

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:

Декан естественно-географического  
факультета



С.В. Жеглов

« 30 » августа 2019 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Технология продаж туристских услуг

Уровень основной профессиональной образовательной программы

бакалавриат

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

Направленность (профиль)

Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Форма обучения

Заочная

Сроки освоения ОПОП

Нормативный, 4,5 года

Факультет

Естественно-географический

Кафедра

Экономической и социальной географии и туризма

Рязань, 2019

## ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Технология продаж туристских услуг» является формирование профессиональных компетенций, освоение теоретических и практических знаний, умений и навыков работы в условиях рыночной экономики; основ дисциплины для принятия квалифицированных решений для организации комплексного туристского обслуживания в основных сегментах туристской индустрии.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Дисциплина «Технология продаж туристских услуг» относится к дисциплинам, формируемым участниками образовательных отношений Блока 1.

2.2. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины: *Менеджмент в туризме, Маркетинг в туризме.*

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной: *Экономика и предпринимательство в сфере туризма, Туристско-рекреационное проектирование.*

## 2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1	ПК-1 Способен к планированию, реализации и оценке эффективности мероприятий по формированию, продвижению и реализации туристского продукта с использованием современных технологий	ПК-1.1 Осуществляет планирование и проведение мероприятий по формированию, продвижению и реализации туристского продукта	Концепции по организации процесса продвижения и реализации туристского продукта	Организовывать мероприятия, направленные на формирование, продвижение и реализацию туристского продукта	Навыками организации процесса продвижения туристского продукта, навыками применения разных подходов к реализации туристского продукта
		ПК-1.2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, отбор наиболее эффективных каналов, планирует и реализует мероприятия по корректировке рекламных кампаний	Показатели, направленные на оценку эффективности проводимых мероприятий, каналы сбыта туристского продукта	Разрабатывать и продвигать мероприятия по продвижению туристского продукта, разрабатывать рекламные компании, анализировать каналы сбыта туристского продукта	Навыками оценивания эффективности мероприятий, направленных на реализацию разработанного туристского продукта и туристских услуг; создания каналов сбыта туристского продукта
		ПК-1.3 Решает задачи по формированию, продвижению и реализации туристского продукта с применением информационно-коммуникационных технологий	Подходы к разработке туристского продукта, коммуникационные технологии, способствующие продвижению и реализации туристского продукта	Анализирует процессы, влияющие на технологию продаж, покупательское поведение, торговые взаимоотношения между участниками	Навыками формирования турпродукта, разработки компании по продвижению и реализации турпродукта и туристских услуг с применением информационно-

				СБЫТОВЫХ каналов	КОММУНИКАЦИОННЫХ технологий
--	--	--	--	------------------	-----------------------------

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Курс
		№ 4
1	2	3
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	14	14
В том числе:		
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	6	6
Лабораторные работы (ЛР)		
Иные виды занятий		
2. Самостоятельная работа студента (всего)	121	121
3. Курсовая работа (при наличии)	КП	
	КР	
Вид промежуточной аттестации	зачет (З),	9
	экзамен (Э)	9
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	<u>144</u>
	зач. ед.	<u>4</u>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Содержание разделов дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах
1	2	3	4
4	1	Специфика туристского продукта.	Основные понятия и определения. Особенности туристского продукта и их влияние на технологию продаж. Структурная модель туристского продукта.
4	2	Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства	Основные концепции маркетинга. Социально-этическая концепция маркетинга. Концепция маркетинга взаимоотношений. Клиентоориентированный подход в индустрии туризма и гостеприимства. Формы продаж туристского продукта
4	3	Основные формы продаж продуктов индустрии туризма и гостеприимства	Туристские мотивации, их влияние на технологию продаж. Психологические процессы, влияющие на технологию продаж. Технология контакта с клиентом. Покупательское поведение. Стимулирование клиента на продажу. Каналы распределения туристского продукта. Торговые взаимоотношения между участниками каналов распределения. Прямой маркетинг.
4	4	Работа менеджера по продажам с клиентами	Технология управления контактом с клиентом. Приемы воздействия на клиента. Исследование потребностей клиента. Презентация продукта туристского предприятия. Управление возражениями клиента. Стимулирование клиента на покупку. Договорные отношения в индустрии туризма и гостеприимства. Работа с жалобами и претензиями.

