

Автономное образовательное учреждение
высшего образования Ленинградской области
«Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Технологии продаж»

Направление подготовки
43.03.02 - «Туризм»
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) образовательной программы
Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Форма обучения
заочная

Гатчина
2017

Рабочая программа по дисциплине «Технологии продаж» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее ФГОС ВО) по направлению подготовки 43.03.02 – Туризм, направленность (профиль) образовательной программы Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Уровень: бакалавриат

Организация-разработчик: АОУ ВО ЛО «Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»

Разработчик: к.э.н., доцент Баранова Г.Н.



Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры маркетинга «26» августа 2017 г.
Протокол № 1.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой



/ Левизов В.А.

Руководитель ОП



/ Танина А.В.

Содержание

С.

1. Пояснительная записка	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	5
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	6
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	7
7. Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	8
7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования,	9
описание шкал оценивания	9
7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	11
7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	12
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы по дисциплине	13
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	14
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	15
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения.....	18
12. Материально-техническая база для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	18

1. Пояснительная записка

Дисциплина Б1.Б.12 «Технологии продаж» относится к базовой части учебного плана подготовки бакалавров по направлению 43.03.02. «Туризм».

Одним из важнейших направлений деятельности туристских фирм являются организация продажи туристского маршрута, и продвижение его на рынок. Сегодня практически в каждой газете или журнале, специальных изданиях и рекламных проспектах можно найти массу различных предложений туристских фирм отправиться в ту или иную страну, регион РФ и за рубеж. В связи с таким разнообразием путь российского туроператора к успеху заключается в том, чтобы довести до потенциального клиента соответствующую информацию и вызвать его ответные действия. Эту задачу можно выполнить только в том случае, если руководство фирмы стремится к совершенствованию технологий продаж турпродукта.

Цель преподавания учебной дисциплины «Технологии продаж» заключается в формировании у будущих выпускников общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, базовых знаний в области теории и практики современного маркетинга в туриндустрии.

Задачи дисциплины «Технологии продаж»:

- ознакомить учащихся с теоретическими положениями маркетинга и целями исследования рынков туруслуг и рыночных процессов;
- привить навыки практической деятельности по сбору и обработке информации, проведению рыночных расчетов и формированию выводов, характеризующих состояние и развитие рыночной ситуации в сфере туризма;
- выработать умение принимать обоснованные решения в постоянно меняющихся условиях, используя метод кейсов и метод деловых игр;
- развить способность предвидения, воображения и интуиции;
- сформировать представление о современных проблемах рынка туруслуг и путях их решения;
- развить навыки профессиональной деятельности в разработке, организации и реализации туроператорских и турагентских услуг.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина «Технологии продаж» участвует в формировании следующей компетенции:

ОПК – 3 – способностью организовать процесс обслуживания потребителей	Знать: основы технологии продаж туристических услуг; основные положения оптовой продажи туров туроператорами и последующей розничной продаже туров турагентами; механизм и технологии продаж туруслуг; особенности современных технологий продаж турпродукта Уметь: анализировать поведение потребителей и состояние спроса в
--	---

и туристов.	процессе обслуживания потребителей и (или) туристов; применять методы количественного и качественного анализа при принятии управленческих решений Владеть: методами оценки эффективности продаж; прикладными методами исследовательской деятельности в туризме
-------------	--

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.12 «Технологии продаж» относится к базовой части учебного плана подготовки бакалавров по направлению 43.03.02. «Туризм».

Шифр компетенции	Предшествующие дисциплины учебного плана, в которых осваивается компетенция	Последующие дисциплины учебного плана, в которых осваивается компетенция
ОПК-3	Организация туристской деятельности	Дисциплина является последней в формировании данной компетенции

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы или 144 часа.

