**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный педагогический университет»
(ФГБОУ ВО «АлтГПУ»)

УТВЕРЖДАЮ
проректор по учебной работе и
международной деятельности

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ УЧЕБНЫЙ ЦИКЛ (ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ МОДУЛИ)

МДК.01.01 ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

Код, профессия: 43.02.16 Туризм

Форма контроля в семестре, Экзамен / 1
в том числе курсовая работа (курсовой
проект)

Квалификация: Специалист по туризму
Форма обучения: Очная
Общая трудоемкость (час): 62

Программу составил:
Томашевич А.И. ассистент кафедры историко-культурного наследия и туризма

Программа принята:
на заседании кафедры историко-культурного наследия и туризма
от «15» декабря 2021 г., протокол № 5.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Область применения программы. Программа междисциплинарного курса является частью ППССЗ 43.02.10 Туризм входит в состав профессионального учебного цикла дисциплин.

1.2. Цель и задачи междисциплинарного курса:

Цель: изучить процессы предпродажной подготовки, исследования рынков сбыта, системы распределения туристского продукта и прочих составляющих изучаемой междисциплинарного курса.

Задачи:

- анализ психологических установок и основных форм поведения потенциальных покупателей на различных стадиях процесса продажи с целью формирования у них внутренних установок к совершению покупки;
- изучение особенностей покупательского поведения различных визуальных типов потребителей;
- изучение принципов воздействия на покупательское поведение и восприятие предложения товаров и услуг с помощью стандартных методов рекламы и стимулирования продаж;
- освоение практических навыков формирования эффективных систем мотивации трудовой деятельности продавцов товаров и услуг;
- изучение реальных возможностей практического применения различных методов активной и пассивной продажи; - развитие у будущих специалистов навыков делового общения в процессе продажи товаров и услуг;
- освоение практических навыков формирования оптимального интерьера мест продажи товаров и услуг с целью формирования у клиентов готовности к приобретению объектов продажи.

1.3.Содержание междисциплинарного курса направлено на формирование следующих общих компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции
ОК 1-9	ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

	<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p> <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> <p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>
ПК 1.1– 1.7	<p>ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.</p> <p>ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.</p> <p>ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.</p> <p>ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.</p> <p>ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).</p> <p>ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.</p> <p>ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.</p>

1.4. Планируемые результаты освоения междисциплинарного курса:

Индекс компетенции	В результате освоения междисциплинарного курса обучающийся должен:
ОК 1-9 ПК 1.1– 1.7	уметь осуществлять продвижение турпродукта, диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии, разрабатывать меры по их предупреждению и преодолению для продвижения и сбыта туристских услуг и туристских продуктов; оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности с целью увеличения эффективности продаж туристских услуг и продуктов; выбирать и применять эффективные технологии продаж для планирования деятельности туристского предприятия
ОК 1, 4, 5 ПК 1.1, 1.2 ПК 3.2	знать основы продвижения турпродукта, основные классификации туристских услуг и их характеристики; теорию обслуживания в туризме; теоретические основы маркетинга туристских услуг, основные тенденции

	и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии для продвижения и сбыта туристских услуг и туристских продуктов; технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии для разработки эффективных методов продаж туристских услуг и продуктов; прикладные методы исследовательской деятельности в туризме для планирования деятельности туристского предприятия с целью увеличения продаж туристских услуг и продуктов.
--	--

1.5. Место междисциплинарного курса в структуре ППССЗ

1.5.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Знания и умения, полученные в ходе изучения междисциплинарного курса
Обществоведение в средней школе

1.5.2. Междисциплинарные курсы и профессиональные модули, для которых освоение данной междисциплинарного курса необходимо как предшествующее:

Организация туристской индустрии

Производственная практика (по профилю специальности)

Учебная практика

Маркетинговые технологии в туризме

Менеджмент в туризме

Подготовка выпускной квалификационной работы

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

2.1. Объем междисциплинарного курса и виды учебной работы

Вид учебной работы	Семестр, объем в часах
	1 сем.
Общая трудоемкость междисциплинарного курса	62
Обязательные учебные занятия	25
в том числе:	
лекции	18
практические занятия	18
консультация	1
Самостоятельная работа	25
Всего	62

2.2. Тематический план и объем в часах видов учебной работы:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Вид занятия и объем в часах		
		Аудиторная учебная работа		Сам. работа
		лекции	практические	
1 семестр				
1.	Раздел «Организация продаж турпродукта»			
1.1.	Турпродукт как основной потребительский товар в туристских продажах	4	4	4
1.2.	Организация продаж турпродукта	2	2	4
1.3.	Технология продаж турпродукта	2	2	4
1.4.	Информирование и пакет документов при продаже турпродукта	2	2	2
1.5.	Дистанционные формы продаж турпродукта	2	2	3
	Раздел «Продвижение турпродукта»			
2.1	Программы лояльности. Скидки и акции при продаже турпродукта.	2	2	4
2.2.	Технологии продвижения турпродукта.	4	4	4
Всего		18	18	25

2.3. Содержание междисциплинарного курса:

Раздел «Организация продаж турпродукта»

Тема 1.1 «Турпродукт как основной потребительский товар в туристских продажах»

Понятие и виды турпродукта. Понятие продажи и их виды в туризме. Рекомендации по выбору помещения для офиса продаж (Стрит-Ритейл, торговый центр, бизнес- центр).

