

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"

Кафедра СГПИ филиал ПГНИУ - социальных и гуманитарных дисциплин
Авторы-составители: (СГПИ) Лехтина Татьяна Валерьевна

Рабочая программа дисциплины
ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ
Код УМК 94991

Утверждено
Протокол №№10
от «17» июля 2020 г.

Пермь, 2020

1. Наименование дисциплины

Технологии продаж в сфере обслуживания

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **43.03.02** Туризм

направленность Технология и организация экскурсионных услуг

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Технологии продаж в сфере обслуживания** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

43.03.02 Туризм (направленность : Технология и организация экскурсионных услуг)

ОПК.11 Способен к продвижению и организации продаж туристского (сервисного) продукта с использованием современных технологий

Индикаторы

ОПК.11.2 Применяет интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта

ОПК.11.3 Организует реализацию туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж

ПК.3 Способен к организации и управлению внутрифирменными процессами реализации и продвижения туристских продуктов потребителям, с учетом материально-технических и трудовых ресурсов организации

Индикаторы

ПК.3.1 Организует реализацию туристских продуктов, ориентируясь на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей

ПК.4 Способен обеспечивать предоставление качественных персональных услуг в сфере гостеприимства и туризма

Индикаторы

ПК.4.1 Осуществляет подбор туристских продуктов и услуг по запросам клиентов

ПК.4.2 Обеспечивает консультирование клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала

ПК.4.3 Организует процессы обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	43.03.02 Туризм (направленность: Технология и организация экскурсионных услуг)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	10,11
Объем дисциплины (з.е.)	4
Объем дисциплины (ак.час.)	144
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	56
Проведение лекционных занятий	28
Проведение практических занятий, семинаров	28
Самостоятельная работа (ак.час.)	88
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (2) Письменное контрольное мероприятие (4)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (10 триместр) Экзамен (11 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Тема 1.Содержание процесса обслуживания и продажи сервисного продукта

Понятие продажи и сервисного продукта. Описание процесса продажи сервисного продукта. Осуществление продажи и последующий контакт с клиентом. Факторы, определяющие уровень обслуживания клиентов.

Тема 2. Методы продажи услуг в сфере сервиса и туризма

Классификация методов продаж услуг в сфере обслуживания. Особенности продажи сервисных услуг в офисе компании. Реализация путевок на ярмарках и выставках. Личный и косвенный контакты сотрудников с клиентами в сфере обслуживания. Метод электронных продаж.

Тема 3. Принципы клиент-ориентированной компании. Формирование лояльности клиента

Клиент-ориентированная компания: понятие, основные принципы. Культура обслуживания клиентов. Характеристика лояльного покупателя, причины отказа от сотрудничества (причины нелояльности клиентов).

Тема 4. Требования к специалистам сферы услуг. Психологические особенности работников туристских и сервисных организаций.

Основные требования к специалистам сферы обслуживания. Квалификационные требования к основным должностям работников индустрии сервиса. Знания, умения, навыки, качества, необходимые успешному продавцу. Изучение осознанных и неосознанных регуляторов поведения потребителей туруслуг в ходе делового общения. Психологические детерминанты осознанного поведения клиентов туристских организаций в ходе делового общения. Неосознанные регуляторы поведения потребителей туруслуг в ходе делового общения.

Тема 5. Профессиональная этика работников сервиса. Коммуникативные навыки.

Сущность профессиональной этики работников обслуживания. Профессиональные стандарты работников службы сервиса. Основные требования профессионального этикета. Коммуникация: понятие, процесс. Общение. Основные функции общения. Вербальная, невербальная, паравербальная коммуникация. Обратная связь в общении. Преодоление коммуникационных барьеров. Деловое общение: методы, приемы, правила поведения, этапы. Виды речи менеджера.

Тема 6. .Классификация групп клиентов.

Современная модель покупательского поведения в туризме. Факторы, влияющие на поведение покупателя: культурные характеристики покупателя, социальные классы, социальные факторы, личностные факторы, психологические факторы. Классы обслуживания. Шкала потребностей клиентов.

Тема 7. Конфликтные ситуации и методы их предупреждения.

