

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет географічний
Кафедра туризму та готельного господарства

СИЛАБУС

вибіркової навчальної дисципліни

ТЕХНОЛОГІЯ ПРОДАЖІВ В ТУРИЗМІ

підготовки	Бакалавр
спеціальності	242 Туризм
освітньо-професійної програми	Туризм

Силабус навчальної дисципліни «ТЕХНОЛОГІЯ ПРОДАЖІВ В ТУРИЗМІ»
підготовки бакалавра, галузі знань 24 Сфера обслуговування, спеціальності
242 Туризм, за освітньо-професійною програмою Туризм.

Укладач: Громко Л. С., доцент, кандидат економічних наук..

Силабус навчальної дисципліни затверджено на засіданні кафедри
туризму та готельного господарства
протокол №1 від 30 серпня 2021 р.

Завідувач кафедри



Ільїн Л. В.

I. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма Освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		Денна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань: 24 Сфера обслуговування Спеціальність: 242 Туризм Освітньо-професійна програма: Туризм	Вибіркова
Модулів – 2		Рік підготовки – 4
Змістових модулів – 2		Семестр – 7
ІНДЗ: є		Лекції – 26 год.
Загальна кількість годин – 150		Практичні – 28 год.
Тижневих годин: аудиторних – 3	Бакалавр	Самостійна робота – 86 год.
		Консультації – 10 год.
		Форма контролю: залік
Мова навчання		Українська

II. Інформація про викладача

Викладач: Громко Лілія Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент

Контактна інформація викладача:

Телефон 0660793032

Електронна пошта: hromko.lilia@eenu.edu.ua

Адреса викладання курсу: вул. Потапова, 9, корпус С ВНУ імені Лесі Українки

Кафедра – туризму та готельного господарства

Факультет – географічний

Дні занять розміщено на <http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. Опис дисципліни

1. Анотація курсу.

В умовах сьогодення, одним із завдань, що постали перед індустрією туризму, питання якісного обслуговування клієнтів. Туристичні агентства змушені працювати в умовах жорсткої конкуренції, і головною їх метою є не стільки максимізація прибутку від конкретної угоди, а вибудовування тривалих взаємовідносин з покупцем створення бази постійних клієнтів, стабілізація доходів підприємства. За цих обставин особливого значення набувають технології продажів продуктів туристичної сфери, що визначають можливості взаємодії туроператорів та турагентів зі своїми покупцями.

2. Постреквізити дисципліни. Вивчення дисципліни сприятиме кращому засвоєнню такої дисципліни, як: «Інноваційні технології в туризмі, готельному і ресторанному господарстві».

3. Мета і завдання навчальної дисципліни.

Метою дисципліни є формування у студентів системи спеціальних теоретичних знань та практичних навиків щодо формування системи продажу; теоретико-методологічні аспекти організації продажу; розробка інформаційного та процедурного забезпечення управління продажем, підходів проведення аналізу витрат системи продажу тощо.

Завдання курсу:

- оволодіння новими технологіями по просуванню і організації продажів туристичного продукту;
- ознайомлення з психологічними і технологічними основами роботи з клієнтами.

4. Результати навчання (компетентності).

Загальні компетентності (ЗК):

- ЗК 08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- ЗК 10. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово;
- ЗК 12. Навички міжособистісної взаємодії.

Спеціальні (фахові) компетентності (ФК):

- ФК 16. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- ФК 25. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку;
- ФК 27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації;

Результати навчання (РН):

- РН 6. Виявляти і пояснювати принципи і методи організації та технології обслуговування туристів;
- РН 7. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт;
- РН 8. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися;
- РН 9. Організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки;
- РН 11. Володіти державною та іноземною (ними) мовою (мовами);
- РН 12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг;
- РН 15. Проявляти професійну толерантність до виявлення альтернативних принципів;
- РН 18. Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях;
- РН 19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань;
- РН 20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання;
- РН 21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності;

5. Структура навчальної дисципліни

Денна форма навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю. Бали
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи управління продажем.						
Тема 1: Концептуальні засади управління продажем.	14	2	2	9	1	Усне опитування, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 3 бали.
Тема 2: Основи продажів туристичного продукту.	14	2	2	9	1	Усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 3 бали.
Тема 3. Інформаційне забезпечення управління продажем.	14	2	2	9	1	Усне опитування, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 3 бали.
Тема 4. Прогнозування та планування продажу.	14	2	2	9	1	Усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 3 бали.

