

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Технологии продаж» для направления
подготовки 43.03.02 Туризм.**

**Направленность (профиль) образовательной программы - Организация и
предоставление туристских услуг**

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

Изучение основ технологий продаж в туристской индустрии и формирования их эффективности

Задачи изучения дисциплины:

1. Анализ теоретического и практического материала, посвященного технологиям продаж,
2. Изучение факторов, влияющих на эффективность продаж, способы увеличения эффективности продаж с помощью маркетинговых инструментов,
3. Изучение успешных примеров продаж туристского продукта региона

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

2.1 Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

| Категория (группа) общепрофессиональных компетенций | Код и наименование общепрофессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции |
|---|---|--|
| Маркетинг | ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта | ИД-1ОПК-4 – знает методики проведения исследования, основные тенденции развития рынка туристских услуг, методы его мониторинга, технологии продаж и основы продвижения туристского продукта ИД-2ОПК-4 – умеет проводить исследования, применять на практике методы мониторинга и анализировать рынок туристских услуг, умеет организовать продажи и предложить инструменты продвижения туристского продукта ИД-3ОПК-4 - навыками проведения исследований, мониторинга рынка, применения технологий продаж туристского продукта и его продвижения на рынке туристских услуг |

3. Содержание дисциплины

Туристский продукт и его особенности. Туристский рынок и его общая характеристика. Покупательское поведение потребителя туристских услуг. Основные формы продаж туристского продукта. Технологии персональной продажи в сфере туризма. Инструменты повышения эффективности продаж в туристской индустрии. Послепродажное обслуживание. Маркетинговые коммуникации в туристском бизнесе.