

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль): «Организация туристской деятельности»

Форма обучения: очная, заочная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Срок получения образования: очная форма обучения – 4 года, заочная форма обучения – 4 года 6 мес.,

Объем дисциплины:

в зачетных единицах: 2 з.е.

в академических часах: 72 ак.ч.

Рабочая программа по дисциплине «Технология продаж» по направлению подготовки 43.03.02 Туризм направленность (профиль) «Организация туристской деятельности», составлена Шипшовой О.А. в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. N 516, профессионального стандарта «Экскурсовод (ГИД)», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации 04.08.2014 N 539н.

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением Научно-методического совета «7» апреля 2021 г., протокол № 3.

утверждена Ученым советом Российского университета кооперации «26» августа 2021 г. № 1

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| 1. Цели и задачи освоения дисциплины..... | 4 |
| 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы | 4 |
| 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | 5 |
| 4. Объем дисциплины и виды учебной работы..... | 7 |
| 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий..... | 8 |
| 5.1. Содержание дисциплины | 8 |
| 5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий | 9 |
| 6. Лабораторные занятия | 10 |
| 7. Практические занятия..... | 10 |
| 8. Тематика курсовых работ (проектов)..... | 12 |
| 9. Самостоятельная работа студента | 12 |
| 10. Перечень нормативных правовых актов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимых для освоения дисциплины | 17 |
| 11. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем | 17 |
| 12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине | 18 |

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины заключается в освоении обучающимися внутренних и внешних профессиональных коммуникаций, а также технологических и информационно-коммуникативных технологий для последующего выполнения организационно-управленческой, технологической и сервисной деятельности

Задачи:

- разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий
- использовать информационно-коммуникативные технологии при разработке технологий обслуживания туристов
- формировать туристский продукт, в т.ч. на основе информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста
- организовать ведение переговоров с туристами, согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг.
- обеспечить информационное консультирование и сопровождение клиентов туристского предприятия
- способен к взаимодействию с турагентствами, туроператорами, экскурсионными бюро, гостиницами и кассами продажи билетов, и иными сторонними организациями

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технология продаж» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, направленность (профиль) «Организация туристской деятельности»,

Дисциплина обеспечивает формирование следующих компетенций:

| Код и наименование компетенции | Дисциплины, модули, практики, обеспечивающие формирование компетенции | Периоды формирования компетенции в процессе освоения ОПОП | | | | Место в формировании компетенции |
|--------------------------------|---|---|--------------|--------------|--------------|----------------------------------|
| | | 1 курс (сем.) | 2 курс (сем) | 3 курс (сем) | 4 курс (сем) | |
| ПК-3 | Организация туристской деятельности | 1 сем. | . | | | Предыдущая |
| ПК-3 | Технология и организация деятельности предприятий питания | | | 5 сем. | | Последующая |
| ПК-6 | Страхование в туризме | | | 6 сем. | | Последующая |

| | | | | | | |
|------------|---|--|--|--------|--------|-------------|
| ПК-3, ПК-6 | Технология въездного и выездного туризма | | | 6 сем. | | Последующая |
| ПК-3, ПК-6 | Технология внутреннего туризма | | | 6 сем. | | Последующая |
| ПК-3 | Информационные технологии в туристской индустрии | | | 6 сем. | | Последующая |
| ПК-3, ПК-6 | Агротуризм | | | | 7 сем. | Последующая |
| ПК-6 | Коммуникативная культура профессионала | | | 5 сем. | | Последующая |
| ПК-6 | Культура профессионального самообразования | | | 5 сем. | | Последующая |
| ПК-6 | Продвижение товаров и услуг | | | 5 сем. | | Последующая |
| ПК-6 | Выход предпринимателя на зарубежные рынки: возможности и барьеры | | | 5 сем. | | Последующая |
| ПК-6 | Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-системы) | | | 6 сем. | | Последующая |
| ПК-6 | Информационный менеджмент | | | 6 сем. | | Последующая |
| ПК-3, ПК-6 | Технология и организация экскурсионной деятельности | | | | 7 сем. | Последующая |
| ПК-3, ПК-6 | Технология и организация досуговой деятельности | | | | 7 сем. | Последующая |
| ПК-3 | Производственная практика, организационно-управленческая практика | | | | 8 сем. | Последующая |
| ПК-3, ПК-6 | Производственная практика, преддипломная практика | | | | 8 сем. | Последующая |

