

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования "Пермский  
государственный национальный исследовательский  
университет"**

**Кафедра туризма**

Авторы-составители: **Лимпинская Алла Андреевна**

Рабочая программа дисциплины

**ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ**

Код УМК 94027

Утверждено  
Протокол №6  
от «21» марта 2023 г.

Пермь, 2023

## **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 подготовки: **43.03.01** Сервис  
направленность Социально-культурный сервис

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

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

**43.03.01** Сервис (направленность : Социально-культурный сервис)

**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

**ОПК.11.4** Разрабатывает алгоритм привлечения и обслуживания потребителей сервисного продукта

#### 4. Объем и содержание дисциплины

<b>Направление подготовки</b>	43.03.01 Сервис (направленность: Социально-культурный сервис)
<b>форма обучения</b>	очная
<b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>	11
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	3
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	108
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	42
<b>Проведение лекционных занятий</b>	14
<b>Проведение практических занятий, семинаров</b>	28
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	66
<b>Формы текущего контроля</b>	Входное тестирование (1) Защищаемое контрольное мероприятие (2) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (1)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен (11 триместр)

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **Содержание процесса продажи сервисного продукта**

Этапы продажи сервисного продукта. Методы продажи. Формирование лояльности клиента.

### **Содержание основных этапов продажи сервисного продукта**

Понятие сервисного продукта. Основные и дополнительные услуги сервисных продуктов. Организация и этапы обслуживания. Описание процесса продажи сервисного продукта.

### **Методы продажи услуг в сфере сервиса и туризма**

Понятие и классификация методов продаж. Личные продажи: понятие, эффективные методы. Электронные продажи: понятие, преимущества, актуальные методы.

### **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). Программа постпродажного обслуживания (ППО). Автоматизация ППО. Программы лояльности: виды, основные и дополнительные инструменты.

### **Сущность профессиональной деятельности специалиста по продажам сферы обслуживания**

Требования к знаниям, умениям и навыкам менеджера. Классификация групп клиентов.

### **Требования, предъявляемые к менеджерам по продажам**

Требования к знаниям о сервисном продукте. Умения и навыки продавца в сфере услуг.

### **Коммуникативные навыки специалиста по продажам**

Вербальная коммуникация: требования к речи менеджера, приемы эффективной речи. Этапы деловой беседы. Работа с возражениями. Невербальная коммуникация: основные сигналы и правила невербального поведения в продажах.

### **Классификация групп клиентов**

Основные факторы воздействия на покупателя. Современный покупатель: характеристика и запросы. Типология клиентов.

## **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 аудиторские 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. Сервис: организация, управление, маркетинг : учебник для бакалавров / Е. Н. Волк, А. И. Зырянов, А. А. Лимпинская, Н. В. Харитонова. — Москва : Дашков и К, 2019. — 250 с. — ISBN 978-5-394-03140-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].  
<https://www.iprbookshop.ru/85432.html>

2. 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. 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. Гвозденко, Е. В. Инстинкт покупать. Успешные продажи с психологическим подходом : практическое пособие / Е. В. Гвозденко. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 168 с. — ISBN 978-5-394-01535-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].  
<http://www.iprbookshop.ru/75221.html>

3. Прончева О. К. Технологии продажи в гостиничном деле и туризме: Учебное пособие/Прончева О. К.- Омск:Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет,2012, ISBN 978-5-93252-258-5.-82. <http://www.iprbookshop.ru/18262.html>

## **9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины**

<https://ru.wix.com/> Бесплатный конструктор сайтов и лендингов.

<https://sendpulse.com> сервис для отправки email, смс-рассылок, viber-уведомлений

## **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 (слайды по темам лекционных и практических занятий);

доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС)

доступ в электронную информационно-образовательной среду университета.