Понятие конфликта. Причины возникновения конфликтов между туристскими компаниями и потребителями. Виды конфликтов. Модели развития конфликтов. Исходы конфликтов. Управление конфликтами в туристском бизнесе. Способы разрешения конфликтов. Методы предупреждения конфликтов.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторные занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 197 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07356-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/438658>
2. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07356-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://urait.ru/bcode/453850>
3. Жданова, Т. С. 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> <http://www.iprbookshop.ru/90239.html>

Дополнительная:

1. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 191 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08265-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/424719>
2. Жданова, Т. С. «Ленивый» маркетинг. Принципы пассивных продаж / Т. С. Жданова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 147 с. — ISBN 978-5-394-04005-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/99366.html>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<https://www.marketologi.ru/> Некоммерческое Партнерство «Гильдия Маркетологов»

<https://ramu.ru/> Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг (РАМУ)

<https://adpass.ru/> Портал ADPASS

<https://imacorporate.com/> International Marketing Association

<http://www.popairussia.com/about> POPAI Россия

<https://ppc.world/> Образовательный портал ppc.world

https://www.rea.ru/ru/org/faculties/makfak/Pages/science_magazines.aspx «Маркетинг розничной торговли»

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Технологии продаж в сфере обслуживания** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

- презентационные материалы;
- доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
- доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (student.psu.ru)

Перечень необходимого лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения:

ПО: ОС Microsoft Windows (предустановленная версия - OEM или версия согласно лицензионным соглашениям); пакет офисных приложений Microsoft Office (версия согласно лицензионным соглашениям); Kaspersky Endpoint Security for Business, Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться: система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

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

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:

Основное оборудование: специализированная мебель, меловая доска, ноутбук, проектор, экран.

Для самостоятельной работы: аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченной доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Помещение научной библиотеки СГПИ филиал ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Помещение Научной библиотеки СГПИ филиал ПГНИУ, оснащенное компьютерной техникой, с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ПГНИУ

Основное оборудование: специализированная мебель, меловая доска, проектор, экран, ноутбуки, телевизор.

ПО: ОС Microsoft Windows (предустановленная версия - OEM или версия согласно лицензионным соглашениям); пакет офисных приложений Microsoft Office (версия согласно лицензионным соглашениям); Kaspersky Endpoint Security for Business. Справочно-правовая система «Консультант Плюс. Яндекс.Браузер (свободно распространяемое ПО) и/или Google Chrome (свободно распространяемое ПО); ОС «Альт Образование» .

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Технологии продаж в сфере обслуживания**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.
Индикаторы и критерии их оценивания**

ОПК.11

Способен к продвижению и организации продаж туристского (сервисного) продукта с использованием современных технологий

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ОПК.11.3 Организует реализацию туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж	знает технологии реализации туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж; умеет организовать реализацию туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж; владеет навыком организации реализации туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж.	Неудовлетворител не знает технологии реализации туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж; не умеет организовать реализацию туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж; не владеет навыком организации реализации туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж. Удовлетворительн знает технологии реализации туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж; не умеет организовать реализацию туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж; не владеет навыком организации реализации туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж. Хорошо знает технологии реализации туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж; умеет организовать реализацию туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж; не владеет навыком организации реализации туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж. Отлично знает технологии реализации туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж; умеет организовать реализацию туристских (сервисных) продуктов используя

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		Отлично современные приемы и методы продаж; владеет навыком организации реализации туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж.
ОПК.11.2 Применяет интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта	знает интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта; умеет применять интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта; владеет навыком применения интернет коммуникаций и иных современных технологий для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта.	Неудовлетворител не знает интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта; не умеет применять интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта; не владеет навыком применения интернет коммуникаций и иных современных технологий для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта. Удовлетворительн знает интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта; не умеет применять интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта; не владеет навыком применения интернет коммуникаций и иных современных технологий для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта. Хорошо знает интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта; умеет применять интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта; не владеет навыком применения интернет коммуникаций и иных современных технологий для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта. Отлично

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		Отлично знает интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта; умеет применять интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта; владеет навыком применения интернет коммуникаций и иных современных технологий для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта.

