензирования; овладения практическими знаниями и навыками использования действующих стандартов в области туризма.

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Знать: технологию разработки, продвижения и организации продажи туристского продукта и отдельной услуги;

Уметь: на основе анализа рынка разработать и документально оформить тур; рассчитать цену тура; разрабатывать и заключать договора с партнерами и туристами;

продавать и организовывать туры; уметь работать на выставке.

Владеть: навыками работы руководителя туристской группы на маршруте; технологиями обслуживания туристов.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося

Дисциплина «Организация туристического обслуживания и технология продаж» относится к базовой части профессионального цикла Учебного плана направления подготовки 43.03.02 «Туризм».

Изучение данной дисциплины предполагает наличие базовых знаний, полученных студентами в процессе освоения таких дисциплин, как: «Основы туризоведения», «География туризма», «Связь с общественностью в туризме», «Экономические аспекты в туризме», «Маркетинг».

2.2. Дисциплины и/или практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Дисциплина «Организация туристического обслуживания и технология продаж» является основой изучения дисциплины «Туроперейтинг», «Ценообразование в туризме». Дисциплина читается в 6 семестре 3 курса.

3. Объем дисциплины в кредитах (зачетных единицах) с указанием количества академических часов, выделенных на аудиторную (по видам учебных занятий) и самостоятельную работу студента.

	Кредиты ECTS (зачетные единицы)	Всего часов		Форма обучения (вносятся данные по реализуемым формам)	
		О	З	Очная	заочная
				Семестр № 6	Семестр №
Общая трудоемкость	3	108		Количество часов на вид работы:	
Виды учебной работы, из них:					
Аудиторные занятия (всего)			45/	-	
В том числе:					
Лекции			15	-	
Семинарские занятия			30	-	
Самостоятельная работа (всего)			63	-	
Промежуточная аттестация					

В том числе:		
зачет	зачет	

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

4.1. Разделы (темы) дисциплины с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Таблица 4.1.

Наименование раздела, темы дисциплины	Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам)									
	Очная форма обучения					Заочная форма обучения				
	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	2	3	4	5	6					
Тема 1. Туристские продажи как структурированный процесс	2		4	9	15					
Тема 2. Планирование туроперейтинговой программы	2		4	9	15					
Тема 3. Маркетинговые технологии в туроперейтинге	2		4	9	15					
Тема 4. Технология проектирования тура	2		4	9	15					
Тема 5. Теоретические основы технологии продаж услуг в туристской индустрии	2		4	9	15					
Тема 6. Мотивация потребителей и основы психологии продаж услуг туристской индустрии	2		4	9	15					
Тема 7. Организация каналов сбыта туристского продукта	3		6	9	18					
Итого за семестр:	15		30	63	108					

4.2. Содержание разделов дисциплины

Наименование раздела, дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол- во часов	
			д	з
1	2	3	4	5
Тема 1. Туристские продажи как структурированный процесс	Туристские продажи как структурированный процесс Сущность управления продажами. Роль управления продажами в системе маркетинга. Типы организации продаж. Особенности продажи туристских услуг. Основные составляющие процесса продажи туристских услуг. Стратегии туристских продаж.	Семинарское занятие 1.	2	
		1. Сущность туроператорской и турагентской деятельности. Отличительные черты их деятельности		
		2. Сущность управления продажами		
		Семинарское занятие 2.	2	
		1. Особенности формирования рынка туристских услуг 2. Основные направления содержательной подготовленности работника турагентства		
Тема 2 Планирование туроперейтинговой программы	Типы и функции туроператоров. Принципы планирования туроперейтинговой программы. Рекреационно-туристские районы – основные объекты планировании. Типичная временная шкала туроперейтинговой программы. Планирование типичной туроперейтинговой программы инициативного и рецептивного туроператоров. Подготовка к переговорам. Заключение сделки. Особенности планирования промо-акции в индустрии гостеприимства. Анализ ошибок при проведении промо-акций. Сравнительный анализ BTL и ATL рекламы. Промо-сайт и цели его создания.	Семинарское занятие 3	2	
		1. Особенности туроперейтинговой программы для инициативного туроператора		
		2. Особенности туроперейтинговой программы для рецептивного туроператора		
		Семинарское занятие 4	2	
		1. Особенности планирования промо- акции в индустрии гостеприимства.		
		2. Сравнительный анализ BTL и ATL рекламы.		
Тема 3 Маркетинговые технологии в	Туристский маркетинг. Функции туристского маркетинга в выявлении	Семинарское занятие 5	2	
		1. Выявление потребностей рынка		

