

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

17 сентября 2020 г.

Кафедра «Сервис и туризм»

Авторы Коробов Юрий Михайлович, к.и.н., старший научный
сотрудник
Загурская Светлана Геннадьевна, к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Технологии продаж»

Направление подготовки:	43.03.03 – Гостиничное дело
Профиль:	Гостиничная деятельность
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2018

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 31 августа 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии  М.В. Ишханян	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 17 31 августа 2020 г. Заведующий кафедрой  И.В. Федякин
--	--

Москва 2020 г.

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью дисциплины «Технологии продаж» является освоение компетенций, которыми должен обладать обучающийся в области связанной с реализацией гостиничного продукта и комплекса сопутствующих услуг.

Задачами дисциплины являются:

- ? освоение основных форм и методов организации, реализации и стимулирования продаж в гостиницах и иных средствах размещения;
- ? освоение техники и технологии взаимоотношений с клиентом при реализации гостиничного продукта;
- ? освоение технологического инструментария ведения переговоров с клиентом, практики работы с прикладными пакетами программного обеспечения, международными системами бронирования и интернет-технологиями при решении конкретных задач реализации и документационного оформления продаж гостиничного продукта и сопутствующих услуг;
- ? освоение навыков анализа и составления договорной документации, разрешения проблемных ситуаций и выбора эффективных приемов продаж гостиничного продукта.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Технологии продаж" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-1	готовностью к применению современных технологий для формирования и предоставления гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей
ПК-6	готовностью к сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями, к выявлению потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, развитию клиентурных отношений
ПК-7	готовностью применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителями
ПК-8	готовностью использовать оптимальные технологические процессы в гостиничной деятельности, в том числе в соответствии с требованиями потребителя
ПК-10	готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

3 зачетные единицы (108 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

В рамках дисциплины «Технологии продаж» в учебном процессе предусмотрено использование активных и интерактивных форм проведения занятий (деловых игр, разбор конкретных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов. Лекция используется для изложения более или менее объемистого учебного материала, и поэтому она занимает почти весь

урок. Естественно, что с этим связана не только определенная сложность лекции как метода обучения, но и ряд ее специфических особенностей. Важным моментом в проведении лекции является предупреждение пассивности обучающихся и обеспечение активного восприятия и осмысления ими новых знаний. Определяющее значение в решении этой задачи имеют два дидактических условия: 1) во-первых, само изложение материала учителем должно быть содержательным в научном отношении, живым и интересным по форме; 2) во-вторых, в процессе устного изложения знаний необходимо применять особые педагогические приемы, возбуждающие мыслительную активность школьников и способствующие поддержанию их внимания. Один из этих приемов – создание проблемной ситуации. Самым простым в данном случае является достаточно четкое определение темы нового материала и выделение тех основных вопросов, в которых надлежит разобраться обучающимся. В качестве интерактивных технологий на занятиях используются: Проблемная лекция. Преподаватель в начале и по ходу изложения учебного материала создает проблемные ситуации и вовлекает студентов в их анализ. Разрешая противоречия, заложенные в проблемных ситуациях, обучаемые самостоятельно могут прийти к тем выводам, которые преподаватель должен сообщить в качестве новых знаний. Лекция с запланированными ошибками (лекция-провокация). После объявления темы лекции преподаватель сообщает, что в ней будет сделано определенное количество ошибок различного типа: содержательные, методические, поведенческие и т. д. Студенты в конце лекции должны назвать ошибки. Лекция-визуализация. В данном типе лекции передача преподавателем информации студентам сопровождается показом различных рисунков, структурно-логических схем, опорных конспектов, диаграмм и т. п. с помощью ТСО и ЭВМ (слайды, видеозапись, дисплеи, интерактивная доска и т. д.). Лекция «пресс-конференция». Преподаватель просит студентов письменно в течение 2—3 минут задать ему интересующий каждого из них вопрос по объявленной теме лекции. Далее преподаватель в течение 3—5 минут систематизирует эти вопросы по их содержанию и начинает читать лекцию, включая ответы на заданные вопросы в ее содержание. Лекция-диалог. Содержание подается через серию вопросов, на которые студенты должны отвечать непосредственно в ходе лекции. Практическое занятие - целенаправленная форма организации педагогического процесса, направленная на углубление научно-теоретических знаний и овладение определенными методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения тех или иных учебных действий в данной сфере науки. Практические занятия предназначены для углубленного изучения учебных дисциплин и играют важную роль в выработке у студентов умений и навыков применения полученных знаний для решения практических задач совместно с педагогом. Кроме того, они развивают научное мышление и речь, позволяют проверить знания студентов и выступают как средства оперативной обратной связи. Дискуссия (от лат. discussion — рассмотрение, исследование) — это публичное обсуждение или свободный вербальный обмен знаниями, суждениями, идеями или мнениями по поводу какого-либо спорного вопроса, проблемы. Ее существенными чертами являются сочетание взаимодополняющего диалога и обсуждения-спора, столкновение различных точек зрения, позиций. По сравнению с распространенной в обучении лекционно-семинарской формой обучения дискуссия имеет ряд преимуществ: 1. Дискуссия обеспечивает активное, глубокое, личностное усвоение знаний. Хотя лекция является более экономичным способом передачи знаний, дискуссия может иметь гораздо более долгосрочный эффект. Активное, заинтересованное, эмоциональное обсуждение ведет к осмысленному усвоению новых знаний, может заставить человека задуматься, изменить или пересмотреть свои установки. 2. Во время дискуссии осуществляется активное взаимодействие обучающихся. 3. Обратная связь с обучающимися. Дискуссия обеспечивает видение того, насколько хорошо группа понимает обсуждаемые вопросы, и не требует применения более формальных методов оценки. Дискуссионный метод помогает решать следующие

задачи: ? обучение участников анализу реальных ситуаций, а также формирование навыков отделения важного от второстепенного и формулирования проблемы; ? моделирование особо сложных ситуаций, когда даже самый способный студент не в состоянии единолично охватить все аспекты проблемы; ? формирование способности критически оценивать и защищать свои убеждения. Метод проектов — система обучения, при которой учащиеся приобретают знания и умения в процессе самостоятельного планирования и выполнения постепенно усложняющихся практических заданий — проектов. Проект — это комплекс поисковых, исследовательских, расчетных, графических и других видов работ, выполняемых учащимися самостоятельно, но под руководством преподавателя, с целью практического или теоретического решения значимой проблемы. Опросы. Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении зачета в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения задачи. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Письменные блиц-опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный блиц-опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения зачета, когда необходимо проверить знания студентов по всему курсу. Решение заданий в тестовой форме. Проводится три раза в течение изучения дисциплины (семестр), с использованием персональных компьютеров и программного обеспечения АСТ-тест. .

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

РАЗДЕЛ 1

Основы организации продаж

Сущность и структура процесса продаж. Виды и формы продаж. Основы управления продажами.

РАЗДЕЛ 2

Организация продаж в гостиничных предприятиях

Особенности гостиничного продукта как объекта продаж. Основы организации продаж гостиничного продукта и пакета дополнительных услуг. Основы стимулирования продаж в индустрии гостеприимства. Основы формирования потребительской лояльности в гостиничном бизнесе

РАЗДЕЛ 3

Этапы личной продаж

Приветствие в технологии продаж гостиничных продуктов и услуг. Начало беседы в продажах. Развитие беседы, выяснение запросов и потребностей. Презентация тура на основании потребностей клиента. Работа с возражениями клиента. Завершение продажи. Послепродажное обслуживание клиентов и гостей отеля и формирование лояльности.

РАЗДЕЛ 4

Формы и методы продаж гостиничного продукта (услуги)

Телефонные продажи: возможности, особенности, проблемы. Прямые и личные продажи: возможности, специфика, организация рабочего места, контактной зоны, работа с др. службами, работа с системами бронирования, основы культуры обслуживания.

Электронная дистрибуция в гостиничном бизнесе для продвижения продаж: возможности и преимущества, организация, специфика работы с клиентом.

РАЗДЕЛ 5

Техники и технологии продаж гостиничного продукта

Имидж и эффективное поведение продавца гостиничного продукта. Технология ведения переговоров с клиентом, управление поведением клиента. Работа с конфликтными ситуациями.

РАЗДЕЛ 6

Особенности продаж гостиничного продукта (услуги) различным типам клиентов

Типы клиентов в зависимости от цели их прихода в отель. Этико-психологические типы клиентов. Типы клиентов в зависимости от формы желаемых позитивных изменений.

Типы клиентов в зависимости от манеры поведения в отеле. Типы клиентов в зависимости от вида принятия решений

РАЗДЕЛ 7

Документационное обеспечение продаж гостиничного продукта (услуг)

Формирование пакета документов для клиента (гостя) отеля. Оформление первичных финансовых документов

РАЗДЕЛ 8

Эффективность продаж гостиничного продукта

Экономическая оценка эффективности продаж гостиничного продукта и услуг. Методы повышения эффективности продаж гостиничного продукта и услуг.

РАЗДЕЛ 9

Нормативное обеспечение продаж гостиничного продукта (услуг)

Права и обязанности сторон при осуществлении сделки купли/ продажи гостиничного продукта (услуги)

Экзамен