Курс		3	Всего, ак. часов
Общая трудоемкость (всего ак. часов / з.ед)		144/4	144/4
Контактная работа	Лекции	8	8
	Практические занятия	8	8
Самостоятельная работа		126	126
Контактная работа на аттестацию			
Вид промежуточной аттестации	экзамен	2	2

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№	Наименование раздела дисциплины (тема)	Трудоемкость				Содержание
		всего	лекции	практич. занятия	самост. работа	
1.	Развитие продаж в индустрии туризма	30	2	2	26	Основы технологии продаж туристических услуг. Основные положения оптовой продажи туров туроператорами и последующей розничной продаже туров турагентами; Особенности современных технологий продаж турпродукта. Методы персональных продаж. Подходы к формированию прямого сбыта на основе клиентского анализа. Телефонные коммуникации в туризме
2.	Покупательское поведение современного потребителя туристских услуг.	30	2	2	26	Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж Психологические процессы, влияющие на технологии продаж Процесс принятия клиентом решения о покупке. Механизм и технологии продаж туруслуг Анализ поведения потребителей и состояния спроса в процессе обслуживания потребителей и (или) туристов; Методы количественного и качественного анализа при принятии управленческих решений
3.	Технологии персональной продажи туристических продуктов. Презентация туристских продуктов	27	1	1	25	Способы общения в сфере туризма. Основные направления подготовки продавца. Управление контактом с клиентом Технология управления контактом. Приемы воздействия на клиента. Исследование потребностей клиента. Цели презентации. Взаимодействие покупателя и продавца на этапе презентации
4.	Роль продавца в принятии клиентом решения о покупке. Послепродажное обслуживание	27	2	1	24	Стимулирование клиента на покупку Послепродажное обслуживание Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворенности клиента. Работа с жалобами и претензиями Документационное обеспечение продаж турпродукта
5.	Управление возражениями клиента	28	1	2	25	Диагностика ложных возражений Общие правила работы с возражениями Алгоритм, способы и методы обработки возражений. Методы оценки эффективности продаж. Прикладные методы

№	Наименование раздела дисциплины (тема)	Трудоемкость				Содержание
		всего	лекции	практич. занятия	самост. работа	
						исследовательской деятельности в туризме.
	Экзамен	2		2		
		144	8	10	126	

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

Самостоятельная работа студентов

№	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ак. час.	Форма контроля
1	Изучение информации, представленной в рекомендованных источниках и дополнительной литературе по темам лекционных занятий	32	Активность участия в работе на семинарах, устное собеседование
2	Подготовка к практическим занятиям: сбор, систематизация, анализ собранной информации, оформление отчетов по проведенным исследованиям	32	Представление и защита отчетов о проделанной работе
3	Подготовка к текущему контролю (тестирование, контрольная работа)	32	Тесты, контрольная работа
4	Подготовка к решению задач	30	Собеседование, тестирование, ситуационные задачи

Для самостоятельной работы по дисциплине (модулю) обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

1. Дурович А. П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 316 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). <http://znanium.com/bookread2.php?book=4782563>.

2. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 214 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). <http://znanium.com/bookread2.php?book=484840>

3. Орловская В. П. Технология и организация предприятия туризма: Учебник / В.П. Орловская; Под общ. ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ

ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат).
<http://znanium.com/bookread2.php?book=369959>

4. Фонд оценочных и методических материалов по дисциплине
«Технологии продаж».

7. Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Технологии продаж» направлен на формирование следующей компетенции:

ОПК-3. Способность организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов

Этапы формирования компетенции

1 этап	2 этап
Организация туристской деятельности (2 курс)	Технологии продаж (3 курс)