туроперейтинге	<p>потребностей рынка. Сегментация туристского рынка. Основные признаки сегментации рынка по группам потребителей. Характеристика сегментов рынка туристских услуг по уровню дохода и уровню образования. Выбор целевого рынка туристских услуг. Директ–маркетинг: инструменты и методы. Понятие и цели директ–маркетинга. Сходства и отличия директ–маркетинга и традиционной рекламы в туристском бизнесе. Развитие директ–маркетинга в России. Инструменты директ–маркетинга в туристском бизнесе.</p>	2.Разработка и внедрение на рынок нового туристского продукта		
		Семинарское занятие 6	2	
		1. Директ–маркетинг: инструменты и методы 2. Инструменты директ–маркетинга в туристском бизнесе.		
Тема 4 Технология проектирования тура	<p>Индивидуальные и групповые туры: сущность, цели, задачи, отличительные черты и принципы разработки. Технология проектирования тура: обоснование, нормативное регулирование, этапы проектирования и документальное оформление. Общие требования к туристской услуге при проектировании (обязательные и рекомендуемые).</p>	Семинарское занятие 7	2	
		1. Особенности и принципы разработки индивидуальных и групповых туров		
		2. Основы технологии проектирования туров		
		Семинарское занятие 8		
		1. Нормативное регулирование проектирования тура 2. Требования к туристской услуге при проектировании тура		
Тема 5 Теоретические основы технологии продаж услуг в туристской индустрии	<p>Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс удовлетворения потребностей потребителей и удовлетворения потребностей продавца в стремлении получить прибыль, построенный на реализации товаров и услуг туристской индустрии. Рынок потребителей. Рынок конкурентов. Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг. Торговые взаимоотношения</p>	Семинарское занятие 9	2	
		1.Рынок потребителей и рынок продавцов турпродукции		
		2.Технологический процесс удовлетворения потребностей потребителей турпродукта		
		Семинарское занятие 10	2	
		1. Основы технологии продаж оптовых операторов 2.Торговые взаимоотношения туроператоров и турагентов		

	туроператоров и турагентов. Создание сетевых торговых структур. Франчайзинг.	3. Особенности франчайзинга		
Тема 6 Мотивация потребителей и основы психологии продаж услуг туристской индустрии	Мотивации покупок. Психологические модели потребительских мотиваций. Современный опыт применения и использования. Основы психотехнологии продаж услуг туристской индустрии. Клиентоориентированность как основа технологий продаж туристских услуг. Создание инструментов диагностики потребностей потребителей. Способы и особенности влияния на процесс принятия решений о покупке продукта туристской индустрии. Определение скрытых мотивов клиента туристической компании. Формирование навыков демонстрации пользы туристической услуги. Привлечение и обслуживание постоянных клиентов. Преодоление возражений потребителей.	Семинарское занятие 11 1. Основы психотехнологии продаж услуг туристской индустрии.	2	
		2. Мотивация продаж туруслуг		
		Семинарское занятие 12 1. Инструменты диагностики потребностей потребителей.	2	
		2. Способы и особенности влияния на процесс принятия решений о покупке продукта		
Тема 7. Организация каналов сбыта туристского продукта	Существующие способы (подходы) ведения продаж в туристской индустрии. Опыт в использовании различных способов ведения продаж. Выбор оптимальной стратегии продаж туристских услуг. Проектирование каналов сбыта туристских услуг. Функции участников каналов распределения в технологическом цикле продаж туристских услуг (информационная функция, функции продвижения, ведение переговоров, достижения согласия по ценам и финансирования).	Семинарское занятие 13 1. Способы ведения продаж в туристской индустрии	2	
		2. Выбор оптимальной стратегии продаж		
		Семинарское занятие 14 1. Каналы сбыта	2	
		2. Сбытовая стратегия туристского предприятия		
		Семинарское занятие 14 Функции участников каналов распределения в технологическом цикле продаж туристских услуг	1	

5. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

5.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

обучающихся по дисциплине

1. Колоскина О.А. Конспект лекций по дисциплине «Организация туристического обслуживания и технология продаж» (в разработке).

2. Виноградова Т.В. Технология продаж услуг туристской индустрии: учебник для студ. высш. учеб. заведений / Т.В. Виноградова, Н.Д. Закорин, Р.Ю. Тубелис. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 240 с.

3. Методические рекомендации для проведения семинарских занятий по учебной дисциплине «Организация туристического обслуживания и технология продаж», разработанные автором в составе УМКД.

4. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Организация туристического обслуживания и технология продаж», разработанные автором в составе УМКД.

Перечень контрольных вопросов для самоподготовки

1. Туроперейтинговая деятельность: сущность, цели и задачи.
2. Функции рецептивного туроператора на рынке туристских услуг.
3. Функции инициативного туроператора на рынке туристских услуг.
4. Каковы технологические особенности разработки групповых и индивидуальных туров?
5. Классы обслуживания в туризме.
6. Туристский продукт: понятие, технологические особенности проектирования инклюзив–тура (ИТ) и индивидуального тура.
7. Программа обслуживания в туризме: сущность и технология проектирования.
8. Рекреационно–туристские районы – основные объекты планирования.
9. Каковы основные требования к рекреационным условиям и уровню услуг при проектировании туров различного класса обслуживания?
10. Этапы планирования туроперейтинговой программы рецептивного туроператора.
11. Этапы планирования туроперейтинговой программы инициативного туроператора.
12. Технология подготовки туристской фирмы к переговорам с поставщиками услуг.
13. Технология подготовки к переговорам между инициативным и рецептивным туроператорами.
14. Правовая основа договорной деятельности в туризме. Структура типового договора.
15. Сделка, виды сделок в туризме.
16. Сделка на условиях «Договора агентского соглашения» (существенные условия).
17. Сделка на условиях «Купли–продажи» (существенные условия).
18. Сделка на условиях «Договора обмена» (существенные условия).
19. Принципиальные условия договора туристской фирмы с гостиничным предприятием.
20. Принципиальные условия договора туристской фирмы с предприятием питания.
21. Принципиальные условия договора туристской фирмы с авиакомпанией.
22. Принципиальные условия договора туристской фирмы с железной дорогой.
23. Принципиальные условия договора между туристской фирмой и туристом.
24. Принципиальные условия договора между рецептивным и инициативным туроператорами.
25. Туристские формальности и технологические особенности их оформления.
26. Технологические этапы разработки тура.
27. Документальное оформление тура.

28. Стратегия и менеджмент обслуживания туристов в фирме.
29. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта.
30. Особенности технологии управления персоналом на предприятиях туризма.
31. Мотивация в туризме: понятия, классификация, психологические теории мотивации.
32. Система мотивации труда персонала.

5.2. Перечень основной учебной литературы

1. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: учебник / Е.Н. Ильина. – М., Финансы и статистика, 2008. – 272 с.
2. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия обслуживания: учебник для вузов / Е.Н. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 192 с.
3. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта: учебник для студентов вузов / Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 176 с.
4. Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / Н. А. Зайцева. – 2-е изд.,изм. и доп. – М. : ФОРУМ, 2012. – 368 с. : ил.
5. Казаков Н.П. Безопасность жизнедеятельности. Обеспечение безопасности в туризме / Н.П. Казаков, Н.Я. Якубовская.– М.: Академия, 2011.– 240 с.
6. Саак А.Э. Маркетинг в социально–культурном сервисе и туризме / А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных. – СПб.: Питер, 2012 – 480с.
7. Скобкин С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие для студентов вузов / С.С. Скобкин.– М.: Магистр: ИНФРА–М, 2011. – 496 с.