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций.

| Формируемые компетенции (код и наименование компетенции) | Индикаторы достижения компетенций | Планируемые результаты обучения |
|---|---|---|
| ПК-3. Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов | ПК-3.1. Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий | Знать: принципы разработки и применения технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий Уметь: разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий Владеть: навыками разработки и применения технологии обслуживания туристов с использованием |
| | ПК-3.2. Способен использовать информационно-коммуникативные | Знать: информационно-коммуникативные технологии применяемые в туристской деятельности Уметь: |

| | | |
|---|---|---|
| | технологии при разработке технологий обслуживания туристов | использовать информационно-коммуникативные технологии при разработке технологий обслуживания туристов Владеть: навыками использования информационно-коммуникативных технологий при разработке технологий обслуживания туристов |
| | ПК-3.3 Способен формировать туристский продукт, в т.ч. на основе информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста | Знать: принципы формирования туристского продукт, в т.ч. на основе информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста Уметь: Формировать туристский продукт, в т.ч. на основе информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста Владеть: навыками формирования туристского продукт, в т.ч. на основе информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста |
| ПК-6 Способен осуществлять внутренние и внешние профессиональные коммуникации | ПК-6.1.Способен организовать ведение переговоров с туристами, согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг. | Знать: принципы ведения переговоров с туристами, согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг Уметь: вести переговоры с туристами, согласовывать условия договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг Владеть: навыками ведения переговоров с туристами, согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг |
| | ПК-6.2 Способен обеспечить информационное консультирование и сопровождение клиентов туристского предприятия | Знать: методы информационного консультирования и сопровождения клиентов туристского предприятия Уметь: обеспечивать информационное консультирование и сопровождение клиентов туристского предприятия Владеть: навыками обеспечения информационного консультирования и сопровождения клиентов туристского предприятия |
| | ПК-6.3 Способен к взаимодействию с турагентствами, туроператорами, экскурсионными бюро, гостиницами и кассами продажи | Знать: принципы взаимодействия с турагентствами, туроператорами, экскурсионными бюро, гостиницами и кассами продажи билетов, и иными сторонними организациями Уметь: взаимодействовать с турагентствами, |

| | | |
|--|---|--|
| | билетов, и иными сторонними организациями | туроператорами, экскурсионными бюро, гостиницами и кассами продажи билетов, и иными сторонними организациями Владеть: навыками взаимодействия с турагентствами, туроператорами, экскурсионными бюро, гостиницами и кассами продажи билетов, и иными сторонними организациями. |
|--|---|--|

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины и виды учебной работы в академических часах с выделением объема контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся

очная форма обучения

| Вид учебной деятельности | ак. часов | |
|---|-----------|---------------------------|
| | Всего | По семестрам 2 семестр |
| 1. Контактная работа обучающихся с преподавателем: | 36,5 | 36,5 |
| Аудиторные занятия, часов всего, в том числе: | 36 | 36 |
| • занятия лекционного типа | 18 | 18 |
| • занятия семинарского типа: | 18 | 18 |
| практические занятия | 18 | 18 |
| лабораторные занятия | | |
| в том числе занятия в интерактивных формах | 4 | 4 |
| в том числе занятия в форме практической подготовки | 10 | 10 |
| Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий | 0,5 | 0,5 |
| 2. Самостоятельная работа студентов, всего | 35,5 | 35,5 |
| - выполнение домашних заданий | 25 | 25 |
| - контрольное тестирование | 10,5 | 10,5 |
| 3. Промежуточная аттестация: зачет с оценкой | | |
| ИТОГО: | ак. часов | 72 |
| Общая трудоемкость | зач. ед. | 2 |

