

Б1.В.ДВ.7.1 Тренинг эффективных продаж в сфере услуг

Цель дисциплины

Целью учебной дисциплины «Тренинг эффективных продаж в сфере услуг» является формирование у студентов теоретических знаний о специфике и особенностях организации продаж гостиничных и туристских услуг, технологиях их осуществления, а также практических навыков по использованию маркетинговых средств для обеспечения клиентоориентированных продаж.

Учебные задачи дисциплины

В процессе изучения дисциплины решаются следующие учебные задачи:

- изучить технологии продвижения и продаж услуг туризма;
- овладеть основами создания и функционирования системы продаж;
- сформировать комплекс знаний о процессах обслуживания клиентов;
- овладеть практическими навыками использования спектра маркетинговых средств для обеспечения эффективных продаж гостиничных и туристских услуг;
- овладеть комплексом знаний и практических навыков по использованию современных и эффективных технологий продаж гостиничных и туристских услуг.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Тренинг эффективных продаж в сфере услуг», относится к вариативной части учебного плана. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Организация и технология гостиничного дела» (Б1.В.ДВ.4.1), «Документационный оборот в туристской организации» (Б1.В.ДВ.8.2), «Методы исследования рынка в сфере гостеприимства» (Б1.В.ДВ.10.1).

Для успешного освоения дисциплины «Тренинг эффективных продаж в сфере услуг», студент должен:

1. Знать способы анализа взаимосвязей между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5).
2. Уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие предприятия (ПК-12).
3. Владеть способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).

Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие профессиональные компетенции:

ОК-5 – способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

В результате освоения компетенции **ОК-5** студент должен:

Знать:

- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;
- основы делового общения.

Уметь:

- общаться, вести гармоничный диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации;
- организовывать и управлять командным взаимодействием.

Владеть:

– современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации.

ОПК-4 – способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.

В результате освоения компетенции **ОПК-4** студент должен:

Знать:

- способы организации переговорного процесса;
- направления командного взаимодействия для решения управленческих задач;
- принципы, способы и методы оценки эффективности ведения переговоров и совещаний, организацию переговоров и совещаний, а также методы анализа их результатов.

Уметь:

- разрабатывать предложения по повышению эффективности организационных коммуникаций;
- оценивать эффективность переговоров, совещаний и принимаемых финансовых и экономических решений;
- согласовывать результаты переговоров и совещаний с партнерами и находить компромиссные варианты решений.

Владеть:

- методами, ведения переговоров, совещаний, деловой переписки, а также методами использования электронных коммуникаций для этих целей;
- методами оценки экономической эффективности глобальных компьютерных сетей и корпоративных информационных системах с целью повышения экономической деятельности предприятия;
- навыками совершенствования коммуникационных процессов в организации.

ОПК-7 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

В результате освоения компетенции **ОПК-7** студент должен:

Знать:

- основные теоретические положения анализа и количественного моделирования систем управления основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля;
- принципы организации операционной деятельности, основные методы и инструменты управления операционной деятельностью гостиничного предприятия.

Уметь:

- использовать пакеты прикладных программ для проведения анализа и количественного моделирования систем управления;
- ставить и решать задачи операционного маркетинга;
- использовать программное обеспечение при решении задач анализ и моделирования управленческих задач.

Владеть:

- навыками анализа и количественного моделирования систем управления;
- методами анализа операционной деятельности;

– методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины
Тема 1	Основные технологии и общие закономерности системы продаж гостиничных и туристских услуг
Тема 2	Процесс принятия потребителем решения о приобретении гостиничных и туристских услуг
Тема 3	Управление возражениями клиента
Тема 4	Применение АТЛ при осуществлении продаж гостиничных и туристских услуг
Тема 5	Использование ВТЛ для эффективных продаж гостиничных и туристских услуг
Тема 6	Политика формирования цен на гостиничные и туристские услуги
Тема 7	Профессиональная презентация гостиничных и туристских услуг
Тема 8	Современные технологии и средства, обеспечивающие увеличение продаж гостиничных и туристских услуг

Формы контроля: зачет.