5.2. Дополнительная литература

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие для образоват. учреждений сред. проф. образования / А. Б. Косолапов. – 2-е изд.,стер. – М. : КНОРУС, 2010. – 288 с.
2. Кусков А.С. Туроперейтинг: [учебник для студентов вузов] / А. С. Кусков, В. Л. Голубева. – М. : ФОРУМ, 2011. – 400 с.
3. Исмаев Д.К. Организация въездного туризма в Российскую Федерацию: учебно–практ. пособие / Д. К. Исмаев; Моск. академия туристского и гостинично–ресторан. бизнеса при Правительстве Москвы. – 2-е изд.,испр. и доп. – М. : Книгодел : МАТГР, 2009. – 152 с.
4. Виноградова Т.В. Технология продаж услуг туристской индустрии: учебник для студентов вузов / Т. В. Виноградова, Н. Д. Загорин, Р. Ю. Тубелис ; Балт. акад. туризма и предпринимательства. – М. : Академия, 2010. – 240 с.
5. Гущина И.А. Документационное обеспечение управления в социально–культурном сервисе и туризме: учеб. пособие для студентов вузов / И.А. Гущина, Н.А. Зайцева. – М. : Альфа–М : ИНФРА–М, 2014. – 240 с.
6. Кусков А.С. Основы туризма: учебник для студентов вузов / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. – М. : КНОРУС, 2011
7. Саак А.Э. Маркетинг в социально–культурном сервисе и туризме / А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных. – СПб.: Питер, 2012 – 480с.
8. Косолапов А.Б. География российского внутреннего туризма: учебное пособие для студентов вузов / А. Б. Косолапов. – 3-е изд.,стереотип. – М. : КНОРУС, 2010. – 272 с.
9. Уокер Д.Р. Введение в гостеприимство: учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по спец. 10103 «Соц.–культур. сервис и туризм», 10102 «Туризм» / Д.Р. Уокер ; пер. с англ. [В. Н. Егорова]. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ–ДАНА, 2013. – 735 с
10. Резаева Г.С. Бухгалтерский учет: практикум / Г.С. Резаева, А.А. Зайцева; Владивосток. гос. ун–т экономики и сервиса. – 2-е изд.,испр. и доп. – Владивосток: Изд–во ВГУЭС, 2009. – 100 с.

11. Щеникова Н.Б. Основы туризма и индустрии гостеприимства: учебно-методическое пособие / Н.Б. Щеникова. – Владивосток: изд-во ВГУЭС, 2009. – 72 с.

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Интернет-сайты www.unwto.org
 Всемирная туристская организация (UNWTO) www.wttc.org
 Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) www.russiatourism.ru
 Федеральное агентство по туризму Российской Федерации www.ratanews.ru
 ежедневная электронная газета "RATA news", выпускаемая Российским союзом туристической индустрии

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

7.1. Перечень информационных технологий (при необходимости)

Информационные технологии не применяются.

7.2. Перечень программного обеспечения (при необходимости)

Программное обеспечение не применяется

7.3. Перечень информационных справочных систем (при необходимости)

Информационные справочные системы не используются

8. Фонд оценочных средств для контроля уровня сформированности компетенций

8.1. Виды промежуточной аттестации.

При подготовке к семинарским занятиям студент заранее должен ознакомиться с темой семинарского занятия и вопросами, которые будут разбираться на данном занятии. При подготовке к семинарскому занятию студенту рекомендуется самостоятельно отработать приемы навыки, которые будут переводными или зачетными упражнениями.

Фонд оценочных средств для текущего контроля, промежуточного и итогового контроля:

Текущий контроль:

1. Опрос.
2. Тестовый контроль.
3. Контрольные работы.
4. Реферат.
5. Блиц- опрос (задания приводятся в средствах диагностики).

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний и умений), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме устного опроса (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (ответы на вопросы, тестовые задания), включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация в форме зачета выставляется по результатам текущего контроля, который позволяет оценить уровень сформированности компетенций в целом по дисциплине.

8.2. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины.

Средним баллом за дисциплину является средний балл за текущую учебную деятельность.

Механизм конвертации результатов изучения студентом дисциплины в оценки по традиционной (государственной) шкале и шкале ECTS представлен в таблице.

Средний балл по дисциплине (текущая успеваемость)	Отношение полученного студентом среднего балла по дисциплине к максимально возможной величине этого показателя	Оценка по государственной шкале	Оценка по шкале ECTS	Определение
4,5 – 5,0	90% – 100%	5	A	отлично – отличное выполнение с незначительным количеством неточностей (до 10%)
4,0 – 4,49	80% – 89%	4	B	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 20%)
3,75 – 3,99	75% – 79%	4	C	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 25%)
3,25 – 3,74	65% – 74%	3	D	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков (до 35%)
3,0 – 3,24	60% – 64%	3	E	достаточно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии, но со значительным количеством недостатков (до 40%)
до 3,0	35% – 59%	2	FX	неудовлетворительно с возможностью повторной сдачи (ошибок свыше 40%)
	0 – 34%	2	F	неудовлетворительно – надо поработать над тем, как получить положительную оценку (ошибок свыше 65%)

8.3. Критерии оценки работы студента.

При усвоении каждой темы за текущую учебную деятельность студента выставляются оценки по 5–балльной (государственной) шкале. Оценка за каждое задание в процессе текущей учебной деятельности определяется на основе процентного отношения операций, правильно выполненных студентом во время выполнения задания:

- 90–100% – «5»,

- 75–89% – «4»,
- 60–74% – «3»,
- менее 60% – «2».