заочная форма обучения

| Вид учебной деятельности | ак. часов | |
|---|-----------|---------------------|
| | Всего | По курсам 1 курс |
| 1. Контактная работа обучающихся с преподавателем: | 8,5 | 8,5 |
| Аудиторные занятия, часов всего, в том числе: | 8 | 8 |
| • занятия лекционного типа | 4 | 4 |
| • занятия семинарского типа: | 4 | 4 |
| практические занятия | 4 | 4 |
| лабораторные занятия | | |
| в том числе занятия в интерактивных формах | 2 | 2 |
| в том числе занятия в форме практической подготовки | 2 | 2 |
| Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий | 0,5 | 0,5 |
| 2. Самостоятельная работа студентов, всего | 59,5 | 59,5 |
| - выполнение домашних заданий | 50 | 50 |
| - контрольное тестирование | 9,5 | 9,5 |
| 3. Промежуточная аттестация: зачет с оценкой | 4 | 4 |
| ИТОГО: | ак. часов | 72 |
| Общая трудоемкость | зач. ед. | 2 |

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Роль продаж в маркетинговом процессе

Значимость персональной торговли. Элементы и стратегии продвижения товара. Особенности продажи услуг. Отличие технологии продажи услуг от технологии продажи материальных предметов.

Тема 2. Типы продаж

Продажа как процесс удовлетворения потребностей клиентов. Продажи типа «обслуживание». «Агрессивные» продажи. «Спекулятивный» тип продаж – умение найти подход к каждому клиенту.

Этапы: установление контакта, уточнение ситуации и потребности, презентация товара, работа с возражениями, предложение, от которого клиент не может отказаться. Мерчандайзинг.

Тема 3. Покупательское поведение. Поиск и оценка покупателя

Самооценка и поведение покупателя. ABC – анализ покупателей. Типы покупателей. Определение типа покупателя. Выявление его мотивов покупки. Распознавание потенциального покупателя. Специфика взаимодействия с каждым типом покупателя. Выбор способа воздействия на процесс принятия решения о покупке в зависимости от типа потенциального покупателя. Разработка системы поиска покупателей.

Тема 4. Переговоры с потенциальным покупателем

Установка контакта с потенциальным покупателем. Выявление потребностей клиента. Техника демонстрации товара. Техника подачи информации. Соотнесение особенностей товара (услуги) с потребностями и мотивами покупателя. Вербальная коммуникация. Невербальная коммуникация: рукопожатие, поза, приветствие, манера поведения. Способы подачи информации. Выбор правильного мотива обращения к покупателю.

Тема 5. Процесс принятия решения о покупке

Этапы процесса принятия решения о покупке. Способы воздействия на потенциального покупателя.

Тема 6. Техника работы с возражениями

Природа сопротивления покупке. Возражения в отношении продавца. Возражения в отношении товара (услуги). Скрытое возражение. Техника преодоления возражений. Техника предупреждения возражений потенциального покупателя.

Тема 7. Торговая презентация

Приемы привлечения внимания потенциальных покупателей. Поддержание их интереса. Демонстрация знаний о товаре (услуге). Формирование доверия к компании. Интерпретация преимуществ товара. Поощрение вопросов потенциальных покупателей.

Тема 8. Технологии активных продаж

Телемаркетинг (технология «холодных звонков»). Составление базы данных потенциальных клиентов (учет, сегментация). Ведение истории переговоров с клиентами. Анализ эффективности переговоров. Оптимизация переговоров с клиентами на основе результатов анализа. Директ-маркетинг: рассылка писем потенциальным клиентам (система «Умная рассылка»). Технология активных продаж на выставках. Манипулятивные технологии продаж.

Тема 9. Технологии бесконтактных продаж

Понятие и особенности бесконтактных продаж. История и эволюция бесконтактных продаж. Виды бесконтактных продаж. Электронная коммерция: интернет-магазины, интернет аукционы. Продажи по каталогам. Телемагазин. Вендинг. Преимущества и недостатки бесконтактных продаж.

5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

очная форма обучения

| № п/п | Наименование раздела, темы дисциплины | Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов(в ак. часах) | | | | Аудиторных занятий в интерактивной форме |
|-------|---|---|---|------------------------|-------|--|
| | | занятия лекционного типа | занятия семинарского типа /из них в форме практической подготовки | самостоятельная работа | Всего | |
| 1. | Тема 1. Роль продаж в маркетинговом процессе | 2 | 2 | 3,5 | 7,5 | |
| 2. | Тема 2. Типы продаж | 2 | 2/2 | 4 | 8 | |
| 3. | Тема 3. Покупательское поведение. Поиск и оценка покупателя | 2 | 2/2 | 4 | 8 | |
| 4. | Тема 4. Переговоры с потенциальным покупателем | 2 | 2/2 | 4 | 8 | 2 |
| 5. | Тема 5. Процесс принятия решения о покупке | 2 | 2/2 | 4 | 8 | |
| 6. | Тема 6. Техника работы с возражениями | 2 | 2/2 | 4 | 8 | |
| 7. | Тема 7. Торговая презентация | 2 | 2 | 4 | 8 | 2 |
| 8. | Тема 8. Технологии активных продаж | 2 | 2 | 4 | 8 | |
| 9. | Тема 9. Технологии бесконтактных | 2 | 2 | 4 | 8 | |

