



**Государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования города Москвы
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА
ИМЕНИ Ю.А.СЕНКЕВИЧА (ГАОУ ВПО МГИИТ имени Ю.А. Сенкевича)**

КАФЕДРА ТУРИЗМА

«ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ УСЛУГ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА»

**Методические указания и контрольные задания
для студентов заочной формы обучения**

по направлению подготовки 100201.65 «Туризм»

Москва 2012

Рабочая программа составлена на основании ГОС СПО и учебного плана МГИИТ
на кафедре «**Туризм**»
факультета «**Туризм и гостеприимство**»

Составитель:

Макаров И.Б., ст. преп. Кафедры «Туризм»

Кутепова Г.Н., к.э.н., доцент кафедры туризма

1. Цели и задачи учебной дисциплины, ее место в учебном процессе

1.1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью изучения курса «Технология продаж услуг туристской индустрии» является подготовка студентов к практической деятельности по организации продаж туруслуг в качестве специалистов по туризму с использованием знаний, полученных при изучении технологических процессов, применяемых туристскими фирмами в разработке и реализации турпродукта.

Главная задача изучения курса «Технология продаж услуг туристской индустрии» заключается в ознакомлении студентов с методами реализации турпродукта, технологическими процессами работы туристических фирм (туроператоров и турагентов), в знании отечественных законодательных актов и правил, используемыми туристическими фирмами при организации поездок российских и иностранных туристов.

Формируемые в процессе изучения дисциплины компетенции относятся к следующим областям знаний и навыков: особенности формирования рынка туристских услуг; основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг; офисная технология – как основа технологии продаж; основы психотехнологии продаж услуг туристской индустрии; технологическая документация сопровождения продаж; знание способов влияния на процесс принятия решений о покупке продукта туристской индустрии; опыт в использовании различных способов ведения продаж; выбор оптимальной стратегии продаж туристских услуг; проектирование каналов распределения; подготовка к продажам; пробуждение интересов потенциальных клиентов; привлечение и удержание клиентов; нейтрализация возражений потенциального клиента; работа с