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Шкала оценивания	Компетенции	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
			Оценка «неудовлетворительн о» (0-54 баллов)	Оценка «удовлетворительно» (55-69 баллов)	Оценка «хорошо» (70- 84 балла)	Оценка «отлично» (85- 100 баллов)
2 этап						
Описание показателей и критериев оценивания компетенций	ПК-9	Знания: - основы технологии продаж туристических услуг; основные положения оптовой продажи туров туроператорами и последующей розничной продаже туров турагентами; механизм и технологии продаж туруслуг; особенности современных технологий продаж турпродукта	Не знает основы: - технологии продаж туристических услуг; основные положения оптовой продажи туров туроператорами и последующей розничной продаже туров турагентами; механизма и технологии продаж туруслуг; особенностей современных технологий продаж турпродукта	Демонстрирует частичные знания без грубых ошибок: - основ технологии продаж туристических услуг; основных положений оптовой продажи туров туроператорами и последующей розничной продаже туров турагентами; о механизме и технологии продаж туруслуг; особенностях современных технологий продаж турпродукта	Знает достаточно в базовом объеме: - основы технологии продаж туристических услуг; основные положения оптовой продажи туров туроператорами и последующей розничной продаже туров турагентами; механизм и технологии продаж туруслуг; особенности современных технологий продаж турпродукта	Демонстрирует высокий уровень знаний о: - технологии продаж туристических услуг; основных положениях оптовой продажи туров туроператорами и последующей розничной продаже туров турагентами; механизме и технологии продаж туруслуг; особенностях современных технологий продаж турпродукта
		Умения: - анализировать поведение потребителей и состояние спроса в	Не умеет или демонстрирует частичные умения, допуская грубые ошибки при: - анализе поведения	Демонстрирует частичные умения без грубых ошибок при: - анализе поведения потребителей и	Умеет применять знания на практике в базовом объеме при: - анализе поведения потребителей и	Демонстрирует высокий уровень умений при: - анализе поведения потребителей и состояния спроса в

	процессе обслуживания потребителей и (или) туристов; применять методы количественного и качественного анализа при принятии управленческих решений	потребителей и состояния спроса в процессе обслуживания потребителей и (или) туристов; применении методов количественного и качественного анализа при принятии управленческих решений	состояния спроса в процессе обслуживания потребителей и (или) туристов; применении методов количественного и качественного анализа при принятии управленческих решений	состояния спроса в процессе обслуживания потребителей и (или) туристов; применении методов количественного и качественного анализа при принятии управленческих решений	процессе обслуживания потребителей и (или) туристов; применении методов количественного и качественного анализа при принятии управленческих решений
	Навыки: - использования методов оценки эффективности продаж; прикладных методов исследовательской деятельности в туризме	Не владеет или демонстрирует низкий уровень владения: - методами оценки эффективности продаж; прикладными методами исследовательской деятельности в туризме	Демонстрирует частичные владения без грубых ошибок - методами оценки эффективности продаж; прикладными методами исследовательской деятельности в туризме	Владеет базовыми приемами: - использования методов оценки эффективности продаж; прикладных методов исследовательской деятельности в туризме	Демонстрирует владения на высоком уровне: - - методами оценки эффективности продаж; прикладными методами исследовательской деятельности в туризме

