

**Негосударственное аккредитованное некоммерческое
частное образовательное учреждение высшего образования
«АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ»
(г. Краснодар)**

Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций

Рассмотрено и одобрено на заседании
кафедры Технологий сервиса и деловых
коммуникаций Академии ИМСИТ,
протокол №8 от 19 марта 2018 года,
зав. кафедрой, доцент



Н.И. Севрюгина

УТВЕРЖДЕНО
Научно-методическим советом академии
протокол №8 от 16 апреля 2018 года
ДЛЯ
ДОКУМЕНТОВ
Председатель ИМС,
проректор по учебной работе,
профессор



Н.Н. Павелко

Б1.В.02 «ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ В ТУРИЗМЕ»

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

по направлению подготовки

43.03.02 Туризм

направленность (профиль) программы

«Организация и технология туроператорских и турагентских услуг»

Квалификация

Бакалавр

Краснодар
2018

<p>Цель и задачи изучения дисциплины:</p>	<p>Цели дисциплины: является формирование знаний умений и навыков у будущих специалистов в области технологии обслуживания туристов и организации продаж туристских услуг.</p> <p>Задачи дисциплины: - дать понятие об основах технологии продаж услуг в туристской индустрии; - изучить мотивацию потребителей и основы психологии продаж услуг в туристской индустрии; - изучить технологии продвижения туристского продукта; - изучить организацию каналов сбыта туристского продукта; - исследовать процесс ценообразования в туризме.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</p>	<p>Маркетинговые технологии в туроперейтинге и планирование туроперейтинговой программы. Технология проектирования тура. Мотивация потребителей и основы психологии продаж услуг туристской индустрии. Технологии продвижения туристского продукта. Ценообразование в туризме. Теоретические основы технологии продаж услуг в туристской индустрии. Организация каналов сбыта туристского продукта. Технология продаж услуг и обслуживания туристов.</p>
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:</p>	<p>способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-2) способностью организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов (ОПК-3) способностью использовать методы мониторинга рынка туристских услуг (ПК-7) готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов (ПК-9) способностью к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-11)</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</p>	<p>Знать: - Теоретические основы технологии продаж услуг в туристской индустрии; - рекламные и нерекламные методы продвижения туристского продукта; - фазы жизненного цикла туристского продукта</p> <p>Уметь: - разбираться в мотивации потребителей и основах психологии продаж туристской индустрии; - проводить оценку качества туристского продукта (услуги), знать критерии оценки качества;</p>

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами и принципы ценообразования в туризме; - маркетинговыми технологиями в туроперейтинге и планированием туроперейтинговой программы; - технологическими приемами продаж услуг и обслуживания туристов
Формы проведения занятий, образовательные технологии:	<p>Лекционные занятия: проблемные лекции, лекция – визуализация, лекция-беседа, лекция - анализ ситуаций.</p> <p>Практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, метод «круглого стола», метод «коллективной мыслительной деятельности», методы анализа проблемных ситуаций, логико- методологическое проектирование, решение задач.</p>
Используемые инструментальные и программные средства:	Средства проекции (презентации), программированного контроля (тестирования)
Формы промежуточного контроля:	Текущие оценки знаний, тестирование, доклады, самостоятельные работы
Общая трудоемкость изучения дисциплины:	144 ч./4 з.е.
Форма итогового контроля знаний:	экзамен