### 2.2 Лабораторные и курсовые работы не предусмотрены учебным планом

### 3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Самостоятельная работа осуществляется в объеме 121 часов. Видами СРС являются: подготовка к практической работе (работа с первоисточниками, учебниками, базами данных), подготовка к защите электронного реферата-презентации, подготовка к устному индивидуальному собеседованию по материалам практической работы.

### 4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (см. Фонд оценочных средств)

4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине. Рейтинговая система в университете не используется

### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год
1	2
1	Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04332-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/450891">https://urait.ru/bcode/450891</a> (дата обращения: 03.04.2020).
2	Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07356-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/453850">https://urait.ru/bcode/453850</a> (дата обращения: 05.04.2020).

#### 5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год
1	2
1	Технологии продаж турпродукта : учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / Т. В. Виноградова. — 2-е изд., стер. — М. : Издательский центр «Академия», 2014 — 240 с. — (Сер. Бакалавриат).
2	Лежнин, В.В. Локальные системы сферы туризма: управление и инновации / В.В. Лежнин, А.Н. Полухина ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. — 182 с. : табл., граф., схем., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=570636">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=570636</a> (дата обращения: 01.04.2020). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-8158-2106-4. — Текст : электронный.
3	Развитие предпринимательства и бизнеса в современных условиях: методология и организация: Монография / Под общей редакцией ректора Финансового университета при Правительстве Российской

	Федерации, д.э.н., профессора М.А. Эскиндарова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 466 с.
4	Тютин, А. Проактивные продажи. Технологии и стандарты розничных продаж / А. Тютин. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2015. — 256 с. — ISBN 978-5-00057-582-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/91721">https://e.lanbook.com/book/91721</a> (дата обращения: 05.04.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5	Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/448248">https://urait.ru/bcode/448248</a> (дата обращения: 05.04.2020).
6	Ермакова, Е.Е. Коммуникативные технологии в туризме : учебное пособие : [16+] / Е.Е. Ермакова ; Тюменский государственный университет. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2016. – 404 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=572268">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=572268</a> (дата обращения: 01.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-400-01170-2. – Текст : электронный.
7	Родигин, Л.А. Интернет-технологии в туризме и гостеприимстве: лекции / Л.А. Родигин, Е.Л. Родигин. – Москва : Советский спорт, 2014. – 208 с. : табл., схем., ил. – (Профессиональное туристское образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=438479">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=438479</a> (дата обращения: 01.04.2020). – Библиогр.: с. 182-183. – ISBN 5-9718-0743-8. – Текст : электронный.
8	Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/447001">https://urait.ru/bcode/447001</a> (дата обращения: 05.04.2020).
9	Пенкина, Н. В. Туристско-рекреационный комплекс: теоретико-методологические подходы к анализу : 2020-03-05 / Н. В. Пенкина. — Нижневартовск : НВГУ, 2017. — 173 с. — ISBN 978-5-00047-411-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/136229">https://e.lanbook.com/book/136229</a> (дата обращения: 01.04.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
10	Полухина, А.Н. Оценка эффективности стратегических программ развития туризма (на примере Приволжского федерального округа) : монография / А.Н. Полухина, В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2015. – 276 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=459504">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=459504</a> (дата обращения: 01.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8158-1574-2. – Текст : электронный.
11	Аббатов, Юрий Николаевич. Маркетинг в туризме [Текст] : учебник / Ю. Н. Аббатов, М. Ю. Аббатова, И. Г. Филиппова. - Москва : ИНФРА-М, 2012. - 214 с.
12	Маркетинг туризма [Текст] : учебное пособие / И. В. Гончарова [и др.]. - Москва : Федеральное агентство по туризму, 2014.

### 5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Сайт «Университетская библиотека Online» - URL: <https://biblioclub.ru/> (дата обращения 18.11.2019)
2. Сайт электронной библиотеки диссертаций Российской



государственной библиотеки. URL: <https://www.rsl.ru/> (дата обращения 18.11.2019)

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. – URL: <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения 18.11.2019)

4. Сайт научной библиотеки РГУ им. С.А. Есенина . – URL: <http://library.rsu.edu.ru/> (дата обращения 18.11.2019)

5. Электронно-библиотечная система «Юрайт» <https://www.biblio-online.ru/> (дата обращения 18.11.2019)

6. Академия Google – поисковая система, разработанная специально для студентов, ученых и исследователей, предназначена для поиска информации в онлайн-официальных академических журналах и материалах, прошедших экспертную оценку <https://scholar.google.ru/> (дата обращения 18.11.2019)

7. Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань». – URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения 18.11.2019)