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

<p>ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ</p> <p>Кафедра маркетинга</p> <p>БИЛЕТ К ЭКЗАМЕНУ № 1</p> <p><u>По дисциплине «Технологии продаж»</u></p> <p><u>2017-2018 уч.год</u></p> <p><u>Теоретические вопросы:</u></p> <p>1. Методы персональных продаж.</p> <p>2. Диагностика возможностей клиента</p> <p><u>Практико-ориентированное задание:</u></p> <p>Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по продажам на возражение клиента: "Ваши цены слишком высоки для нас"?</p> <p>Составьте по два верных и неверных ответа. Приведите аргументы «за» и «против».</p> <p>Зав.кафедрой «Маркетинга» _____ д.э.н., доцент Левизов В.А. _____</p> <p>(подпись)</p>
<p>ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ</p> <p>Кафедра маркетинга</p> <p>БИЛЕТ К ЭКЗАМЕНУ № 2</p> <p><u>По дисциплине «Технологии продаж»</u></p> <p><u>2017-2018 уч.год</u></p> <p><u>Теоретические вопросы:</u></p> <p>1. Характеристика процесса принятия потребителем решения о покупке.</p> <p>2. Составляющие плана продаж. Планирование действий</p> <p><u>Практико-ориентированное задание:</u></p> <p>Выберите один из сегментов туристского рынка и опишите наиболее подходящий для него способ продаж туристского продукта.</p> <p>Зав.кафедрой «Маркетинга» _____ д.э.н., доцент Левизов В.А. _____</p> <p>(подпись)</p>
<p>ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ</p> <p>Кафедра маркетинга</p> <p>БИЛЕТ К ЭКЗАМЕНУ № 3</p> <p><u>По дисциплине «Технологии продаж»</u></p> <p><u>2017-2018 уч.год</u></p> <p><u>Теоретические вопросы:</u></p> <p>1. Маркетинговое поведение продавца - коммерсанта как решающее условие эффективного поведения потребителя.</p> <p>2. Выбор стратегии выстраивания продаж</p> <p><u>Практико-ориентированное задание:</u></p> <p>Разработайте опросный лист для проведения исследования удовлетворенности/неудовлетворенности клиентов обслуживанием в турагентстве</p> <p>Зав.кафедрой «Маркетинга» _____ д.э.н., доцент Левизов В.А. _____</p> <p>(подпись)</p>

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В ГИЭФПТ для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности используется балльно-рейтинговая система. Под балльно-рейтинговой системой понимается система количественной оценки качества освоения ОП ВО. При этом изучаемая дисциплина делится на ряд самостоятельных, логически завершенных разделов (модулей) для проведения по ним контрольных мероприятий.

Текущий контроль представляет собой проверку усвоения учебного материала теоретического и практического характера, регулярно осуществляемую на протяжении семестра. К достоинствам данного типа относится его систематичность, непосредственно коррелирующаяся с требованием постоянного и непрерывного мониторинга качества обучения, а также возможность балльно-рейтинговой оценки успеваемости обучающихся. К основным формам текущего контроля (текущей аттестации) можно отнести устный опрос, письменные задания, лабораторные работы, контрольные работы.

Промежуточная аттестация, как правило, осуществляется в конце семестра и может завершать изучение как отдельной дисциплины, так и ее раздела (разделов) /модуля (модулей). Промежуточная аттестация помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, в некоторых случаях – даже формирование определенных профессиональных компетенций. Достоинства: помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, в некоторых случаях – даже формирование определенных профессиональных компетенций. Основные формы: зачет и экзамен. Текущий контроль и промежуточная аттестация традиционно служат основным средством обеспечения в учебном процессе «обратной связи» между преподавателем и обучающимся, необходимой для стимулирования работы обучающихся и совершенствования методики преподавания учебных дисциплин.

По результатам промежуточной аттестации студенту засчитывается трудоемкость дисциплины в зачетных единицах, выставляется дифференцированная оценка в принятой вузе системе баллов, характеризующая качество освоения студентом знаний, умений и навыков по этой дисциплине. По дисциплине «Технологии продаж» предусмотрен экзамен.

УРОВНИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ			
	Минимальный	Основной	Продвинутый
<i>Баллы</i>	55-69	70-84	85-100
<i>Оценка</i>	3	4	5

Оценка **5 («отлично», 85-100 баллов)** ставится обучающимся, которые при ответе:

- обнаруживают всестороннее систематическое и глубокое знание программного материала;
- демонстрируют знание современной учебной и научной литературы;
- способны творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;
- владеют понятийным аппаратом;
- демонстрируют способность к анализу и сопоставлению различных подходов к решению заявленной в билете проблематики;
- подтверждают теоретические постулаты примерами из правоприменительной практики.