Офисный пакет приложений «LibreOffice», ALT Linux

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

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.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

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

Аудитория для лекционных занятий, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Аудитория для практических занятий, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Групповые (индивидуальные) консультации проходят в аудитории, оснащенной презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Аудитория для проведения текущего контроля оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Аудитория для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Помещения Научной библиотеки ПГНИУ

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**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
<p><b>ОПК.11.2</b> Применяет интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта</p>	<p>знать способы продвижения и продажи услуг сервисной организации в сети Интернет уметь применять способы продвижения и продажи услуг сервисной организации в сети Интернет владеть навыками продвижения и продажи услуг сервисной организации в сети Интернет</p>	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>не знает способы продвижения и продажи услуг сервисной организации в сети Интернет не умеет применять способы продвижения и продажи услуг сервисной организации в сети Интернет не владеет навыками продвижения и продажи услуг сервисной организации в сети Интернет</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>знает способы продвижения и продажи услуг сервисной организации в сети Интернет разрабатывает Интернет-сайт (лендинг) и группу в социальной сети сервисной организации разработанные страницы не в полной мере соответствуют требованиям, предъявляемым к Интернет-страницам сервисных организаций, что препятствует продвижению организации</p> <p align="center"><b>Хорошо</b></p> <p>знает способы продвижения и продажи услуг сервисной организации в сети Интернет разрабатывает Интернет-сайт (лендинг) и группу в социальной сети сервисной организации разработанные страницы в целом соответствуют требованиям, предъявляемым к Интернет-страницам сервисных организаций и способствует продвижению организации</p> <p align="center"><b>Отлично</b></p> <p>знает способы продвижения и продажи услуг сервисной организации в сети Интернет</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>разрабатывает Интернет-сайт (лендинг) и группу в социальной сети сервисной организации разработанные страницы полностью соответствуют требованиям, предъявляемым к Интернет-страницам сервисных организаций, способствуют эффективному продвижению организации и привлечению потенциальных потребителей</p>
<p><b>ОПК.11.4</b> Разрабатывает алгоритм привлечения и обслуживания потребителей сервисного продукта</p>	<p>знать инструменты формирования потребительской лояльности уметь разрабатывать программы взаимодействия с потребителем с целью формирования лояльности и расширения клиентской базы владеть навыками реализации программ постпродажного обслуживания</p>	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает инструменты формирования потребительской лояльности Разработанные программы не формируют потребительскую лояльность и не способны формировать и расширять клиентскую базу Не владеет навыками реализации программ постпродажного обслуживания</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Знает инструменты формирования потребительской лояльности Разработанные программы взаимодействия формируют потребительскую лояльность, не содержат элементов, направленных на формирование клиентской базы Частично реализует программы постпродажного обслуживания</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает инструменты формирования потребительской лояльности Разработанные программы взаимодействия формируют потребительскую лояльность, частично способствуют расширению клиентской базы Реализации программы постпродажного обслуживания</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Знает инструменты формирования потребительской лояльности Разработанные программы взаимодействия формируют потребительскую лояльность, способствуют расширению клиентской базы Реализации программы постпродажного обслуживания</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>ОПК.11.3</b> Организует реализацию туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж</p>	<p>знать особенности работы в контактной зоне с потребителем владеть навыками продажи, используя современные приемы и методы продаж</p>	<p><b>Неудовлетворител</b> частично знает особенности работы в контактной зоне с потребителем, не владеет навыками продажи, используя современные приемы и методы продаж</p> <p><b>Удовлетворительн</b> частично знает особенности работы в контактной зоне с потребителем, оценивает работу сотрудников контактной зоны с ошибками допускает значительные ошибки в продажах, слабо использует современные приемы и методы продаж</p> <p><b>Хорошо</b> знает особенности работы в контактной зоне с потребителем, в целом правильно оценивает работу сотрудников контактной зоны в целом владеет навыками продажи, используя современные приемы и методы продаж</p> <p><b>Отлично</b> знает особенности работы в контактной зоне с потребителем, правильно оценивает работу сотрудников контактной зоны владеет навыками продажи, используя современные приемы и методы продаж</p>

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

**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 50 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 50 балла

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Мероприятие текущего контроля</b>	<b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>
<b>Входной контроль</b>	Содержание основных этапов продажи сервисного продукта <b>Входное тестирование</b>	корпоративная этика и протокол: нормы делового общения при встрече и по телефону, требования к внешнему виду сотрудников, основы психологии делового общения.
<b>ОПК.11.2</b> Применяет интернет коммуникации и иные современные технологии для рыночного продвижения и продажи туристского (сервисного) продукта	Методы продажи услуг в сфере сервиса и туризма <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b>	бесконтактные методы привлечения потенциальных потребителей, продвижение сервисного продукта.
<b>ОПК.11.4</b> Разрабатывает алгоритм привлечения и обслуживания потребителей сервисного продукта	Принципы клиент-ориентированной компании. Формирование лояльности клиента. <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	программы постпродажного обслуживания, формирование лояльности клиента
<b>ОПК.11.3</b> Организует реализацию туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж	Коммуникативные навыки специалиста по продажам <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b>	требования к специалистам по продажам в сфере услуг: коммуникативные навыки, особенности психологии работников сервиса, этика и этикет.

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Мероприятие текущего контроля</b>	<b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>
<b>ОПК.11.3</b> Организует реализацию туристских (сервисных) продуктов используя современные приемы и методы продаж	Классификация групп клиентов <b>Итоговое контрольное мероприятие</b>	взаимодействие с различными типами клиентов сервисных организаций

### **Спецификация мероприятий текущего контроля**

#### **Содержание основных этапов продажи сервисного продукта**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

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

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

Проходной балл: **0**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
знает нормы делового общения при встрече	10
знает основы психологии делового общения	10
знает требования, предъявляемые к внешнему виду сотрудников контактной зоны	5
знает нормы делового общения по телефону	5

#### **Методы продажи услуг в сфере сервиса и туризма**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **4 часа**

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

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

Проходной балл: **15**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
разработана Интернет-страница (лендинг, сайт) сервисной или туристской организации с использованием методов эффективных продаж	10
разработана группа Вконтакте сервисной или туристской организации с использованием методов эффективных продаж	10
проект Интернет-страницы представлен в рамках защиты на практическом занятии	5
проект страницы в социальной сети Вконтакте представлен в рамках защиты на практическом занятии	5

#### **Принципы клиент-ориентированной компании. Формирование лояльности клиента.**

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

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

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

Проходной балл: **15**

Показатели оценивания	Баллы
Разработанная программа лояльности сервисного предприятия побуждает потребителя к повторной покупке	7
Разработанная программа лояльности сервисного предприятия способна привлечь внимание сторонних потребителей к профилю организации	7
Сформирована таблица по осуществлению контроля над исполнением программы постпродажного обслуживания	5
Направлено индивидуальное письмо в рамках программы постпродажного обслуживания сервисного продукта с использованием шаблона и конструктора шаблонов сервиса Send Pulse	5
Разработанная программа лояльности сервисного предприятия включает элементы проявления заботы о клиентах	3
Разработанная программа лояльности сервисного предприятия содержит призыв написать отзыв об опыте использования услуг и взаимодействия с организацией	3

### Коммуникативные навыки специалиста по продажам

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

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

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **20**

Проходной балл: **10**

Показатели оценивания	Баллы
Представлены пояснения и дана правильная оценка деятельности сотрудника контактной зоны	8
Правильно разработана система оценки работника сферы обслуживания	7
Защищена презентация по оценке деятельности сотрудника контактной зоны	3
Представлены подтверждения реального контакта с сотрудником контактной зоны сервисной организации	2

### Классификация групп клиентов

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

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

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **20**

Проходной балл: **10**

Показатели оценивания	Баллы
разработанный сценарий видео-ролика соответствует необходимому стилю поведения продавца при взаимодействии с одним из типов покупателей согласно цветной типологии	6
разработанный сценарий видео-ролика соответствует традиционному стилю поведения одного из типов покупателей согласно цветной типологии	6
видео-ролик снят в хорошем качестве изображения и звука	4

видео-ролик презентован в рамках практического занятия	4
--	---