ПК.3

Способен к организации и управлению внутрифирменными процессами реализации и продвижения туристских продуктов потребителям, с учетом материально-технических и трудовых ресурсов организации

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ПК.3.1 Организует реализацию туристских продуктов, ориентируясь на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей	знает принципы и технологии реализации туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей; умеет организовать реализацию туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей; владеет навыком организации реализации туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей.	Неудовлетворител не знает принципы и технологии реализации туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей; не умеет организовать реализацию туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей; не владеет навыком организации реализации туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей. Удовлетворительн знает принципы и технологии реализации туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей; не умеет организовать реализацию туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей; не владеет навыком организации реализации туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		Удовлетворительн запросы потребителей. Хорошо знает принципы и технологии реализации туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей; умеет организовать реализацию туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей; не владеет навыком организации реализации туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей. Отлично знает принципы и технологии реализации туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей; умеет организовать реализацию туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей; владеет навыком организации реализации туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей.

ПК.4

Способен обеспечивать предоставление качественных персональных услуг в сфере гостеприимства и туризма

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ПК.4.2 Обеспечивает консультирование клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала	знает технологии консультирования клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала; умеет проконсультировать клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-	Неудовлетворител не знает технологии консультирования клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала; не умеет проконсультировать клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала; не владеет навыком консультирования клиентов в вопросах выбора услуг туризма и

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
	культурного потенциала; владеет навыком консультирования клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко- культурного потенциала.	Неудовлетворител отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала. Удовлетворительн знает технологии консультирования клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала; не умеет проконсультировать клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала; не владеет навыком консультирования клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала. Хорошо знает технологии консультирования клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала; умеет проконсультировать клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала; не владеет навыком консультирования клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала. Отлично знает технологии консультирования клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала; умеет проконсультировать клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала; владеет навыком консультирования клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала.
ПК.4.3 Организует процессы обслуживания,	знает технологию организации процесса обслуживания, ориентируясь на потребности	Неудовлетворител не знает технологию организации процесса обслуживания, ориентируясь на потребности

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг	заказчика туристско-рекреационных услуг; умеет организовать процесс обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг; владеет навыком организации процесса обслуживания, с ориентацией на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг.	Неудовлетворител заказчика туристско-рекреационных услуг; не умеет организовать процесс обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг; не владеет навыком организации процесса обслуживания, с ориентацией на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг. Удовлетворительн знает технологию организации процесса обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг; не умеет организовать процесс обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг; не владеет навыком организации процесса обслуживания, с ориентацией на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг. Хорошо знает технологию организации процесса обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг; умеет организовать процесс обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг; не владеет навыком организации процесса обслуживания, с ориентацией на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг. Отлично знает технологию организации процесса обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг; умеет организовать процесс обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг; владеет навыком организации процесса обслуживания, с ориентацией на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг.
ПК.4.1 Осуществляет подбор туристских продуктов и	знает технологию подбора туристских продуктов и услуг по запросам клиентов;	Неудовлетворител не знает технологию подбора туристских продуктов и услуг по запросам клиентов;

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
услуг по запросам клиентов	умеет подобрать туристский продукт и услуги по запросу клиентов; владеет навыком подбора туристских продуктов и услуг по запросам клиентов.	Неудовлетворител не умеет подобрать туристский продукт и услуги по запросу клиентов; не владеет навыком подбора туристских продуктов и услуг по запросам клиентов. Удовлетворительн знает технологию подбора туристских продуктов и услуг по запросам клиентов; не умеет подобрать туристский продукт и услуги по запросу клиентов; не владеет навыком подбора туристских продуктов и услуг по запросам клиентов. Хорошо знает технологию подбора туристских продуктов и услуг по запросам клиентов; умеет подобрать туристский продукт и услуги по запросу клиентов; не владеет навыком подбора туристских продуктов и услуг по запросам клиентов. Отлично знает технологию подбора туристских продуктов и услуг по запросам клиентов; умеет подобрать туристский продукт и услуги по запросу клиентов; владеет навыком подбора туристских продуктов и услуг по запросам клиентов.

