

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Кумертауский филиал
федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Оренбургский государственный университет имени В.А. Бондаренко»
(Кумертауский филиал ОГУ)

Кафедра экономики



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.Б.31 Технологии продаж»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

(код и наименование направления подготовки)

Технология и организация услуг на предприятиях индустрии туризма
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Кумертау 2026

Рабочая программа дисциплины «Б1.Д.Б.31 Технологии продаж» / сост. Е.А. Цыркаева, Кумертау: Кумертауский филиал ОГУ, 2026

Рабочая программа предназначена обучающимся заочной формы по направлению подготовки 43.03.02 Туризм

© Цыркаева Е.А., 2026

© Кумертауский филиал ОГУ, 2026

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

формирование комплекса знаний по теоретическим основам процесса продаж и системы навыков осуществления реализации услуг, взаимодействия с потребителями и владения технологиями продаж.

Задачи:

- изучение теоретических основ процесса продаж;
- владение основными методами работы с потребителями;
- освоение методов и технологий продаж различных видов услуг с учетом специфики сегментов потребителей;
- исследование состояния спроса на услуги, способов интерпретации информации о потребностях клиентов и подходов к обеспечению развития сети продаж;
- выработка навыков практической работы по планированию объемов и структуры услуг организаций туристической индустрии, по построению взаимоотношений с клиентами различных поведенческих типов, по идентификации основных этапов процесса принятия решения о покупке потребителем.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: Б1.Д.Б.21 *Маркетинг в сфере услуг*

Постреквизиты дисциплины: Б1.Д.Б.34 *Технология выездного и въездного туризма*, Б1.Д.В.10 *Реклама и связи с общественностью в сервисе и туризме*, Б1.Д.В.13 *Организация обслуживания на предприятиях развлечения и отдыха*, Б1.Д.В.16 *Организация и обслуживание на предприятиях питания*, Б1.Д.В.Э.1.1 *Организация работы санаторно-курортных учреждений*, Б1.Д.В.Э.1.2 *Организация специализированных видов туризма*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4-В-1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в том числе с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов ОПК-4-В-2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Знать: основы технологии предоставления и продвижения услуг туристу; типологию клиентов по социально-психологическим признакам. Уметь: проектировать процесс предоставления, оказания и продвижения услуг конечному потребителю в зависимости от вида

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		услуги и типа клиента. Владеть: методами и технологиями предоставления и продвижения услуг конечному потребителю (туристу)

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	6 семестр	всего
Общая трудоёмкость	108	108
Контактная работа:	12,5	12,5
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия (ПЗ)	4	4
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: - выполнение контрольной работы (КонтрР); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям	95,5 +	95,5
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Подходы к определению и классификации понятия «продажа».	12	-	-		12
2	Покупательское поведение современного потребителя сервисных и туристских услуг.	16	2	2		12
3	Технологии персональной продажи в индустрии сервиса и туризма.	16	2	-		14
4	Типы организационных структур отдела продаж.	14	-	-		14
5	Методы стимулирования продаж в индустрии сервиса и туризма	18	2	-		16
6	Мерчандайзинг как современная технология стимулирования продаж в индустрии сервиса и туризма	16	-	2		14
7	Особенности использования технологий ди-	16	2	-		14

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
	рект-маркетинг а в индустрии сервиса и туризма					
	Итого:	108	8	4		96
	Всего:	108	8	4		96

4.2 Содержание разделов дисциплины

1 Подходы к определению и классификации понятия «продажа». Продавец и покупатель как субъекты торговой деятельности. Виды и типы продаж.

2 Покупательское поведение современного потребителя сервисных и туристских услуг. Портрет современного потребителя сервисных и туристских услуг. Психологические типы потребителей.

3 Технологии персональной продажи в индустрии сервиса и туризма. Понятие личной продажи. Основные этапы процесса личной продажи.

4 Типы организационных структур отдела продаж. Типы организационной структуры отдела продаж. Критерии выбора структуры отдела продаж. Документы, регламентирующие деятельность отдела продаж.