8. Российское образование – федеральный портал, где представлены нормативные документы, государственные образовательные стандарты, публикации - <http://www.edu.ru/> (дата обращения 18.11.2019)

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>

2. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>

3. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>

4. Маркетинг в России и за рубежом <http://dis.ru>

5. [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru) (Официальный сайт Федерального агентства по туризму РФ)

6. <http://www.biodiversity.ru/publications/books/tourism/p5.html> (Регулируемый туризм и отдых в национальных парках)

7. [www.rata.spb.ru](http://www.rata.spb.ru) (Российский союз туристической индустрии)

8. Записки

маркетолога

[https://www.marketch.ru/useful\\_to\\_marketers/studentam-marketologam/index.php](https://www.marketch.ru/useful_to_marketers/studentam-marketologam/index.php)

9. <https://proturizm.club/> Протуризм. Портал для путешественников.

10. <https://www.tourprom.ru/> Турпром Новости туристического рынка, компаний, отелей и круизов. Предложения от туроператоров и турагентств. Аналитика, пресс-релизы, рейтинги и др.

5.5. Периодические издания

1. «Маркетинг розничной торговли» – специализированное издание, отражающее различные аспекты использования маркетинга розничными торговыми предприятиями. Журнал освещает современные методы формирования конкурентных преимуществ на рынке ритейла, а также

предоставляет возможность познакомиться с новейшими теориями маркетинга розничной торговли и прогрессивным зарубежным и отечественным практическим опытом. Основная цель журнала – способствовать обмену практическим опытом использования маркетинга специалистами предприятий розничной торговли, освещать результаты актуальных научных разработок в этой сфере. <http://www.grebennikoff.ru/product/5>

2. Маркетинг и маркетинговые исследования. (ВАК)

3. «Реклама. Теория и практика» - это специализированное информационно-аналитическое издание, посвященное актуальным проблемам развития рекламного бизнеса, современным рекламным технологиям и их взаимодействию с нерекламными методами продвижения товаров и услуг. На страницах журнала освещается широкий круг вопросов, касающихся тенденций развития коммерческих коммуникаций в России и за рубежом, особенностей эффективного взаимодействия рекламодателей и посредников, современных технологий разработки и планирования рекламных и коммуникационных кампаний (бюджетирование, брифование, стратегическое планирование, медиапланирование, разработка и воплощение креативных решений, взаимодействие ATL- и BTL-технологий, управление рекламной кампанией и оценка эффективности принятых решений и другие). Журнал призван знакомить читателей с новыми методами, новым опытом и новыми эффективными решениями в сфере рекламы и, шире, коммерческих коммуникаций. <http://www.grebennikoff.ru/product/8>

4. Цель журнала "Практический маркетинг" заключается в предоставлении читателям информации, способной помочь в принятии эффективных стратегических и тактических решений в области маркетинга. Содержание журнала - научные практически ориентированные статьи по различным вопросам маркетинга, методические разработки, учебные материалы, обзор и анализ рынков, примеры маркетинговых исследований: их цели, возможности, результаты. <http://www.bci-marketing.ru>

5. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» — это научно-практическое издание, выходящее в свет с 1997 года. Особенностью издания является уникальное сочетание теоретических материалов по маркетингу, научных подходов, новых авторских концепций и практических статей. <http://www.mavriz.ru>

Источник: [https://www.rea.ru/ru/org/faculties/makfak/Pages/science\\_magazines.aspx](https://www.rea.ru/ru/org/faculties/makfak/Pages/science_magazines.aspx)  
© ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

6. "Современные проблемы сервиса и туризма" <https://www.spst-journal.org/>  
Журнал является одним из авторитетных и популярных периодических научно-практических изданий в России, посвященных проблемам сервиса и туризма.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий:  
стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения

интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный, ноутбук, компьютерный класс, помещения для проведения лабораторных занятий.

## 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решений задач по алгоритму и др.
Реферат	<i>Реферат:</i> Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

## 8. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА:

Перечень информационных технологий (лицензионное программное обеспечение, информационно-справочные системы)

Название ПО	№ лицензии
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №02-ЗК-2019 от 15.04.2019 г.
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузеризображений Fast Stone ImageViewer	свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	свободно распространяемое ПО
Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО
DJVU браузерDjVuBrowser Plug-in	свободно распространяемое ПО
PDF ридерFoxitReader	свободно распространяемое ПО
Операционная система WindowsPro	договор №Tr000043844 от 22.09.15г.
Самокур	Лицензии находятся на факультете