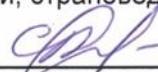


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**(ФГБОУ ВО «ВГУ»)**

УТВЕРЖДАЮ



Заведующий кафедрой  
рекреационной географии, страноведения и туризма

  
Федотов С.В.  
подпись, расшифровка подписи

21.05.2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

МДК.01.04 Технология продаж

Код и наименование дисциплины в соответствии с Учебным планом

43.02.16 Туризм и гостеприимство

Код и наименование специальности

Профиль получаемого профессионального образования социально-экономический

Специалист по туризму

Квалификация выпускника

очная

Форма обучения

Учебный год: 2027-2028

Семестр(ы): 5

Рекомендована: НМС факультета географии, геоэкологии и туризма, протокол №8  
от 19.05.2025 г.

Составители программы: Сушкова Наталья Сергеевна, к.э.н., доцент  
кафедры рекреационной географии, страноведения и туризма

2025 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. стр.3-4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр.5-8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 9
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр.10

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## Технология продаж

Программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 12 декабря 2022 г. N 1100 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство", входящей в укрупненную группу специальностей 43.00.00 Сервис и туризм.

### 1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.16 «Туризм и гостеприимство», входящий в укрупненную группу специальностей 43.00.00 Сервисы туризм

### 1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: ПП. Профессиональная подготовка ПМ. Профессиональные модули

Дисциплина «Технология продаж» относится к профессиональным модулям профессионального цикла (МДК.01.04) основной профессиональной образовательной программы по специальности 43.02.16 «Туризм и гостеприимство».

Для освоения дисциплины, обучающиеся используют знания, умения, навыки, способы деятельности, сформированные в ходе изучения дисциплин «Основы финансовой грамотности», «Менеджмент в туризме и гостеприимстве».

### 1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

**Цели:** формирование у студентов систематизированных знаний о технологии продаж туристского продукта.

**Задачи учебной дисциплины:**

**знать:** - основы рыночной экономики и менеджмента, специфику их применения в сфере сервиса, систему маркетинга и особенности продвижения услуг;

- основы организации и планирования деятельности предприятий сервиса;

- теоретические основы метрологии, стандартизации и сертификации, правила и порядок проведения сертификации, принципы построения международных и отечественных стандартов;

- перспективы продаж;

- среда, в которой осуществляются продажи;

- приемы продаж;

- управление продажами;

**уметь:**

- работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности;

- соблюдать требования современного этикета;

- проводить исследования рынка и осуществлять продвижение услуг;

- определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг;

- прогнозировать спрос и предложения на услуги, планировать издержки и финансовые результаты деятельности предприятия сервиса;

- использовать стандарты и другую нормативную документацию при оценке, контроле качества и сертификации изделий, работ и услуг;

- осуществлять контроль за продажами;
  - составлять бюджет и его оценку;
  - использовать теоретические знания для практического решения профессиональных задач;
- владеть:**
- приемами изучения личности потребителя;
  - профессиональной этикой и этикетом;
  - навыками работы с информационными системами;
  - навыками управленческой деятельности и проведения маркетинговых исследований;
  - основными понятиями в области технологии продаж;
  - методами организации продаж;
  - системными представлениями в области продаж туристского продукта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен иметь практический опыт:

- выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;
- проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта;
- взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;
- оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;
- оказания визовой поддержки потребителю;
- оформления документации строгой отчетности.

Результатом освоения программы учебной дисциплины является овладение обучающимся общими (ОК) компетенциями:

Код компетенции	Содержательная часть компетенции
ПК 1.4	Осуществлять расчеты с потребителями за предоставленные услуги

**1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**  
 максимальной учебной нагрузки обучающегося 54 часа, в том числе:  
 аудиторной учебной работы обучающегося (обязательных учебных занятий)  
 - 42 часов;  
 внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы обучающегося - 12 часов.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>54</b>
<b>Аудиторная учебная работа (обязательные учебные занятия) (всего)</b>	<b>42</b>
в том числе:	
Лекции	28
лабораторные занятия (если предусмотрено)	-
практические занятия (если предусмотрено)	14
контрольные работы (если предусмотрено)	-
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	-
<b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающегося (всего)</b>	<b>12</b>
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом) (если предусмотрено)	-
Подготовка индивидуальных сообщений	4
Составление реферата	4
Подготовка презентации	4
<b>Итоговая аттестация в форме – зачет с оценкой</b>	<b>5</b>

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины Краеведение.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, внеаудиторная(самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Раздел 1.</b>	<b>Введение. Психологические аспекты продажи турпродукта</b>	2	
<b>Тема 1.1.</b>	Содержание учебного материала 1   Введение. Изучение влияние психологических аспектов на туристские продажи Лекции Практические занятия. Контрольные работы Самостоятельная работа обучающихся. Знакомство с источниками информации по технологии продаж. Подготовка индивидуальных сообщений	2	
<b>Раздел 2.</b>	<b>Этапы продаж</b>	30	
<b>Тема 2.1.</b>	Содержание учебного материала 1   Расширенный перечень этапов продаж в туризме Лекции Практические занятия. Выстраивание взаимоотношений с клиентами. Доведение до сделки. Контрольные работы Самостоятельная работа обучающихся. Подготовка индивидуальных сообщений	18	
<b>Тема 2.2.</b>	Содержание учебного материала 2   Презентация товара Лекции Практические занятия. Отличительные особенности турпродукта Контрольные работы Самостоятельная работа обучающихся. Оформление конспекта.	4 2 2	
<b>Тема 2.3.</b>	Содержание учебного материала 3   Работа с возражениями Лекции Практические занятия. Контрольные работы Самостоятельная работа обучающихся. Подготовка к деловой игре.	6	
<b>Раздел 3.</b>	<b>Методы воздействия на покупателей</b>	10	

<b>Тема 3.1.</b>	Содержание учебного материала	6	
	1   Методы прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение		
	Лекции	4	
	Практическая работа. Гендерные и возрастные особенности выбора турпродукта.	2	
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся. Подготовка схемы		
<b>Тема 3.2.</b>	Содержание учебного материала	4	
	2   Нейромаркетинг		
	Лекции	4	
	Практические занятия.		
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся. Подготовка индивидуальных сообщений		
<b>Раздел 4.</b>	<b>Воронка продаж</b>	<b>10</b>	
<b>Тема 4.1.</b>	Содержание учебного материала	4	
	1   Ценовое стимулирование		
	Лекции	2	
	Практические занятия. Анализ сопоставления цены и ценности турпродукта	2	
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся. Оформление конспекта.		
<b>Тема 4.2.</b>	Содержание учебного материала	6	
	2   Лидогенерация турпотока		
	Лекции	4	
	Практические занятия. Анализ архивной базы. Регулирование овербукинга	2	
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся. Подготовка реферата		
<b>Раздел 5.</b>	<b>Постпродажное сопровождение</b>	<b>4</b>	
<b>Тема 5.1.</b>	Содержание учебного материала	3	
	1   Поддержание лояльности клиентской базы		
	Лекции	1	
	Практические занятия.	2	
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся. Оформление конспекта.		
<b>Тема 5.2.</b>	Содержание учебного материала	1	
	2   NPS		
	Лекции	1	

	Практические занятия. Методы поддержания высокой лояльности.		
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся. Подготовка сообщения		
<b>Раздел 6.</b>	<b>Претензии</b>	<b>2</b>	
<b>Тема 6.1.</b>	Содержание учебного материала	2	
	1 Технологии “жалоба, как подарок”		
	Лекции	2	
	Практические занятия.		
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся. Подготовка презентации		
	Тематика курсовой работы (проекта) (если предусмотрены)		
	Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (проектом) (если предусмотрены)	-	
		<b>Всего: 54</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета: посадочные места по количеству мест обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, комплект учебно-методической документации, учебные видеофильмы, географические атласы, комплект настенных географических карт

Технические средства обучения:

Телевизор Samsung CK-20F2VR, ноутбук.

Оборудование мастерской и рабочих мест мастерской: \_\_\_\_\_:

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории:

*Приводится перечень средств обучения, включая тренажеры, модели, макеты, оборудование, технические средства, в т. ч. аудиовизуальные, компьютерные и телекоммуникационные и т. п. (Количество не указывается).*

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

**Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

Основные источники:

№ п/п	Источник
1	Сушкова, Наталья Сергеевна. Технологии продаж в туризме : учебное пособие / Сушкова Наталья Сергеевна ; Воронеж. гос. ун-т, Каф. рекреац. географии, страноведения и туризма. – Воронеж : Квarta, 2017. – 117 с.
2	Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 279 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495767">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495767</a> (дата обращения: 24.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01975-3. – Текст : электронный.

Дополнительные источники:

№ п/п	Источник
3	Джоббер, Д. Продажи и управление продажами=SELLING & SALES MANAGEMENT : учебное пособие / Д. Джоббер, Д. Ланкастер ; пер. В.Н. Егоров. – Москва : Юнити, 2015. – 622 с. : табл., граф., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114548">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114548</a> (дата обращения: 24.09.2020). – ISBN 5-238-00465-6. – Текст : электронный.
4	Кондрашов, В.М. Управление продажами : учебное пособие / В.М. Кондрашов ; ред. В.Я. Горфинкель. – Москва : Юнити, 2012. – 320 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=118749">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=118749</a> (дата обращения: 24.09.2020). – ISBN 978-5-238-01259-9. – Текст : электронный.
5	Ушаков, Денис Сергеевич. Технологии продаж в туристическом бизнесе / Д.С. Ушаков. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 239 с. – (Бизнес-класс) .

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, контрольных работ, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>
<b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Работать с приемами изучения личности потребителя;</li><li>- профессиональной этикой и этикетом;</li><li>- управлять навыками работы с информационными системами;</li><li>- навыками управленческой деятельности и проведения маркетинговых исследований;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- основными понятиями в области технологии продаж;</li><li>- методами организации продаж;</li><li>- системными представлениями в области продаж туристского продукта.</li></ul>
<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- перспективы продаж;</li><li>- среда в которой осуществляются продажи;</li><li>- приемы продаж;</li><li>- управление продажами;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Рыночные механизмы технологии продаж,</li><li>- Тенденции развития технологии продаж в туризме</li></ul>