Оценка **4 («хорошо», 70-84 балла)** ставится обучающимся, которые при ответе:

- обнаруживают твёрдое знание программного материала;
- усвоили основную и наиболее значимую дополнительную литературу;
- способны применять знание теории к решению задач профессионального характера;
- допускают отдельные погрешности и неточности при ответе.

Оценка **3 («удовлетворительно», 55-69 баллов)** ставится обучающимся, которые при ответе:

- в основном знают программный материал в объёме, необходимом для предстоящей работы по профессии;
- в целом усвоили основную литературу;
- допускают отдельные погрешности в ответе на вопросы.

Оценка **2 («неудовлетворительно», 0-54 балла)** ставится обучающимся, которые при ответе:

- обнаруживают значительные пробелы в знаниях основного программного материала;
- допускают принципиальные ошибки в ответе на вопросы;
- демонстрируют незнание теории и практики профессиональной деятельности.

Основанием для **недопуска** к экзамену является то, что обучающийся во время семестра не набрал установленного минимума баллов – 55 баллов.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы по дисциплине

а) основная литература:

1. Дурович А. П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 316 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). <http://znanium.com/bookread2.php?book=478256>

2. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 214 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). <http://znanium.com/bookread2.php?book=484840>

3. Орловская В. П. Технология и организация предприятия туризма: Учебник / В.П. Орловская; Под общ. ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). <http://znanium.com/bookread2.php?book=369959>

б) дополнительная литература:

4. Виноградова, Т.В. Технология продаж турпродукта : учебник / Т. В. Виноградова. - 3-е изд., испр. - М.: Академия, 2015. - 240 с. - (Высшее профессиональное образование. Бакалавриат).

5. Дубровин И. А. Поведение потребителей / Дубровин И.А., - 4-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 310 с.: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415239>

6. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Котлер Ф., Боуэн Д.Т., Мейкенз Д., - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 1071 с.: 70х100 1/16. - (Зарубежный учебник) <http://znanium.com/bookread2.php?book=872844>

7. Маркетинг: кейсы из коллекции ВШМ СПбГУ / Под ред. И. В. Гладких; Высшая школа менеджмента СПбГУ..2-е изд.. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010.. - 340 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=492850>

8. Муртузалиева Т.В., Розанова Т.П., Тарасенко Э.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: Учебно-практическое пособие / Муртузалиева Т.В., Розанова Т.П., Тарасенко Э.В. - М.: Дашков и К, 2017. - 166 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=937237>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

- Интернет-портал о туризме <http://www.turizm.ru/>
- Национальный туристический портал RUSSIA.TRAVEL <https://russia.travel/>
- Официальные сайты организаций сферы туризма.
- Портал Турпром. <https://www.tourprom.ru/>
- Сайт о туризме Profi.travel <http://profi.travel/>
- Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент. <http://ecsocman.hse.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная подготовка обучающихся проводится для углубления и закрепления знаний, полученных на лекциях и других видах занятий, для выработки навыков самостоятельного применения новых, дополнительных знаний и подготовки к предстоящим учебным занятиям, экзамену.

Важным условием успешного изучения дисциплины является посещение лекций. Под посещением подразумевается не форма пассивного присутствия, а активная работа по изучению нового материала. Подготовка к лекционным занятиям включает в себя анализ предлагаемых для изучения вопросов, изучение нормативных источников и учебной и научной литературы по рассматриваемым вопросам лекции. В процессе лекции обучающийся может задавать уточняющие вопросы, осуществить взаимосвязь нового материала с уже изученным, подготовить базу для эффективного использования полученных знаний, облегчить подготовку к практическому занятию. Эффективным способом фиксации лекционного материала является конспектирование, представляющее собой не только фиксацию важнейших моментов лекции, но и указание примеров для понимания того или иного теоретического материала.