Если на занятии студент выполняет несколько заданий, оценка за каждое задание выставляется отдельно.

8.3.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы)

В ходе выполнения контрольных вопросов по самоподготовке реализуются следующие учебные цели :

- закрепление полученных студентом теоретических знаний;
- углубление знаний по изучаемой дисциплине;
- формирование навыков исследовательской работы с различными источниками;
- приобретение умения лаконичного письменного изложения своих мыслей научным языком;
- формирование навыков поиска аргументированных доказательств собственной позиции по проблемным вопросам изучаемой дисциплины.

Контрольные вопросы выполняются после самостоятельного изучения основных положений дисциплины, а так же на основе анализа рекомендованной учебной литературы и нормативно-правового материала. Для более полного и всестороннего раскрытия темы студент может использовать дополнительную литературу, в том числе научную и периодические печатные издания. Перечень контрольных вопросов по самоподготовке состоит из вопросов по основным терминам и понятиям, встречающимся по мере изучения дисциплины, а также ситуационных задач.

Критерии оценки выполнения контрольных вопросов по самоподготовке

оценка	критерии
5(отлично)	Работа выполнена правильно, присутствие творческого подхода при выполнении
4 (хорошо)	Работа выполнена правильно
3 (удовлетворительно)	Работа выполнено, но допускались ошибки, не отразившиеся на качестве выпускаемых работ
2 (неудовлетворительно)	Работа не выполнено или допущены ошибки, влияющие на качество работы

Тестовые задания

Выбрать один правильный ответ:

1.Какой способ продвижения нового товара наиболее эффективен?

1. В сравнении с доступной альтернативой
2. Убедить в нестандартности решения
3. Предоставить выгодные характеристики на качество и цену товара

2. Если покупатель сомневается в том, что этот товар ему точно подходит, вы:

1. Поддержите его сомнения
2. Постараетесь продать товар в любом случае
3. Постараетесь убедить покупателя в том, что имеющийся у вас товар удовлетворит его потребности

3. Для проведения грамотной презентации товара необходимо:

1. Действовать соответственно методике продаж
2. Понимание потребностей клиента
3. Знание всех преимуществ и недостатков своего товара

4. Когда во время презентации вы назовете цену?

1. В начале презентации
2. В конце презентации
3. Не имеет значения

5. Какие из качеств наиболее предпочтительно для вас:

1. Профильное образование и доскональное знание всех тонкостей продукта
2. Стратегическое мышление, энтузиазм, смелость
3. Общительность, компетентность, обаятельность

6. У ваших конкурентов имеется аналогичный товар по цене и качеству. Вы предпочтете:

1. Действия по дискредитации конкурента
2. Усилить рекламную компанию
3. Придумать способы, чтобы клиенту было удобнее работать с вами

7. Зависят ли результаты вашей работы от вашей частной жизни:

1. Нет, это не связано
2. Да, это взаимосвязано
3. Да и нет

8. Будите ли вы спорить и доказывать клиенту выгоду вашего предложения?

1. Нужно достичь договоренности о дальнейшем взаимодействии.
2. Нет. Потому, что это не приводит к продаже
3. Да, нужно убедить клиента в выгоде и сделать продажу

9. Быть лучшим продавцом это:

1. Уметь квалифицировать покупателя лучшим образом
2. Не испытывать страх общения
3. Уметь манипулировать людьми

10. Насколько быстро вы сможете определить, является ли данный посетитель вашим покупателем:

1. Когда покупатель начнет высказывать свои возражения
2. После того, когда выясню его потребности
3. Почувствую интуитивно сразу

11. На этапе выяснения потребностей контролирует ситуацию тот:

1. Кто больше говорит
2. Кто задает больше удачных вопросов и внимательно слушает
3. Кто управляет вниманием собеседника

12. Товар имеет скрытый дефект. Вы об этом знаете. При продаже этого товара вы предпочтете:

1. Сообщить покупателю, и сделать скидку
2. Не сообщать об этом покупателю, чтобы быстрее продать
3. Снять товар с продажи

13. Что для вас наиболее выгодно при ведении переговоров:

1. Дождаться, когда другая сторона выложит свои «козыри»
2. Выяснить взаимовыгоду
3. Изложить аргументы, дающие вам преимущество

14. В случае, когда клиент отказался приобрести ваш товар, то вы:

