

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Б1.В.ДВ.08.02 «Технологии продаж туристических услуг»**

*наименование дисциплин (модуля)/практики*

**Автор:**

Д.э.н., профессор кафедры сервиса Г.М. Дехтярь

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

38.03.06 Торговое дело, «Технологии продаж в современном бизнесе»

**Квалификация (степень) выпускника:**

Бакалавр

**Форма обучения:** очная

**Цель освоения дисциплины:**

сформировать компетенцию в области выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, их формирование с помощью маркетинговых коммуникаций, в области изучения и прогнозирования спроса потребителей, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка (ПК-3)

**План курса:**

**Тема 1. Теоретические основы организации деятельности предприятия туристической индустрии.**

Туризм: история, развитие, основные категории, термины и определения.

Организационно-правовые основы туристского предприятия. Особенности управления предприятием индустрии туризма.

**Тема 2. Организация обслуживания клиентов на предприятиях туристической индустрии.**

Организация туристских путешествий. Технология предреализационных процессов в сфере индустрии туризма.

**Тема 3. Профессионально-личностные и деловые качества менеджера предприятия индустрии туризма.**

Менеджер индустрии туризма – личностные, профессиональные и деловые качества.

Специфика работы менеджера в сфере туристической индустрии. Особенности работы с клиентом и партнером на предприятии индустрии туризма.

**Тема 4. Международное сотрудничество в области индустрии туризма**

Международные туристские организации и международное сотрудничество в области индустрии туризма.

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Формы текущего контроля успеваемости: эссе, круглый стол, контрольная работа.

Формы промежуточной аттестации, отражающие формирование компетенции на уровне данной дисциплины: зачет.

Этап освоения компетенции ПК-3.3 отражает формирование:

**на уровне знаний:**

Инструменты маркетинговых коммуникаций

Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации

Состав процесса стратегического и оперативного планирования

Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации

**на уровне умений:**

Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании  
Формировать имидж и деловую репутацию организации  
Продвигать товары (услуги) организации на рынок  
Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики  
Выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий  
Проводить анализ результативности коммуникационной политики  
Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики

**на уровне навыков:**

Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации  
Разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации  
Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации  
Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации  
Формирование имиджа и деловой репутации организации  
Организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации  
Разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж  
Работа с инструментами прямого маркетинга  
Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений

**Основная литература:**

1. Лисевич, А. В. Маркетинг в туристской индустрии: учебное пособие для бакалавров / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 174 с. — ISBN 978-5-394-02434-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75218.html>
2. Шпырня, О. В. Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства: учебное пособие для обучающихся по направлениям подготовки бакалавриата «Туризм» и «Гостиничное дело» / О. В. Шпырня. — Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 119 с. — ISBN 978-5-93926-323-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/78034.html>