Тема 5. Поведінка споживача. Процес прийняття клієнтом рішення про покупку.	19	4	4	10	1	Усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 3 бали.
Тема 6. Основні форми продажів продуктів туристичної індустрії.	15	2	2	10	1	Усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 5 балів.
Разом за змістовим модулем 1	90	14	14	56	6	тести, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 30 балів
Змістовий модуль 2. Реалізація туристичного продукту підприємства						
Тема 7. Презентація туристичного продукту.	14	2	2	9	1	Усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 3 бали.
Тема 8. Технологія особистісних продажів туристській індустрії.	19	4	4	10	1	Усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 3 бали.
Тема 9. Техніка і методики продажів по телефону.	14	2	2	9	1	Усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 3 бали.
Тема 10. Управління запереченнями клієнтів.	15	2	2	10	1	Усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 3 бали.
Тема 11. Післяпродажний сервіс.	14	2	2	9	1	Усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 3 бали.
Тема 12. Особливості онлайн продажу туристичного продукту.	14	2	2	9	1	Усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 5 балів.
Разом за змістовим модулем 2	90	14	14	56	6	тести, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 30 балів
Усього годин	180	28	28	112	12	Максимальна оцінка 100 балів.

6. Завдання для самостійного опрацювання.

Денна форма навчання

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Тема 1: Концептуальні засади управління продажем.	9
2	Тема 2: Основи продажів туристичного продукту.	9
3	Тема 3. Інформаційне забезпечення управління продажем.	9
4	Тема 4. Прогнозування та планування продажу.	9
5	Тема 5. Поведінка споживача. Процес прийняття клієнтом рішення про покупку.	10
6	Тема 6. Основні форми продажів продуктів туристичної індустрії.	10
7	Тема 7. Презентація туристичного продукту.	9
8	Тема 8. Технологія особистісних продажів у туристській індустрії.	10
9	Тема 9. Техніка і методики продажів по телефону.	9
10	Тема 10. Управління запереченнями клієнтів.	10
11	Тема 11. Післяпродажний сервіс.	9
12	Тема 12. Особливості онлайн продажу туристичного продукту.	9
	Разом	112

IV. Політика оцінювання

Оцінювання знань студентів з навчальних дисциплін здійснюється на основі результатів поточного контролю й модульного контролю знань.

Результати поточного контролю: оцінки за виконання студентом практичних робіт; оцінка за виконання самостійної роботи.

Відвідування занять є обов'язковим. Студенти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом. У разі відсутності через хворобу надати відповідну довідку. Пропущені заняття відпрацьовувати під час консультацій. Студент повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь у навчальному процесі.

Політика щодо академічної доброчесності. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені.

Вимоги до академічної доброчесності визначаються «Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у науково-дослідній діяльності здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників ВНУ ім. Лесі Українки», що розміщується на сайті університету за посиланням: <https://ra.eunu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Polozhennya-Antyplagiat.pdf>.

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Терміни здачі практичних робіт, самостійної роботи повідомляє викладач на перших аудиторних заняття з дисципліни або прописує на інтернет-платформі курсу. Перескладання завдань поточного контролю та модульного контролю при вивченні дисципліни «Управління персоналом» узгоджується з політикою ЗВО.

V. Підсумковий контроль

Формою підсумкового контролю є залік.

Якщо студент успішно виконав усі запропоновані викладачем завдання й отримав остаточну оцінку не менше, ніж 60 балів, підсумкову оцінку він отримує без складання заліку. Така оцінка виставляється в день проведення заліку за умови обов'язкової присутності студента.

Якщо студент отримав остаточну оцінку нижчу за 60 балів, підсумкова оцінка визначається як сума балів, отриманих за поточний контроль (максимум 40 балів) та залікової оцінки (максимум 60 балів).

Залікова оцінка визначається за результатами виконання залікових завдань, які вміщують 30 тестових та 2 практичні завдання.

VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка
90 – 100	Відмінно
82 – 89	Дуже добре
75 – 81	Добре
67 – 74	Задовільно
60 – 66	Достатньо
1 – 59	Незадовільно

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Пилипчук В. П., Данніков О.В. Управління продажем: навч. посіб. К. : КНЕУ, 2011. - 627 с.
2. Россоха В. В. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник . К. : Національний науковий центр “Інститут аграрної економіки”, 2014. 242 с.
3. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. 597 с.
4. Холловой Дж. К. Туристический маркетинг : пер. с 4-го англ. изд. К. : Знання, 2008. 575 с.

Додаткова

5. Данніков О.В. Маркетинг: розвиток і нові орієнтири для концепції управління підприємством. Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. – Спец. вип.: Маркетингова освіта в Україні. К. : КНЕУ, 2011. С. 646–660.
6. Данніков О.В. Маркетингова система управління продажем торговельно-посередницького підприємства. Київ: Центр учбової літератури, 2016. С. 115-127.

Інтернет-ресурси

7. Інформаційні технології в управлінні продажами туристичних продуктів. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ru/article/id-3573/>
8. Управління продажем продукції. URL: <http://www.economy-confer.com.ua/full-article/2435/>
9. Управління продажами: як ефективно закривати угоди. URL: <https://www.seotm.com/ua/blog/kak-jeffektivno-zakryvat-sdelki.html>
10. Формування каналів збуту туристичних послуг. URL: <http://infotour.in.ua/kvartalnov5-4.htm>
11. CRM система для туризму. URL: <http://uk.crm-magerp.com/crm-for-tourism>
12. Tourism Trends and Marketing Strategies UNWTO. URL: <http://mkt.unwto.org/ru/barometer>