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Тема 1.Содержание процесса обслуживания и продажи сервисного продукта Входное тестирование	знает теоретическое основы организации сбыта туристских услуг; умеет применять теоретические знания об основах организации сбыта туристских услуг;владеет навыком применения теоретических знаний об основах организации сбыта туристских услуг.
ПК.4.2 Обеспечивает консультирование клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко- культурного потенциала	Тема 2. Методы продажи услуг в сфере сервиса и туризма Письменное контрольное мероприятие	знает технологии консультирования клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала; умеет проконсультировать клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала; владеет навыком консультирования клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала.

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ПК.4.3 Организует процессы обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг	Тема 3. Принципы клиент-ориентированной компании. Формирование лояльности клиента Письменное контрольное мероприятие	знает технологию организации процесса обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг; умеет организовать процесс обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг; владеет навыком организации процесса обслуживания, с ориентацией на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг.
ПК.3.1 Организует реализацию туристских продуктов, ориентируясь на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей	Тема 4. Требования к специалистам сферы услуг. Психологические особенности работников туристских и сервисных организаций. Итоговое контрольное мероприятие	знает принципы и технологии реализации туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей; умеет организовать реализацию туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей; владеет навыком организации реализации туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей.

Спецификация мероприятий текущего контроля

Тема 1.Содержание процесса обслуживания и продажи сервисного продукта

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
владеет навыком применения теоретических знаний об основах организации сбыта туристских услуг.	5
умеет применять теоретические знания об основах организации сбыта туристских услуг;	3
знает теоретические основы организации сбыта туристских услуг;	2

Тема 2. Методы продажи услуг в сфере сервиса и туризма

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
владеет навыком консультирования клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала.	13
умеет проконсультировать клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала;	10
знает технологии консультирования клиентов в вопросах выбора услуг туризма и отдыха в регионе, с учетом его природного и историко-культурного потенциала;	7

Тема 3. Принципы клиент-ориентированной компании. Формирование лояльности клиента

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
владеет навыком организации процесса обслуживания, с ориентацией на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг.	13
умеет организовать процесс обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг;	10
знает технологию организации процесса обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг;	7

Тема 4. Требования к специалистам сферы услуг. Психологические особенности работников туристских и сервисных организаций.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
владеет навыком организации реализации туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей.	13
умеет организовать реализацию туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей;	10
знает принципы и технологии реализации туристских продуктов, с ориентацией на стратегию ценообразования предприятия и запросы потребителей;	7

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ОПК.11.2 Применяет интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта	Тема 5. Профессиональная этика работников сервиса. Коммуникативные навыки. Письменное контрольное мероприятие	знает интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта; умеет применять интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта; владеет навыком применения интернет коммуникаций и иных современных технологий для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта.
ПК.4.1 Осуществляет подбор туристских продуктов и услуг по запросам клиентов	Тема 6. Классификация групп клиентов. Письменное контрольное мероприятие	знает технологию подбора туристских продуктов и услуг по запросам клиентов; умеет подобрать туристский продукт и услуги по запросу клиентов; владеет навыком подбора туристских продуктов и услуг по запросам клиентов.

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ОПК.11.3 Организует реализацию туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж	Тема 7. Конфликтные ситуации и методы их предупреждения. Итоговое контрольное мероприятие	знает технологии реализации туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж; умеет организовать реализацию туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж; владеет навыком организации реализации туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж.

Спецификация мероприятий текущего контроля

Тема 5. Профессиональная этика работников сервиса. Коммуникативные навыки.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
владеет навыком применения интернет коммуникаций и иных современных технологий для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта.	13
умеет применять интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта;	10
знает интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта;	7

Тема 6. .Классификация групп клиентов.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
владеет навыком подбора туристских продуктов и услуг по запросам клиентов.	13
умеет подобрать туристский продукт и услуги по запросу клиентов;	10
знает технологию подбора туристских продуктов и услуг по запросам клиентов;	7

Тема 7. Конфликтные ситуации и методы их предупреждения.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
владеет навыком организации реализации туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж.	17
умеет организовать реализацию туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж;	13
знает технологии реализации туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж;	10