

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)**

**Институт естественных наук  
Кафедра географии и туризма**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор  
Института естественных наук  
С.Ю. Гаврик  
02 2026 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Технология продаж в туристской индустрии»**

**По направлению подготовки - 43.03.02 «Туризм»**

**Квалификация выпускника - бакалавр**

**Форма обучения - очная**

**Курс 4**

Луганск, 2026

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки бакалавров по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» очной формы обучения.

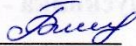
Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. по № 516 (с изменениями и дополнениями), Профессиональным стандартом, утвержденным Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта «Экскурсовод (гид)» от 24.12.2021 г. № 913н, Профессиональным стандартом, утвержденным Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 07.05.2015 г. № 281н «Об утверждении профессионального стандарта «Руководитель предприятия питания», Профессиональным стандартом, утвержденным Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 07.05.2015 № 282н «Об утверждении профессионального стандарта «Руководитель / управляющий гостиничного комплекса / сети гостиниц», Профессиональным стандартом, утвержденным Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24.12.2020 г. № 954н «Об утверждении профессионального стандарта «Географ (Специалист по выполнению работ и оказанию услуг географической направленности)».

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

доцент кафедры географии и туризма ФГБОУ ВО «ЛГПУ», кандидат педагогических наук Богатырева Дарья Степановна

Утверждена на заседании кафедры географии и туризма

Протокол от «27» 01 2026 г. № 11

Заведующий кафедрой географии и туризма  И.А. Белецкая

Одобрена на заседании учебно-методической комиссии Института естественных наук

Протокол от «04» 02 2026 г. № 7

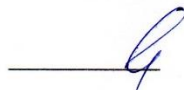
Председатель учебно-методической комиссии

Института естественных наук

 С.Н. Несторенко

**СОГЛАСОВАНО:**

Директор Департамента образования

 В.В. Савенков

## **1. Цели и задачи учебной дисциплины**

**Цель** изучения дисциплины – формирование у студентов знаний об основных понятиях в области технологии продаж, роли потребностей целевой аудитории, современных инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций в туризме, инноваций в туристской рекламе и особенностей управления дестинацией как важного инструмента маркетинговых коммуникаций, PR технологий и инструментария в развитии туризма, понятий и характеристик корпоративной культуры.

**Задачи** дисциплины:

- сформировать навыки по применению современных технологий в реализации туристского продукта;
- раскрыть особенности использования информационных и коммуникативных технологий в процессе разработки и реализации туристского продукта;
- изучить особенности покупательского поведения различных визуальных типов потребителей;
- ознакомить студентов с технологиями обслуживания клиентов;
- развить творческий подход в формировании сбытовой сети в сфере туристских услуг.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Учебная дисциплина «Технологии продаж в туристской индустрии» относится к блоку дисциплин вариативной части.

Необходимыми условиями для освоения учебной дисциплины являются:

**знания** целостной картины общества, адекватной современному уровню знаний о нем; базовые знания по организации туристской деятельности; об основных сферах человеческой деятельности и о социальных институтах; структуру современного рыночного хозяйства, системы функционирования рынка туристских услуг, его участниках и целевой аудитории; классификаций видов туризма.

**умения** формулировать на основе приобретенных знаний собственные суждения и аргументы по определенным проблемам; применять знания в процессе решения познавательных и практических задач, отражающих актуальные проблемы жизни человека и общества; применять знания экономической географии, обществознания, психологии, всемирной истории.

**навыки** поиска, систематизации и комплексного анализа необходимой информации для организации туристской деятельности.

Основывается на базе дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Организация туристской деятельности», «Специализированный туризм», «Разработка и реализация туристских услуг», «Туроперейтинг», «Системы дистрибуции в туризме».

Является основой комплекса профессиональной подготовки будущих специалистов сферы туризма.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине  
(модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

| Код по<br>ФГОС ВО    | Индикатор достижения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Общепрофессиональные |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| ОПК-4                | <p>ОПК-4.1. Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки новых турпродуктов и услуг.</p> <p>ОПК-4.2. Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.</p> | <p>Знает особенности продвижения и реализации турпродукта с использованием информационных технологий; особенности взаимодействия с клиентами и потребителями туристской отрасли; основной состав, содержание, масштаб и структуру издержек в туризме.</p> <p>Умеет осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых туристских продуктов; соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий; учитывать основные характеристики целевой аудитории при исследовании туристского рынка, организации продажи и продвижения туристского продукта; применять полученные знания в удовлетворении потребностей потребителя туристских услуг; применять нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации туристской продукции; находить и использовать необходимую для организации эффективных продаж и продвижения турпродукта информацию.</p> <p>Владеет навыками взаимодействия с целевой аудиторией с целью продажи и продвижения турпродукта; формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, социальных сетях; оценки эффективности развития предприятий туристского кластера.</p> |
| Профессиональные     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| ПК-8                 | <p>ПК-8.1. Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.</p> <p>ПК-8.2. Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов.</p> <p>ПК-8.3. Осуществляет</p>                                                                                                | <p>Знает базовые принципы продажи туристского продукта и отдельных туристских услуг.</p> <p>Умеет вести переговоры с партнерами, согласовывать условия взаимодействия по реализации туристских продуктов.</p> <p>Владеет навыками проведения мероприятий по продвижению туристского продукта, оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов сбыта, разработки мероприятий по</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