При подготовке к практическому занятию необходимо использовать конспектированные материалы лекций, учебную и научную литературу. Подготовка ответов по выносимым на обсуждение вопросам практического занятия и отчетов по лабораторным работам включает в себя не только прочтение материала, но и его анализ и критическую оценку. Обучающемуся следует выявить малоизученные аспекты рассматриваемых вопросов, проявить инициативу при подготовке сообщений и докладов. При подготовке сообщений и докладов необходимо учитывать временное ограничение времени изложения подготовленного материала (не более 20 минут). Изложение сообщения или доклада производится в форме рассказа, а не чтения с листа. После сообщения или доклада обучающийся должен быть готов ответить на уточняющие вопросы аудитории.

При подготовке к практическим занятиям рекомендуется систематизировать знания, изображая их в табличном, графическом или схематичном виде. Это позволит установить взаимосвязь изучаемых явлений, упростит задачу запоминания материала, облегчит процесс практического применения полученных знаний.

Задачей практических занятий является выработка умения использовать теоретические знания, проявить наличие практических навыков. При подготовке к практическому занятию следует заблаговременно обеспечить наличие необходимо для данного занятия материала, самостоятельно повторить ранее изученные темы.

Для успешного освоения дисциплины важным является умение работать с терминами и их определениями. Для работы с терминологией

эффективным является использование как учебной и научной литературы, так и юридических и философских словарей.

Работа с терминами может осуществляться как в форме составления собственных тематических словариков для удобства и скорости поиска необходимого термина. С этой целью необходимо каждый новый встречающийся термин записывать и во время подготовки к семинарским и практическим занятиям указывать соответствующее определение. В случае возникновения сложности выбора определения из имеющегося объема в рамках научного знания необходимо задавать вопросы преподавателю в рамках лекционных и практических занятий.

Интерактивные формы проведения занятий по дисциплине «Технологии продаж» включают в себя следующие виды занятий:

- интерактивные лекции, предполагают использование метода проблемного изложения. При таком подходе лекция становится похожей на диалог, преподавание имитирует исследовательский процесс (выдвигаются первоначально несколько ключевых постулатов по теме лекции, изложение выстраивается по принципу самостоятельного анализа и обобщения студентами учебного материала). Эта методика позволяет заинтересовать студента, вовлечь его в процесс обучения. Противоречия научного познания раскрываются посредством постановки проблемы. Учебная проблема и проблемная ситуация являются основными структурными компонентами проблемного обучения. Перед началом изучения определенной темы курса ставится перед студентами проблемный вопрос или дается проблемное задание. Стимулируя разрешение проблемы, преподаватель снимает противоречия между имеющимся ее пониманием и требуемыми от студента знаниями. Эффективность такого метода в том, что отдельные проблемы могут подниматься самими студентами. Главный успех данного метода в том, что преподаватель добивается от аудитории «самостоятельного решения» поставленной проблемы. Организация проблемного обучения представляется достаточно сложной, требует значительной подготовки лектора. Однако на начальном этапе использования этого метода его можно внедрять в структуру готовых, ранее разработанных лекций, практических занятий как дополнение.

- групповые дискуссии, применяются для обеспечения навыков командной работы и межличностной коммуникации и представляют собой оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения представленной темы, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Кроме того, в ходе занятий проводятся круглые столы по заданным тематикам.

- ролевые игры, представляют собой моделирование ситуации, в которой участникам предлагается принять определенную позицию (роль) и затем выработать способ, который позволит привести эту ситуацию к наилучшему результату (игра). Ролевые игры наиболее эффективны как средство приобретения и совершенствования навыков непосредственного межличностного общения, командной работы, а также навыков принятия

решений. Хотелось бы отметить высокую эффективность ролевых игр в контексте изменения установок участников образовательного процесса.

