

## **Аннотация дисциплины «Технология продаж»**

Курс относится к вариативной части ОПОП, является дисциплиной по выбору. В ходе освоения дисциплины студенты рассматривают продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс удовлетворения потребностей туриста в отдыхе/познании и пр. и удовлетворения потребностей продавца в стремлении получить прибыль, построенный на реализации туристских услуг, изучают основные принципы технологий продаж туроператоров, турагентов и прочих участников рынка туристских услуг, этапы совершения покупки, создания инструментов диагностики потребностей потребителей туристских услуг, психологические модели потребительских мотиваций, способы и особенности влияния на процесс принятия решений о покупке, принципы выбора оптимальной стратегии продаж туристских услуг и проектирование каналов дистрибуции, базовые характеристики основных участников сделки-продажа (профессиональные качества, необходимые успешному продавцу, особенности профессионального образования, требования, предъявляемые клиентом к продавцу), правила поведения в условиях конкурентной борьбы, характеристики туристского продукта, влияющие на покупательские решения («путь клиента»), особенности послепродажной работы с клиентами (в т.ч. работы с рекламациями). На практических занятиях студенты осваивают базовые модели кросс-культурных коммуникаций в туристском бизнесе и проведения переговоров с представителями разных стран (русские, египтяне, турки, греки, итальянцы, испанцы, немцы, тайцы, японцы, китайцы, индусы, американцы, представители Латинской Америки и др.).