|                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| <p>проведение мероприятий по продвижению туристского продукта.</p> <p>ПК-8.4. Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов сбыта, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний.</p> | <p>корректировке рекламных кампаний.</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|

Студенты, завершившие изучение дисциплины «Технологии продаж в туристской индустрии», должны:

*знать* теоретические основы проектирования организации и реализации стратегий и программ для разных типов продуктов, соответствующих запросам потребителей, нормативно-техническую документацию туристско-рекреационного проектирования; основные индивидуальные потребности психофизиологические возможности человека, их взаимосвязь с социальной человека, структуру обслуживания с природных и социальных факторов; основные классификации услуг и их характеристики; офисные технологии и специальное программное обеспечение туристской деятельности, Интернет-технологии; технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии.

*уметь* профессионально пользоваться основными терминами и понятиями, относящимися к туристской деятельности, на русском и иностранном языках; осуществлять поиск и использование информации о состоянии и структуре рынка туристских услуг; пользоваться законодательными актами и нормативными документами по правовому регулированию туристской деятельности; оценивать рынки сбыта, потребителей клиентов, конкурентов в индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и туристской деятельности; выбирать и применять технологии продаж.

*владеть навыками* формирования и продвижения туристских продуктов и услуг соответствующих запросам потребителей; навыками разрешения проблемных ситуаций, возникающих в ходе реализации продукта, мониторинга туристской индустрии; навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта.

#### 4. Структура и содержание учебной дисциплины

##### 4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Объем часов<br>/ зачетных<br>единиц |
|--------------------|-------------------------------------|
|                    | 7 семестр                           |

|                                                                                                             |                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>                                                                        | <b>108 / 3,0 зач. ед.</b> |
| <b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего часов), в том числе:</b>                                 | <b>36</b>                 |
| Лекции                                                                                                      | 16                        |
| Семинарские занятия                                                                                         | -                         |
| Практические занятия                                                                                        | 20                        |
| Лабораторные работы                                                                                         | -                         |
| Курсовая работа / курсовой проект                                                                           | -                         |
| Другие формы организации учебного процесса (контрольные работы, индивидуальные занятия, консультации и др.) | -                         |
| <b>Самостоятельная работа студента (всего часов)</b>                                                        | <b>45</b>                 |
| <b>Контроль</b>                                                                                             | <b>27</b>                 |
| Форма аттестации                                                                                            | Экзамен                   |

## 4.2. Содержание разделов учебной дисциплины

### Тема 1. Роль продаж в маркетинговом процессе

- 1.1. Введение. Цели и задачи освоения дисциплины. Значимость персональной торговли.
- 1.2. Элементы и стратегии продвижения товара
- 1.3. Особенности продажи услуг. Отличие технологии продажи услуг от технологии продажи материальных предметов.

### Тема 2. Типы продаж в туризме

- 2.1. Продажа как процесс удовлетворения потребностей клиентов.
- 2.2. Продажи типа «обслуживание»
- 2.3. «Агрессивные» продажи
- 2.4. «Спекулятивный» тип продаж
- 2.5. «Консультативные» продажи

### Тема 3. Покупательское поведение. Поиск и оценка покупателя

- 3.1. Самооценка и поведение покупателя.
- 3.2. Типы покупателей. Определение типа покупателя. Выявление его мотивов покупки. Распознавание потенциального покупателя.
- 3.3. Специфика взаимодействия с каждым типом покупателя. Выбор способа воздействия на процесс принятия решения о покупке в зависимости от типа потенциального покупателя.
- 3.4. Разработка системы поиска покупателей.

### Тема 4. Переговоры с потенциальным покупателем

- 4.1. Установка контакт с потенциальным покупателем.
- 4.2. Выявление потребностей клиента.
- 4.3. Техника демонстрации турпродукта. Техника подачи информации.

4.4. Соотнесение особенностей товара (услуги) с потребностями и мотивами покупателя.

4.5. Вербальная и невербальная коммуникация.

4.6. Обсуждение личных тем с покупателем. Выбор правильного мотива обращения к покупателю.

**Тема 5.** Процесс принятия решения о покупке турпродукта

5.1. Этапы процесса принятия решения о покупке.

5.2. Способы воздействия на потенциального покупателя.

**Тема 6.** Техника работы с возражениями

6.1. Природа сопротивления покупке

6.2. Возражения в отношении менеджера

6.3. Возражения в отношении товара (турпродукта). Скрытое возражение

6.4. Техника преодоления возражений

6.5. Техника предупреждения возражений потенциального покупателя

**Тема 7.** Торговая презентация

7.1. Приемы привлечения внимания потенциальных покупателей. Поддержание их интереса.

7.2. Демонстрация знаний о турпродукте.

7.3. Формирование доверия к компании.

7.4. Интерпретация преимуществ турпродукта.

7.5. Поощрение вопросов потенциальных покупателей.

**Тема 8.** Технологии активных продаж в туризме

8.1. Составление базы данных потенциальных клиентов (учет, сегментация).

8.2. Ведение истории переговоров с клиентами.

8.3. Анализ эффективности переговоров. Оптимизация переговоров с клиентами на основе результатов анализа.

8.5. Онлайн-продажи.

8.6. Инстаграм и другие социальные сети как эффективный инструмент продаж в туризме

8.7. Технология активных продаж на выставках. Манипулятивные технологии продаж.

#### 4.3. Лекции

| №<br>п/п  | Наименование темы                               | Объем<br>часов |
|-----------|-------------------------------------------------|----------------|
| 7 семестр |                                                 |                |
| 1         | Роль продаж в маркетинговом процессе            | 2              |
| 2         | Типы продаж в туризме                           | 2              |
| 3         | Покупательское поведение                        | 4              |
| 4         | Переговоры с потенциальным покупателем          | 2              |
| 5         | Процесс принятия решения о покупке турпродукта. | 2              |

|               |                                                            |           |
|---------------|------------------------------------------------------------|-----------|
| 6             | Техника работы с возражениями                              | 2         |
| 7             | Торговая презентация. Технологии активных продаж в туризме | 2         |
| <b>Итого:</b> |                                                            | <b>16</b> |

#### 4.4. Практические / семинарские занятия

| №<br>п/п      | Наименование темы                                                       | Объем<br>часов |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 7 семестр     |                                                                         |                |
| 1             | Вербальные средства делового общения как элемент продаж туруслуг        | 2              |
| 2             | Невербальные средства делового общения в туризме                        | 2              |
| 3             | Мотивы и потребности клиента при покупке туруслуг                       | 2              |
| 4             | Стадия установления контакта в туристском бизнесе                       | 4              |
| 5             | Организация процесса продаж. Составляющие эффективной продажи в туризме | 2              |
| 6             | Завершение продажи                                                      | 2              |
| 7             | Технологии продаж в туризме                                             | 2              |
| 8             | Алгоритм работы с возражениями                                          | 2              |
| 9             | Постпродажная работа с клиентом в сфере туризма                         | 4              |
| 10            | Подстройка по метапрограммам                                            | 2              |
| 11            | Особенности использования рефрейминга в процессе продаж туруслуг        | 2              |
| 12            | Использование вопросов в процессе продаж                                | 2              |
| <b>Итого:</b> |                                                                         | <b>20</b>      |

#### 4.5. Лабораторные работы (не предусмотрены).

#### 4.6. Самостоятельная работа студентов

| №<br>п/п  | Наименование раздела / темы                                  | Вид<br>самостоятельной<br>работы | Объем<br>часов |
|-----------|--------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------|
| 7 семестр |                                                              |                                  |                |
| 1         | Мерчандайзинг как современная технология                     | Тезисы                           | 4              |
| 2         | Психологические аспекты коммуникации                         | Доклад                           | 4              |
| 3         | Этические аспекты продаж                                     | Опорный конспект                 | 4              |
| 4         | Потребительский консюмеризм                                  | Реферат                          | 6              |
| 5         | Понятие и характеристики бренда. Брендинг в туризме          | Доклад                           | 4              |
| 6         | Инновации в туристской рекламе                               | Презентация                      | 5              |
| 7         | Возражение «Мне надо подумать». Техника трех шагов. Основные | Опорный конспект                 | 4              |

|                                                  |                                                                         |                  |           |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------|
|                                                  | правила работы с объективными условиями (фундаментальными возражениями) |                  |           |
| 8                                                | Возражения о конкурентах. Техника оценки                                | Реферат          | 5         |
| 9                                                | Возражения о цене. Основные техники работы с возражением о цене         | Опорный конспект | 4         |
| 10                                               | Покупательское поведение. Метод VALS                                    | Доклад           | 4         |
| <b>Итого:</b>                                    |                                                                         |                  | <b>45</b> |
| <b>Контроль самостоятельной работы студента:</b> |                                                                         |                  | <b>27</b> |

#### **4.7. Курсовые работы / проекты не предусмотрены**

### **5. Методическое обеспечение, образовательные технологии**

Учебная работа по данной дисциплине предполагает:

- проведение цикла лекций с использованием мультимедийных технологий (презентации, учебные фильмы);
- разноуровневое обучение (разработка заданий разного уровня для студентов);
- работа в команде (совместная работа студентов в группе при выполнении лабораторных работ).

Также на занятиях по «Технологиям продаж в туристской индустрии» используются интерактивные образовательные технологии, а именно проблемные лекции, просмотр учебных фильмов и их обсуждение, дискуссии.

### **6. Формы контроля освоения учебной дисциплины**

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущим практические работы по дисциплинам в различных формах: защита практических работ (устная форма); тестирование; контрольные работы.

Итоговый контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме устного экзамена.

Система оценивания учебной дисциплины студентов, оценочные средства представлены в фонде оценочных средств к рабочей программе учебной дисциплины (Приложение).

### **7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины**

А) основная литература:

1. Абдель Вахед Э.А.М. Современные технологии в индустрии туризма и гостиничном сервисе : учебник / Абдель Вахед Э.А.М., Мендельсон В.А., Абуталипова Л.Н. — Казань : Издательство КНИТУ, 2021. — 204 с. — ISBN 978-5-7882-3025-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129161.html> (дата обращения: 09.03.2025).

2. Гончарова, А. В. Технологии продаж : учебное пособие / А. В. Гончарова, И. Е. Отвагина. — Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2021. — 140 с. — ISBN 978-5-7014-1030-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126991.html> (дата обращения: 30.12.2022).

3. Жданова, Т. С. Технологии продаж : учебное пособие для бакалавров / Т. С. Жданова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2022. — 183 с. — ISBN 978-5-394-04607-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137771.html> (дата обращения: 01.04.2024)

б) дополнительная литература:

1. Имшинецкая, И. А. Как продавать дорогие и очень дорогие товары. Технологии создания искусственного дефицита / И. А. Имшинецкая. — СПб. : Питер Принт, 2016. — 112 с.

2. Коноваленко, М. Ю. Вверх по лестнице продаж / М. Ю. Коноваленко. — СПб. : Питер, 2012. — 160 с.

3. Мори, Д. Искусство телемаркетинга: общение по телефону для менеджера по продажам : пер. с англ. / Д. Мори. — РнД. : Феникс, 2003. — 160 с.

4. Рысёв, Н. Ю. Активные продажи / Н. Ю. Рысёв. — 2-е изд. — СПб. : Питер, 2009. — 414 с.

5. Саркисян, Б. С. Эффективный тренинг продаж / Б. С. Саркисян. — СПб. : Питер, 2017. — 240 с.

6. Ушаков, Д. С. Технологии продаж в туристическом бизнесе / Д. С. Ушаков. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2016. — 240 с.

7. Шнаппауф, Р. А. Практика продаж: Справочное пособие по всем ситуациям в сбыте : Примеры и упражнения. Вопросы для определения профессионального уровня. : пер. с нем. / Р. А. Шнаппауф. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Интерэксперт, 2013. — 448 с.

в) Интернет-ресурсы:

1. Информационный портал «Современный туризм» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [www.npark.ru](http://www.npark.ru). □ Загл. с экрана. — Дата обращения: 22.08.2023.

2. Национальный туристический портал России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.russiajourney.ru/> — Загл. с экрана. — Дата обращения: 22.08.2023.

3. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru) □ Загл. с экрана. – Дата обращения: 22.08.2023.

4. Сайт Ассоциации туроператоров России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.atorus.ru](http://www.atorus.ru) □ Загл. с экрана. – Дата обращения: 22.08.2023.

5. Сайт Всемирной туристской организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.unwto.org](http://www.unwto.org) □ Загл. с экрана. – Дата обращения: 22.08.2023.

6. Сайт Российского союза туриндустрии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.rostourunion.ru](http://www.rostourunion.ru) □ Загл. с экрана. – Дата обращения: 22.08.2023.

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Лекционные занятия: комплект электронных презентаций; аудитория, оснащенная презентационной техникой (мультимедийная доска, ноутбук).

Практические работы: электронных презентаций; аудитория, оснащенная презентационной техникой (мультимедийная доска, ноутбук).

Рабочее место преподавателя, оснащенное ноутбуком с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами (ноутбуками) с доступом в Интернет, предназначенные для работы в информационной образовательной среде.

## 9. Лист дополнений и изменений

[illegible]

