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 дисциплины: изучение основ технологий продаж в туристской индустрии и формирования их эффективности.

Задачи дисциплины: анализ теоретического и практического материала, посвященного технологиям продаж, изучение факторов, влияющих на эффективность продаж, способы увеличения эффективности продаж с помощью маркетинговых инструментов, изучение успешных примеров продаж туристского продукта региона.

2. Компетенции обучающихся, формируемые в результате освоения дисциплины

В процессе освоения данной дисциплины обучающийся формирует и демонстрирует обладание следующими общепрофессиональными компетенциями:

ОПК-4 - Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

3. Содержание дисциплины

Тема 1. Туристский продукт и его особенности

Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж. Структурная модель туристского продукта. Качественные характеристики туристского продукта и их влияние на эффективность продаж. Формирование туристского продукта с учетом региональных особенностей. Маркетинговые проекты в реализации турпродукта. Инновации в реализации турпродукта.

Тема 2. Туристский рынок и его общая характеристика

Особенности функционирования туристского рынка. Сегментация туристского рынка. Выбор целевого рынка туристских услуг. Позиционирование туристского продукта. Проектная деятельность в туризме.

Тема 3. Покупательское поведение потребителя туристских услуг

Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж. Психологические процессы, влияющие на технологии продаж. Процесс принятия клиентом решения о покупке. Типы покупателей. Формирование спроса на туристские услуги.

Тема 4. Основные формы продаж туристского продукта

Правила продажи туристского продукта потребителю. Каналы распределения туристского продукта. Взаимодействие участников каналов распределения и способы повышения его эффективности. Электронная коммерция в туризме. Выставочная деятельность туристской фирмы. Роль проектной деятельности в реализации основных форм продаж туристского продукта. Инновационные формы продаж туристского продукта.

Тема 5. Технологии персональной продажи в сфере туризма

Особенности персональной продажи в туристской индустрии. Персональные продажи во въездном, внутреннем и выездном туризме. Приемы воздействия на потребителя туристских услуг. Исследование потребностей. Работа с возражениями, диагностика ложных возражений. Общие правила работы с возражениями. Стимулирование клиента на покупку. Скрипты продаж и их эффективность. Роль проектной деятельности в формировании скриптов продаж туристского продукта. Инновации в персональных продажах туристского продукта.

Тема 6. Инструменты повышения эффективности продаж в туристской индустрии

Инновации как средства повышения эффективности продаж. Маркетинговые инструменты на службе эффективности продаж туристского продукта.

Тема 7. Послепродажное обслуживание

Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворения клиента. Работа с жалобами и претензиями. Анализ позитивного и негативного опыта послепродажного обслуживания туроператорами. Инновации в послепродажном обслуживании.

Тема 8. Маркетинговые коммуникации в туристском бизнесе

Сущность маркетинговых коммуникаций туристской фирмы. Разработка коммуникационной стратегии. Имидж туристского предприятия и его формирование. Влияние имиджевых составляющих на эффективность продаж в туристском бизнесе. Маркетинговые проекты в туристском бизнесе, в том числе инновационные.