Элементы отделки и интерьера офиса продаж. Набор элементов офиса и рекомендуемая мебель.

Тема 1.2 «Организация продаж турпродукта»

Философия продаж Стандарты продаж. Скрипты. Воронка продаж. Первый контакт с Клиентом по телефону. Выявление потребностей клиента. Техника демонстрации товара. Вербальная и невербальная коммуникация. Этапы процесса принятия решения о покупке. Памятка «Сценарий продаж».

Тема 1.3 «Технология продаж турпродукта»

Техники продаж в туризме и психологические приемы воздействия на потенциальных клиентов. Способы воздействия на потенциального покупателя. Природа сопротивления покупке. Техника преодоления возражений. Неценовые инструменты стимулирования продаж и способы повышения доверия клиента к турпродукту. Ценовые скидки и акционные программы турфирм.

Тема 1.4 «Информирование и пакет документов при продаже турпродукта»
Договор о реализации туристского продукта и его структура. Пакет документов, выдаваемый туристу менеджером по продажам. Памятка туристу. Туристские формальности. Особенности перемещения через границу культурных ценностей. Порядок ввоза и вывоза фауны и флоры.

Тема 1.5 «Дистанционные формы продаж турпродукта»
Правила ведения телефонных переговоров. Стимулирование продаж турпродукта
Технология организации Интернет-продаж турпродукта. Мобильные технологии стимулирования и продаж турпродукта.

Раздел «Продвижение турпродукта»

Тема 2.1 «Программы лояльности. Скидки и акции при продаже турпродукта»
Программы лояльности турфирм B2C и их виды. Программы лояльности турфирм B2B.
Ценовые скидки и акционные программы турфирм.

Тема 2.2 «Технологии продвижения турпродукта»
Реклама как инструмент продвижения турпродукта Туристские выставки и их роль в продвижении турпродукта. Государственные меры по продвижению национального и регионального турпродукта.

2.4. Примерная тематика курсовых работ (проектов) – Не предусмотрены

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

3.1.1. Наличие учебного кабинета

Занятия по междисциплинарному курсу проводятся в кабинете «Турагентской и туроператорской деятельности» и в учебной (тренинговой) фирме по предоставлению туристских услуг (турфирма)

3.1.2. Оборудование кабинета включает: рабочее место преподавателя, места для обучающихся (парты и стулья), трибуна для выступлений, учебная доска, мультимедийное оборудование. Кабинет турагентской и туроператорской деятельности обеспечен подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Практические занятия по междисциплинарному курсу реализуются в учебной (тренинговой) фирме по предоставлению туристских услуг (турфирме). Оборудование учебной (тренинговой) фирмы включает: рабочее место преподавателя, места для обучающихся (парты и стулья), маркерная доска, мультимедийное оборудование, 12 ноутбуков в комплекте с наушниками, шкаф для хранения методических материалов. Учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг (турфирме) обеспечена подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Самостоятельная работа может осуществляться в читальных залах библиотеки кабинеты № 105 и № 200а, в том числе в читальном зале с фондами открытого доступа. Читальные залы оснащены мебелью для работы и компьютерами (в том числе со специальным программным обеспечением и компьютерной периферией для лиц с ОВЗ), в

них организован доступ к информационным образовательным ресурсам, информационно-образовательной среде Университета, фонду медиатеки. В читальных залах имеется беспроводной доступ в Интернет Wi-Fi.

3.1.3. Перечень программного обеспечения:

Пакет Microsoft Office.

Пакет Libre Office.

Пакет Open Office.org.

Операционная система семейства Windows.

Операционная система Linux.

Интернет браузер.

Программа для просмотра электронных документов формата pdf, djvu.

Медиа проигрыватель.

Программа 7zip.

Пакет Kaspersky Endpoint Security 10 for Windows.

Редактор изображений Gimp.

3.2. Информационное обеспечение обучения

3.2.1. Основная литература:

1. Жданова Т. С. Технология продаж и продвижения турпродукта: учебное пособие [для СПО] / Т. С. Жданова, В. О. Корионова. — Саратов: Профобразование, 2019. — 98 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83347.html>

2. Организация продаж гостиничного продукта: учебное пособие для СПО / Л. В. Семенова, В. С. Корнеевец, И. И. Драгилева, В. О. Корионова. — Саратов: Профобразование: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 86 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/44183.html>

3.2.2. Дополнительная литература:

1. Организация туристской индустрии: учебное пособие для СПО / Н. Ю. Веселова, Н. В. Иванова, Л. Л. Руденко и др. — Саратов: Профобразование, 2018. — 54 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74500.html>

3.2.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Готовые решения для развития вашего турбизнеса – URL: <https://turbiz.info> (по регистрации)

2. Современные проблемы сервиса и туризма: Научно-практический журнал. URL: <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=26229>

3. Онлайн-тест по МДК.01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта // Videouroki. URL: <https://videouroki.net/tests/onlain-tiest-po-mdk-01-01-tiekhnologhiia-prodazh-i-prodvizhieniie-turprodukta.html>

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (Приложение)