- тренинги, для обеспечения навыков принятия решений и лидерских качеств. Проведение занятий в форме тренинга предполагает процесс получения навыков и умений в какой-либо области посредством выполнения последовательных заданий, действий или игр, направленных на достижение наработки и развития требуемого навыка. Тренинг позволяет дать его участникам недостающую информацию, сформировать навыки устойчивости к давлению, навыки безопасного поведения. Неоспоримым достоинством тренинга является то, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Различные ситуации, возникающие в группах тренинга, являясь учебными и в этом смысле условными, игровыми, для обучаемого выступают как вполне реальные ситуации, в которых надо действовать со всей ответственностью за результат действия. Чувство ответственности здесь особое: не только перед самим собой, но и перед партнерами по группе, так как успешность действия каждого – это залог успеха деятельности всей группы.

- анализ ситуаций (кейс-метод) — техника обучения, использующая описание реальных ситуаций. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. В основе метода конкретных ситуаций лежит описание конкретной профессиональной деятельности или эмоционально-поведенческих аспектов взаимодействия людей. При изучении конкретной ситуации, и анализе конкретного примера студент должен вжиться в конкретные обстоятельства, понять ситуацию, оценить обстановку, определить, есть ли в ней проблема и в чем ее суть. Определить свою роль в решении проблемы и выработать целесообразную линию поведения.

Оценочные и методические материалы по дисциплине «Технологии продаж» представлены в ФОММ.

При подготовке к промежуточному тестированию необходимо изучить теоретический и практический материал. Тестовые задания (с перечнем возможных вариантов ответов, среди которых хотя бы один ответ является неверным) обеспечивают структурность мышления, вынужденного выбрать из предложенных вариантов ответ все правильные варианты. Тестовые задания на установления соответствия подразумевают необходимость проявления не только знания учебного материала, но и умения применять правила формальной логики. Тестовые задания на упорядочение направлены на установление логической последовательности рассматриваемых явлений (времени существования явлений, расположения структурных элементов правовых документов и т.п.).

Эффективным способом для подготовки к тестированию является работа обучающегося по решению тестовых заданий, предоставленных для самостоятельной работы. Также при подготовке к такой форме контроля знаний, как решение тестовых заданий, следует самостоятельно попытаться

проработать рассматриваемые в дисциплине вопросы в форме составления тестовых заданий.

При подготовке к экзамену следует иметь в виду, что он является итоговой формой контроля по изучению данной учебной дисциплины. Экзамен проводится в форме устного собеседования и выполнения письменного задания.

Решение преподавателя об итоговой оценке принимается по результатам устного ответа и выполненного практического задания, в зависимости от шкалы оценки.

В процессе подготовки рекомендуется работать в электронных библиотечных системах, кроме того, целесообразно изучить статьи в специальных периодических изданиях, а также информацию на специализированных порталах сети Internet.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения

Программное обеспечение:

1. Операционная система (Microsoft Windows *Проприетарная*);
2. Пакет офисных программ (Microsoft Office *Проприетарная*);
3. Web-браузер (Mozilla Firefox *GNU Lesser General Public License*);

Информационные справочные системы:

- 1) Автоматизированная информационная библиотечная система Marc21SQL;
- 2) Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

12. Материально-техническая база для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование	Количе ство
1.	Специализированные аудитории:	
	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации №20 (ул. Рощинская, 5)	1
2.	Технические средства обучения:	
	экран настенный № 20	1
	мультимедийный проектор № 20	1
	компьютер с программным обеспечением № 20	1
3.	Специализированные аудитории:	
	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа,	1

занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 02(ул. Рощинская, 5)		
4.	Технические средства обучения:	
экран настенный № 02		1
мультимедийный проектор № 02		1
компьютер с программным обеспечением № 02		1
5.	Специализированные аудитории:	
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации / компьютерный класс / помещение для самостоятельной работы № 44(ул. Рощинская, 5)		1
6.	Технические средства обучения:	
компьютер с программным обеспечением № 44		15

Пронумеровано и
прошито 19 листов

Зав. УМО

М.Г. Ковалкина
М.Г. Ковалкина

