

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Организация туристического обслуживания и технология продаж»**

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. **Цель изучения дисциплины** – формирование знаний умений и навыков у будущих специалистов в области технологии обслуживания туристов и организации продаж туристских услуг.

1.2 Задачи учебной дисциплины:

- приобретение знаний по технологии и организации туроперейтинговой деятельности;
- приобретение знаний по технологии разработки туристского продукта и отдельной услуги;
- овладение новыми технологиями по продвижению и организации продаж туристского продукта;
- овладение методикой расчета цены тура и отдельной услуги.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

2.1. Цикл (раздел) ООП:

Дисциплина «Организация туристического обслуживания и технология продаж» относится к дисциплинам по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ).

2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП

Дисциплина «Организация туристического обслуживания и технология продаж» носит междисциплинарный характер и тесно связана с такими учебными дисциплинами, как «Туристские ресурсы мира», «Связь с общественностью в туризме», «Организация экскурсионной деятельности», «Туристско-рекреационное проектирование», «Основы туризма и гостиничной деятельности», «Туроперейтинг», «Маркетинговые технологии в индустрии туризма».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

Код соответствующей компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ДПК-14	способность организовывать маркетинговую деятельность на предприятиях туристской сферы	Знать: основные понятия категории, инструменты маркетинговой политики, инструментарий маркетингового анализа. Уметь: анализировать коммуникационные процессы в турагентстве, применять инструменты стратегического маркетингового анализа на практике Владеть: навыками участия в разработке и реализации конкурентной маркетинговой стратегии турагентства

ПК-9	Готовность к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – знать современные туристские формальности; - основные этапы продвижения туристского продукта на рынок; - правовые основы сотрудничества туроператора и турагента. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – уметь проводить маркетинговый анализ инфраструктуры туризма определенного региона; – рассчитать цену тура, разрабатывать и заключать договора с партнерами и туристами. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – современными навыками поиска информации в глобальной сети интернет по туристскому продукту; -навыками разработки туристского продукта с использованием инновационных технологий.
------	--	---

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Структура туристских продаж.

Тема 1. Туристские продажи как структурированный процесс.

Тема 2. Планирование туроперейтинговой программы.

Тема 3. Маркетинговые технологии в туроперейтинге.

Раздел 2. Мотивация и психология в процессе продажи туристического продукта.

Тема 4. Технология проектирования тура.

Тема 5. Теоретические основы технологии продаж услуг в туристской индустрии.

Тема 6. Мотивация потребителей и основы психологии продаж услуг туристской индустрии.

Тема 7. Организация каналов сбыта туристского продукта.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Обучение строится на сочетании лекционных и семинарских занятий, и самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся (СРС). Семинарские занятия являются аудиторными занятиями, которые предназначены для сочетания теоретического осмысления активного аудиторного обсуждения разделов дисциплины. Все виды аудиторных занятий сочетают образовательную, воспитательную, практическую и методическую функции.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Дубровская Н. И. ст.преп. кафедры туризма.