| | | | | | | |
|----|---|-----------|--------------|-------------|-----------|----------|
| | продаж | | | | | |
| 12 | Контактная работа в период промежуточной аттестации | | | | 0,5 | |
| | Итого | 18 | 18/10 | 35,5 | 72 | 4 |

заочная форма обучения

| № п/п | Наименование раздела, темы дисциплины | Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов(в ак. часах) | | | | Аудиторных занятий в интерактивной форме |
|-------|---|---|--|------------------------|-----------|--|
| | | занятия лекционного типа | занятия семинарского типа / из них в форме практической подготовки | самостоятельная работа | Всего | |
| 1. | Тема 1. Роль продаж в маркетинговом процессе | | | 7 | 7 | |
| 2. | Тема 2. Типы продаж | 2 | | 6 | 8 | |
| 3. | Тема 3. Покупательское поведение. Поиск и оценка покупателя | 2 | | 6 | 8 | 2 |
| 4. | Тема 4. Переговоры с потенциальным покупателем | | 2/2 | 6 | 8 | |
| 5. | Тема 5. Процесс принятия решения о покупке | | | 7 | 7 | |
| 6. | Тема 6. Техника работы с возражениями | | 2 | 6 | 8 | |
| 7. | Тема 7. Торговая презентация | | | 7 | 7 | |
| 8. | Тема 8. Технологии активных продаж | | | 7 | 7 | |
| 9. | Тема 9. Технологии бесконтактных продаж | | | 7,5 | 7,5 | |
| | Подготовка к зачету с оценкой | | | | 4 | |
| | Контактная работа в период промежуточной аттестации | | | | 0,5 | |
| | Итого | 4 | 4/2 | 59,5 | 72 | 2 |

6. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены.

7. Практические занятия

очная форма обучения

| № п/п | Наименование раздела, темы дисциплины | Содержание практических занятий | Объем (час.) | В т.ч. в форме практической подготовки |
|-------|--|---|--------------|--|
| 1 | Тема 1. Роль продаж в маркетинговом процессе | 1. Элементы и стратегии продвижения товара. 2. Особенности продажи услуг. 3. Отличие технология продажи услуг от технологии продажи материальных предметов. | 2 | |
| 2 | Тема 2. Типы продаж | 1. Продажа как процесс удовлетворения потребностей клиентов. 2. Продажи типа «обслуживание» | 2 | 2 |

| № п/п | Наименование раздела, темы дисциплины | Содержание практических занятий | Объем (час.) | В т.ч. в форме практической подготовки |
|-------|---|--|--------------|--|
| | | 3. «Агрессивные» продажи 4. «Спекулятивный» тип продаж | | |
| 3 | Тема 3. Покупательское поведение. Поиск и оценка покупателя | 1. Самооценка и поведение покупателя. 2. ABC – анализ покупателей. 3. Типы покупателей. Определение типа покупателя. 4. Выбор способа воздействия на процесс принятия решения о покупке в зависимости от типа потенциального покупателя. 5. Разработка системы поиска покупателей. | 2 | 2 |
| 4 | Тема 4. Переговоры с потенциальным покупателем | 1. Установка контакта с потенциальным покупателем. 2. Техника демонстрации товара. 3. Техника подачи информации. 4. Соотнесение особенностей товара (услуги) с потребностями и мотивами покупателя. 5. Вербальная коммуникация. Невербальная коммуникация | 2 | 2 |
| 5 | Тема 5. Процесс принятия решения о покупке | 1. Этапы процесса принятия решения о покупке. 2. Способы воздействия на потенциального покупателя. | 2 | 2 |
| 6 | Тема 6. Техника работы с возражениями | 1. Природа сопротивления покупке. 2. Возражения в отношении продавца. 3. Возражения в отношении товара (услуги). 4. Техника преодоления возражений. 5. Техника предупреждения возражений потенциального покупателя. | 2 | 2 |
| 7 | Тема 7. Торговая презентация | 1. Приемы привлечения внимания потенциальных покупателей. 2. Демонстрация знаний о товаре (услуге). 3. Формирование доверия к компании. 4. Интерпретация преимуществ товара. 5. Поощрение вопросов потенциальных покупателей. | 2 | |
| 8 | Тема 8. Технологии активных продаж | 1. Телемаркетинг (технология «холодных звонков»). 2. Директ-маркетинг: рассылка писем потенциальным клиентам (система «Умная рассылка»). 3. Технология активных продаж на выставках. 4. Манипулятивные технологии продаж. | 2 | |
| 9 | Тема 9. Технологии бесконтактных продаж | 1. Понятие и особенности бесконтактных продаж. 2. Виды бесконтактных продаж: Электронная коммерция, вендинг, продажи по каталогам, телемагазин 3. Преимущества и недостатки бесконтактных продаж. | 2 | |
| | Итого | | 18 | 10 |