5 Методы стимулирования продаж в индустрии сервиса и туризма. Сущность стимулирования продаж. Цели и методы стимулирования продаж. Основные этапы процесса подготовки и проведения мероприятий по стимулированию продаж.

6 Мерчандайзинг как современная технология стимулирования продаж в индустрии сервиса и туризма. Основы мерчандайзинга. Правила и принципы мерчандайзинга. Инструменты мерчандайзинга. Стандарты мерчандайзинга. Визуальный мерчандайзинг.

7 Особенности использования технологий директ-маркетинга в индустрии сервиса и туризма. Директ-маркетинг: понятие, методы, инструменты. Программы лояльности. Особенности и перспективы развития директ-маркетинга в Российской Федерации.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	2	Покупательское поведение современного потребителя сервисных и туристских услуг.	2
2	6	Мерчандайзинг как современная технология стимулирования продаж в индустрии сервиса и туризма	2
		Итого:	4

4.4 Контрольная работа (6 семестр)

Вариант 1.

1. Дать расширенный ответ на теоретический вопрос. «Воронка» продаж.

2. Представить решение ситуационной (практической) задачи. Детально изложите 3 варианта работы с возражением, выдвинутым клиентом в предложенной ситуации. Риэлтер находит для клиента квартиру. При оглашении цены за услуги агентства в 5 процентов комиссионных клиент возмущается: «...почему у вас такие цены? Стоимость услуг в других агентствах гоода гораздо ниже. Можно всего за оформить любую квартиру!».

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1 Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15684-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/560589>

5.2 Дополнительная литература

1. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21279-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/569498>

2. Технологии продвижения туристского продукта: методические рекомендации / составитель Л. А. Белослутцева. — Сочи: СГУ, 2018. — 24 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147764> (дата обращения: 11.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3 Гутникова, О. Н. Организация и технология торговой деятельности : учебник для вузов / О. Н. Гутникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20932-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/589985>

4 Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебник для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/587036>

5.3 Интернет-ресурсы

1 <http://www.mavriz.ru/> - это официальный сайт ежемесячного журнала «Маркетинг в России за рубежом », в котором публикуются последние маркетинговые исследования в различных отраслях и сферах экономики, а также научно-исследовательские разработки отечественных и зарубежных маркетологов.

2 <http://www.marketing.spb.ru/> - это сайт «Энциклопедия маркетинга», на котором представлен широкий перечень научной, справочной литературы по маркетингу, а также примеры маркетинговых исследований

5.4 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1 Операционная система РЕД ОС

2 Пакет офисных приложений LibreOffice

3 Свободный файловый архиватор R 7-Zip

4 Бесплатное средство просмотра файлов PDF Adobe Reader

5 Бесплатный российский интернет-обозреватель Яндекс. Браузер- <https://yandex.ru/>

6 Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования - АИССТ (зарегистрирована в РОСПАТЕНТ, Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2011610456, правообладатель – Оренбургский государственный университет), режим доступа - <http://aist.osu.ru>

7 Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite

8 <https://internet.garant.ru-> электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ»

(ГАРАНТ Универсал+).

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные и практические занятия проводятся в учебных аудиториях.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду филиала и ОГУ.

ЛИСТ

код и наименование

Профиль: Технология и организация услуг на предприятиях индустрии туризма

Дисциплина: Б1.Д.Б.31 Технологии продаж

Форма обучения: заочная
(очная, очно-заочная)

Год набора 2026

наименование кафедры

протокол № 11 от «11» 06 2026 г.

наименование кафедры

подпись

Ахмадиева З.Р.
расшифровка подписи

Исполнители:

должность

подпись

Е.А. Цыркаева
расшифровка подписи

ОДОБРЕНА на заседании НМС, протокол № 7 от «17» 06 2026 г.

подпись

Л.Ю. Полякова
расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

подпись

3.Р. Ахмадиева
расшифровка подписи

подпись

С.Н. Козак
расшифровка подписи