1. Предложите ему выгодную скидку
2. Постараетесь узнать, нет ли у него знакомых, которым возможно нужен этот товар
3. Поскорее распрощаетесь, чтобы начать работать с другим клиентом

15. На этапе заключения сделки, какие качества наиболее необходимы:

1. Умение работать с возражениями
2. Уверенность и решительность
3. Лояльность и гибкость
4. Понимание потребностей клиента

16. Продавая свой товар необходимо быть:

1. Уметь создавать благоприятное впечатление о себе и своей компании
2. Уметь переубеждать покупателя
3. Быть экспертом в данной области

17. Процесс продажи от поиска клиента до заключения сделки это:

1. Некий спонтанный, творческий процесс, где невозможно что-либо упорядочить
2. Процесс, в котором можно выделить определенные этапы и следовать, соблюдая очередность

3. Целенаправленный процесс на поиск клиента

19. Как вы думаете, от чего зависит мотивация к приобретению товара?

1. От цены и качества товара
2. От системы ценностей покупателя
3. От условий продажи

18. Каков из перечисленных подходов по поиску новых клиентов кажется вам наиболее правильным?

1. Задача менеджера состоит в поиске новых клиентов, включая холодные звонки
2. Отдел маркетинга и рекламы должен создать известность вашему товару на рынке, а ваша задача довести потенциальных клиентов до сделки
- 3.

20. Каким необходимым качеством должен обладать менеджер по продажам?

1. Быть дисциплинированным в работе
2. Желанием продавать
3. Быть внимательным к людям
4. Настаивать на новых аргументах

Критерии оценки: все тестовые задания равноценны и в результате правильных ответов на каждый из них можно получить по одному баллу. Итоговая оценка зависит от количества правильных ответов в процентном соотношении:

"5" (отлично) - 90-100% правильных ответов;

"4" (хорошо) - 80-89% правильных ответов;

"3" (удовлетворительно) - 70-79% правильных ответов;

"2" (неудовлетворительно) - 69% и менее правильных ответов.

2. Подготовить доклад на одну из предлагаемых тем рефератов.

Для наглядности и более полного восприятия аудиторией материала рекомендуется подготовить презентацию доклада.

Презентация оценивается по следующим критериям:

Содержание:

соответствие слайдов тексту доклада;

оптимальность текста (отсутствие лишнего текста, представление на слайдах лаконичных формулировок, отражающих структуру доклада, основные выводы работы);

корректность текста презентации (использование научной терминологии, отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок

Критерии оценки практических заданий

оценка	критерии
5(отлично)	Практическое задание выполнено правильно, присутствие творческого подхода при выполнении
4 (хорошо)	Практическое задание выполнено правильно
3 (удовлетворительно)	Практическое задание выполнено, но допускались ошибки, не отразившиеся на качестве выпускаемых работ
2 (неудовлетворительно)	Практическое задание не выполнено или допущены ошибки, влияющие на качество работы

Темы рефератов

1. Анализ туристской инфраструктуры конкретного региона
2. Обоснование и разработка программы конкретного тура по региону (регион выбирается самостоятельно).
3. Обоснование, разработка и документальное оформление конкретного тура (экологического, образовательного, паломнического, делового и пр.).
4. Обоснование и разработка анимационной программы (для конкретного сегмента туристского рынка).
5. Детский туризм и его проектировочные и технологические особенности.
6. Разработка программы продвижения конкретного тура или анимационной программы.
7. Разработка технологических этапов продаж конкретного тура.
8. Маркетинговые исследования в разработке стратегии туристской фирмы.
9. Молодежный туризм и его проектировочные и технологические особенности.
10. Маркетинговые коммуникации туристского предприятия
11. Имидж туристского предприятия
12. Специфика международного маркетинга
13. Выбор целевого рынка туристских услуг
14. Сбытовая стратегия туристского предприятия
15. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг

Показатели и критерии оценки реферата

Показатели оценки	Критерии оценки	Баллы (max)
1. Новизна реферата	– актуальность проблемы и темы; – новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.	20
2. Степень раскрытия сущности проблемы	Соответствие содержания теме реферата; полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; – обоснованность способов и методов работы с материалом; – умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал.	30
3. Обоснованность выбора источника	круг, полнота использования литературных источников по проблеме; – привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов).	20
4. Соблюдение требований к оформлению	правильное оформление ссылок на используемую литературу; – грамотность и культура изложения; – владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; – соблюдение требований к объему реферата.	20
5. Грамотность	отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; – отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме	10

	общепринятых; – литературный стиль.	
--	--	--

Шкалы оценок:

80–100 баллов – оценка «отлично»

60–79 баллов – оценка «хорошо»

30–59 баллов – оценка «удовлетворительно»

0–29 баллов – оценка «неудовлетворительно»

8.3.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций по дисциплине осуществляется в ходе текущего и промежуточного контроля.

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний и умений), компетенций с последующим объединением оценок, осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ.

Основными формами промежуточного контроля знаний являются:

обсуждение вынесенных в планах семинарских занятий вопросов тем и контрольных вопросов;

решение тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;

выполнение контрольных заданий и обсуждение результатов;

участие в дискуссии по проблемным темам дисциплины и оценка качества анализа проведенной научно-исследовательской работы;

написание рефератов;

самостоятельной работы.

Промежуточный контроль осуществляется в форме зачета. Каждая форма промежуточного контроля включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения студентами знаний и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков.

9. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Обучение строится на сочетании лекций, семинаров и самостоятельной внеаудиторной работы студентов (СРС). Лекции являются аудиторными занятиями, которые предназначены для теоретического осмысления и обобщения сложных разделов дисциплины. Семинарские занятия являются также аудиторными и проводятся в виде семинаров по заранее известным темам. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике. На семинарских занятиях применяется метод проблемного обучения – рассмотрения вопросов с помощью создания проблемной ситуации и ее решения в рамках поставленной темы.

Все виды аудиторных занятий сочетают образовательную, воспитательную, практическую и методическую функции.

Вводная лекция – лекционное занятие, предназначенное для создания общего впечатления о дисциплине. На занятии до сведения доводятся основные вопросы дисциплины, показывается ее роль и место в области знаний организации деятельности предприятий туриндустрии, определяется значение дисциплин для формирования общих и профессиональных компетенций.

Модульная лекция – лекционное занятие, предназначенное для овладения обучающимися знаниями теоретического характера в рамках материала модуля.

Самостоятельная работа студента является важной компонентой профессиональной

подготовки специалистов и включает в себя следующее.

Изучение учебного материала – подготовка конспекта, логической схемы изучаемого материала, выучивания глоссария, изучение алгоритма решения типовых задач. Занятие проводится в рамках самостоятельной работы студента.

Личностно-ориентированные технологии обучения, обеспечивающие в ходе учебного процесса учет различных способностей обучаемых, создание необходимых условий для развития их индивидуальных способностей, развитие активности личности в учебном процессе. Личностно-ориентированные технологии обучения реализуются в результате индивидуального общения преподавателя и студента при сдаче презентаций, при выполнении домашних индивидуальных заданий, подготовке индивидуальных отчетов по экскурсиям на предприятия туристской индустрии, на еженедельных консультациях.

Используется лекционно-семинарский метод, самостоятельное изучение литературы, применение новых информационных технологий для самостоятельного пополнения знаний, включая использование технических и электронных средств информации.

Одним из видов самостоятельной работы студентов является написание реферата. Цель данной работы – осмысление и углубление знаний по данной дисциплине, развитие навыков самостоятельной работы по сбору, систематизации материала, проведению исследования и анализа на примере конкретного региона, города или конкретного предприятия индустрии туризма. Являясь одним из видов научно-исследовательской работы студентов, реферат способствует формированию у студентов аналитического, творческого мышления.

Тема реферата выбирается студентом самостоятельно. Структура работы должна включать введение, основную тематическую часть, выводы и предложения, заключение, библиографический список. Объем реферата – 12 – 15 страниц печатного текста.

Особое место в овладении дисциплины отводится самостоятельной работе студента. Учитывая значительный объем материала дисциплины, помимо аудиторной нагрузки, студенты выполняют некоторые виды работ самостоятельно по указанию преподавателя.

Для студентов очных форм обучения в первую очередь такими видами работ является изучение отдельных вопросов по тематике лекционных занятий. Подобная работа необходима для более полного усвоения материала и возможности решения задач, сдачи промежуточной аттестации.

Приступая к изучению дисциплины, прежде всего, необходимо ознакомиться с основным нормативно – законодательными актами, регулирующими развитие туристской деятельности. Затем непосредственно приступить к изучению дисциплины с помощью основной научной учебной литературы.

В целях углубления материала отдельных вопросов дисциплины рекомендуется воспользоваться электронным каталогом. Все виды аудиторных занятий сочетают образовательную, воспитательную, практическую и методическую функции.

Лекция – лекционное занятие, предназначенное для создания общего впечатления о дисциплине. На занятии до сведения доводятся основные вопросы дисциплины, показывается ее роль и место в области знаний организации деятельности предприятий туристской индустрии, определяется значение дисциплин для формирования общих и профессиональных компетенций.

Самостоятельная работа студента является важной компонентой профессиональной подготовки специалистов и включает в себя следующее.

Изучение учебного материала – подготовка конспекта, логической схемы изучаемого материала, выучивания глоссария, изучение алгоритма решения типовых задач. Занятие проводится в рамках самостоятельной работы студента.

Личностно-ориентированные технологии обучения, обеспечивающие в ходе учебного процесса учет различных способностей обучаемых, создание необходимых

условий для развития их индивидуальных способностей, развитие активности личности в учебном процессе. Личностно-ориентированные технологии обучения реализуются в результате индивидуального общения преподавателя и студента при сдаче презентаций, при выполнении домашних индивидуальных заданий, на еженедельных консультациях.

Используется лекционно-семинарский метод, самостоятельное изучение литературы, применение новых информационных технологий для самостоятельного пополнения знаний, включая использование технических и электронных средств информации.

Одним из видов самостоятельной работы студентов является написание реферата. Цель данной работы – осмысление и углубление знаний по данной дисциплине, развитие навыков самостоятельной работы по сбору, систематизации материала, проведению исследования и анализа на примере конкретного региона, города или конкретного предприятия индустрии туризма. Являясь одним из видов научно-исследовательской работы студентов, реферат способствует формированию у студентов аналитического, творческого мышления.

Тема реферата выбирается студентом самостоятельно. Структура работы должна включать введение, основную тематическую часть, выводы и предложения, заключение, библиографический список. Объем реферата – 12 – 15 страниц печатного текста.

Методические рекомендации по работе над конспектом лекций во время и после проведения лекции

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Методические рекомендации к семинарским занятиям

При подготовке к семинарским занятиям обучающимся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо освоить основные понятия и методики расчета показателей, ответить на контрольные вопросы. В течении практического занятия студенту необходимо выполнить задания, выданные преподавателем.

Рекомендации по работе с литературой. Теоретический материал дисциплины становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекции и изучению конспекта, изучаются и книги. Легче освоить дисциплину, придерживаясь одного учебника и конспекта. Рекомендуется, кроме «заучивания» материала, добиться состояния понимания изучаемой темы дисциплины. С этой целью рекомендуется после изучения очередного параграфа выполнить несколько простых упражнений на данную тему. Кроме того, очень полезно мысленно задать себе следующие вопросы (и попробовать ответить на них): о чем этот параграф, какие новые понятия введены, каков их смысл, что даст это на практике?

Критерии оценки для получения оценки по зачету.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически

стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с вопросами, причем не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;

- оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические вопросы или не справляется с ними самостоятельно.

10. Описание материально–технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебные аудитории. Проектор и компьютер. Дополнительный раздаточный материал к темам лекций и семинарским занятиям. Тестовые задания: обучающие и контрольные.

11. Иные сведения и (или) материалы: (включаются на основании решения кафедры)

Общие рекомендации по оформлению рабочей программы учебной дисциплины

РПУД оформляется с использованием средств, которые предоставляются текстовым процессором MS Word (различными версиями) и распечатывается на принтере с хорошим качеством печати.

Оформление текста РПУД: текст должен располагаться на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм), иметь книжную ориентацию для основного текста, и альбомную, если это необходимо для размещения схем, рисунков, таблиц, иллюстраций и др. Для страниц с книжной ориентацией рекомендуется устанавливать следующие размеры полей: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 3 см правое – 1,5 см.

Для ввода (и форматирования) текста используются: шрифт – Times New Roman, размер – 12 пт, междустрочный интервал – одинарный, способ выравнивания – по ширине для основного текста. Кавычки в тексте оформляются единообразно (либо « », либо “ ”).

Инициалы нельзя отрывать от фамилии и всегда следует размещать перед фамилией, а не наоборот (исключением являются библиографические списки, внутритекстовые и подстрочные примечания, в которых инициалы ставятся всегда после фамилии).

Нумерация страниц: все страницы РПУД нумеруются по порядку от титульного листа до последней страницы без пропусков, повторений. Первой страницей является титульный лист, номер страницы на нем не ставится. Порядковый номер страницы следует проставлять арабскими цифрами в середине верхнего поля страницы.