заочная форма обучения

| № п/п | Наименование раздела, темы дисциплины | Содержание практических занятий | Объем (час.) | В т.ч. в форме практической подготовки |
|-------|--|---|--------------|--|
| 1 | Тема 4. Переговоры с потенциальным покупателем | 1. Установка контакта с потенциальным покупателем. 2. Техника демонстрации товара. 3. Техника подачи информации. 4. Соотнесение особенностей товара (услуги) с потребностями и мотивами покупателя. 5. Вербальная коммуникация. Невербальная коммуникация | 2 | 2 |
| 2 | Тема 6. Техника работы с возражениями | 1. Природа сопротивления покупке. 2. Возражения в отношении продавца. 3. Возражения в отношении товара (услуги). 4. Техника преодоления возражений. 5. Техника предупреждения возражений потенциального покупателя. | 2 | |
| | Итого | | 4 | 2 |

8. Тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены

9. Самостоятельная работа студента

Самостоятельная работа студента при изучении дисциплины «Технологии продаж» направлена на:

- освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы;
- изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);
- работу с компьютерными обучающими программами;
- выполнение домашних заданий по практическим занятиям;
- самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках;
- подготовку к зачету с оценкой.

Тема 1. Роль продаж в маркетинговом процессе

1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.
2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.
3. Подготовьте ответы на предложенные письменные проверочные работы:

1. *Элементы и стратегии продвижения товара.*
2. *Особенности продажи услуг.*
3. *Отличие технология продажи услуг от технологии продажи материальных предметов.*

Для этого:

- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;
- найдите ответы на вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках;

- оформите ответы.

Оценочные средства: Доклад-презентация, тесты.

Тема 2. Типы продаж

1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.
2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.
3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках.

1. *Продажа как процесс удовлетворения потребностей клиентов.*

2. *Продажи типа «обслуживание»*

3. *«Агрессивные» продажи*

4. *«Спекулятивный» тип продаж*

Для этого :

- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;
- составьте план доклада;
- напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.

5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.

Оценочные средства: Доклад-презентация, практическое задание, тесты.

Тема 3. Покупательское поведение. Поиск и оценка покупателя

1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.
2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.
3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках.

1. *Самооценка и поведение покупателя.*

2. *ABC – анализ покупателей.*

3. *Типы покупателей. Определение типа покупателя.*

4. *Выбор способа воздействия на процесс принятия решения о покупке в зависимости от типа потенциального покупателя.*

5. *Разработка системы поиска покупателей.*

для этого:

- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;
- составьте план доклада;
- напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.

5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.

Оценочные средства: Реферат, практическое задание.

Тема 4. Переговоры с потенциальным покупателем

1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.

2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.

3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках.

1. *Установка контакта с потенциальным покупателем.*

2. *Техника демонстрации товара.*

3. *Техника подачи информации.*

4. *Соотнесение особенностей товара (услуги) с потребностями и мотивами покупателя.*

5. *Вербальная коммуникация. Невербальная коммуникация*

для этого:

- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;
- составьте план доклада;
- напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.

5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.

Оценочные средства: Доклад-презентация, практическое задание, круглый стол.

Тема 5. Процесс принятия решения о покупке

1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.

2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.

3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках.

1 Этапы процесса принятия решения о покупке.

2. Способы воздействия на потенциального покупателя.

для этого:

- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;
- составьте план доклада;
- напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.

5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.

Оценочные средства: Доклад-презентация, тесты.

Тема 6. Техника работы с возражениями

1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.

2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.

3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках.

1. *Природа сопротивления покупке.*
2. *Возражения в отношении продавца.*
3. *Возражения в отношении товара (услуги).*
4. *Техника преодоления возражений.*
5. *Техника предупреждения возражений потенциального покупателя.*

для этого:

- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;
- составьте план доклада;
- напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.

5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.

Оценочные средства Доклад-презентация, практическое задание.

Тема 7. Торговая презентация

1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.

2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.

3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках.

1. *Приемы привлечения внимания потенциальных покупателей.*
2. *Демонстрация знаний о товаре (услуге).*
3. *Формирование доверия к компании.*
4. *Интерпретация преимуществ товара.*
5. *Поощрение вопросов потенциальных покупателей.*

для этого:

- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;
- составьте план доклада;
- напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.

5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.

Оценочные средства: Реферат, практические задания.

Тема 8. Технологии активных продаж

1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.

2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.

3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках.

1. Телемаркетинг (технология «холодных звонков»).

2. Директ-маркетинг: рассылка писем потенциальным клиентам (система «Умная рассылка»).

3. Технология активных продаж на выставках.

4. Манипулятивные технологии продаж

для этого:

- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;
- составьте план доклада;
- напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.

5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.

Оценочные средства: Доклад-презентация, деловая игра.

Тема 9. Технологии бесконтактных продаж

1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.

2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.

3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованных источниках.

1. Понятие и особенности бесконтактных продаж.

2. Виды бесконтактных продаж: Электронная коммерция, вендинг, продажи по каталогам, телемагазин

3. Преимущества и недостатки бесконтактных продаж.

для этого:

- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;

- составьте план доклада;
- напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.

5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.

Оценочные средства: Доклад-презентация, практическое задание.

10. Перечень нормативных правовых актов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимых для освоения дисциплины

а) нормативные правовые акты:

1. Гражданский кодекс РФ (часть первая): ФЗ от 30.11.1994 №51-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями) – Консультант Плюс [Электрон, ресурс].

2. Гражданский кодекс РФ (часть вторая): федер. закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями) – Консультант Плюс [Электрон, ресурс].

3. Налоговый кодекс РФ (часть первая): федер. закон от 31.07.1998 № 146-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями) – Консультант Плюс [Электрон, ресурс].

б) основная литература:

1. Технологии продаж : учебное пособие для бакалавров / Т. С. Жданова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 183 с. — ISBN 978-5-394-03566-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90239.html> (дата обращения: 29.10.2020). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

в) дополнительная литература:

Технологии продажи в гостиничном деле и туризме : учебное пособие / О. К. Прончева. — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2012. — 82 с. — ISBN 978-5-93252-258-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/18262.html> (дата обращения: 29.10.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

11. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая профессиональные базы данных
<https://www.book.ru/> - ЭБС Book.ru
- <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks
- <https://ibooks.ru/> - ЭБС Айбукс.ru/ibooks.ru
- <https://rucont.ru/> - ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт»
- <http://znanium.com/> - ЭБС Znanium.com
- <https://dlib.eastview.com/> - База данных East View

2. Информационно-справочные системы

СПС КонсультантПлюс. Компьютерная справочная правовая система, широко используется учеными, студентами и преподавателями (подписка на ПО)

3. Лицензионно программное обеспечение

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.

a. Office ProPlus All LngLic/SA Pack MVL Partners in Learning
(лицензия на пакет Office Professional Plus)

b. Windows 8

2. Консультант + версия проф.- справочная правовая система

3. Система тестирования INDIGO.

4. Антиплагиат. ВУЗ

4. Свободно распространяемое программное обеспечение

1. Adobe Acrobat – свободно-распространяемое ПО

2. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox – свободно-распространяемое ПО

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс обеспечивается специальными помещениями, которые представляют собой аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы студентов и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам, укомплектованы специализированной мебелью.

Аудитории лекционного типа, оснащенные проекционным оборудованием и техническими средствами обучения, обеспечивающими представление учебной информации большой аудитории, демонстрационным оборудованием.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, обеспечивающей доступ к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета.