Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.В.ДВ.03.01 *«Технология продаж»*

Направление подготовки

*38.03.02 «Менеджмент»*

Профили: «Менеджмент в туризме и санаторно-курортном деле»

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению *38.03.02 «Менеджмент».*

Дисциплина «Технология продаж» входит в вариативную часть дисциплин учебного плана.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин:

Б1.Б.09 Экономическая теория;

Б1.Б.10.02 Теория организации;

Изучение дисциплины необходимо для дальнейшего изучения следующих дисциплин:

Б1.Б.13 Методы принятия управленческих решений;

Б1.В.ДВ.03.01.01 Правовое регулирование хозяйственной деятельности;

Б1.В.ДВ.03.01.04 Бизнес-планирование.

**Цель дисциплины** **-** формирование у студентов теоретических знаний о специфике и особенностях организации продаж гостиничных и туристских услуг, технологиях их осуществления, а также практических навыков по использованию маркетинговых средств для обеспечения клиентоориентированных продаж.

## Учебные задачи дисциплины

- изучить технологии продвижения и продаж услуг туризма;

- овладеть основами создания и функционирования системы продаж;

- сформировать комплекс знаний о процессах обслуживания клиентов;

- овладеть практическими навыками использования спектра маркетинговых средств для обеспечения эффективных продаж гостиничных и туристских услуг;

- овладеть комплексом знаний и практических навыков по использованию современных и эффективных технологий продаж гостиничных и туристских услуг.

В результате освоения дисциплины «Технология продаж» студент должен:

1. Знать способы осуществления делового общения и публичных выступлений, ведения переговоров, совещаний, деловой переписки и поддержки электронных коммуникаций.

2. Уметь анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

3. Владеть способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на

функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

Процесс изучения дисциплины «Технология продаж» направлен на формирование следующих компетенций:

ОК-1 способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

ОК-5 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ПК-6 способность участвовать в управлении проектом, программами внедрения технологических и продуктовых инноваций;

ПК-11 владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов;

ПК-12 умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия).

Содержание разделов и тем дисциплины:

Тема 1 Основные технологии и общие закономерности системы продаж гостиничных и

туристских услуг

Тема 2 Процесс принятия потребителем решения о приобретении гостиничных и

туристских услуг

Тема 3 Управление возражениями клиента

Тема 4 Применение ATL при осуществлении продаж гостиничных и туристских услуг

Тема 5 Использование BTL для эффективных продаж гостиничных и туристских услуг

Тема 6 Политика формирования цен на гостиничные и туристские услуги

Тема 7 Профессиональная презентация гостиничных и туристских услуг

Тема 8 Современные технологии и средства, обеспечивающие увеличение продаж

гостиничных и туристских услуг

*Формируемые компетенции: ОК-1; ОК-3; ОК-5; ПК-6; ПК-11; ПК-12.*

Объем дисциплины 4 з.е./144 часов, контактные часы 58, в том числе аудиторных часов 56: 14 часов лекций, 42 часа практических и семинарских занятий, 2 часа электронное обучение.

Форма промежуточного контроля: 6 сем. – зачет с оценкой

Семестр – 6.

Разработчик: к.т.н., доцент кафедры торгового дела и информационных технологий Ю.А.Кочинов