

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
МОДЕЛИ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ**

43.03.02 Туризм

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

– **Цель освоения дисциплины.** освоения дисциплины «Модели покупательского поведения» является формирование у студентов системы знаний об экономической стороне технологии продаж туристических услуг, системы маркетинга, анализа продаж туристических продуктов, характерных для сферы туризма в России, а также приобретение умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей потребителей турпродукта.

Задачи освоения дисциплины:

- дать понимание основ создания и функционирования системы продаж;
- сформировать у студентов комплекс знаний о процессах обслуживания клиентов;
- подготовить студентов к практическому использованию маркетинговых средств в продажах;
- повысить коммуникативную компетентность студентов;
- раскрыть методы и приёмы ведения продаж на внутренних и международных рынках;
- овладеть комплексом знаний и практических навыков по использованию современных технологий и эффективных техник продаж туристического продукта продаж;
- выработать навыки работы в использовании современных приемов продаж;
- развить у студентов профессиональные навыки менеджеров по продажам туристических услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Модели покупательского поведения» Б1.В.1.ДВ.09.02- в туризме входит в перечень курсов по выбору.

Дисциплина опирается на знания, умения и компетенции (входные), освоенные при изучении следующих дисциплин и практик: Методы научных исследований, Сервисная деятельность, Конфликтология в туризме, Маркетинг туристского продукта, Управление качеством услуг в туризме, Стандартизация и сертификация туристских услуг, Технологии туризма, Организация рекламной компании, Связи с общественностью.

Технологии делового общения в сфере туризма и гостеприимства, Деловые коммуникации в сфере туризма, Сервисная практика.

Дисциплина связана с такими предметами как: Организация транспортных услуг в туризме, Создание и продвижение туристского бренда, Организация системы гостеприимства.

Является предшествующей для дисциплин: Информационная безопасность в туризме, Преддипломная практика, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, Выполнение и защита выпускной квалификационной работы.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами
---	--

		достижения компетенций
<p>ОПК-3 способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности;</p>		<p>планировать деятельность предприятия сервиса; организовать контактную зону для обслуживания потребителей; выбирать оптимальные процессы сервиса, соответствующие запросам потребителя, организовать процесс предоставления услуг потребителю, в том числе с учетом социальной политики государства, развивать клиентурные отношения; оценивать производственные и непроизводственные затраты на обеспечение деятельности предприятия сервиса; исследовать потребительский спрос; свободно ориентироваться в структуре и функциях предприятий общественного питания.</p> <p>владеть: основами организации индустрии гостеприимства, основами технического и технологического оснащение предприятий ресторанного сервиса; навыками оценки удовлетворения потребителей услуг ресторанного; навыками анализа составления договорной документации, механизмами построения взаимоотношений между предприятием и потребителями (клиентом, гостем).</p> <p>знать: основные понятия и категории индустрии гостеприимства и ресторанного дела, структуру предприятия общественного питания, технологии и организацию услуг общественного питания, организацию предприятий питания в гостиничных комплексах, техническое и технологическое оснащение предприятий ресторанного сервиса.</p>
<p>ОПК-4 способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта;</p>		<p>-знать как осуществлять исследование туристского рынка, систематизировать, интерпретировать и оценивать информацию;</p> <p>-уметь использовать полученную маркетинговую информацию для оценки состояния рынка и уровня конкурентоспособности организации</p> <p>-владеть навыками организации продажи и продвижения туристского продукта</p>
<p>ПК-4 способен к организации процесса обслуживания потребителей и туристов.</p>		<p>Знать нормативно-правовую базу туристской деятельности и применяет её в решении практических задач сферы туризма.</p> <p>Знать перечень обязательств туристского предприятия перед партнерами, сторонними организациями, заказчиками туристских продуктов и туристских услуг.</p> <p>Уметь анализировать содержание жалоб и претензий туристов к качеству туристского обслуживания на основе сопоставления договорных обязательств, стандартов обслуживания и соответствующей нормативно-правовой</p>

	базы, умеет формулировать предложения по предъявлению претензий к субъектам оказания туруслуг.
--	--

4. Общая трудоемкость дисциплины:

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часа)

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: лекции, практические занятия, семинарские занятия, электронные презентации, дискуссии, кейс технология, игровая технология, работа в малых группах.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии: составление глоссария, разбор конкретных ситуаций, компьютерные презентации, написание эссе, подготовка индивидуальных и групповых проектов, портфолио.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: устный контроль, выполнение тестовых заданий, защита практических работ, докладов.

Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамен.