**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**
**«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА»**
**(ВГУЭС)**

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель структурного подразделения

_____ Смагина Л.А.

---

**Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки**
**«Специалист по продажам»**

**СОГЛАСОВАНО**

Руководитель программы _____ Беленькая Ж.А.

Составитель программы _____ Беленькая Ж.А.

2021

# ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1. **Цель:** Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки направлена на получение компетенции, необходимой для выполнения нового вида деятельности.

2. **Задачи:**

1. Реализация предлагаемых гостиничных услуг.
2. Формирование пакета гостиничных услуг, исходя из пожеланий клиента.
3. Аргументирование приобретения гостиничного продукта потребителем.
4. Увеличение количества продаж гостиничных услуг.
5. Анализ поведения потребителей и состояние спроса.
6. Применение методов количественного и качественного анализа при принятии управленческих решений.
7. Применение методов маркетингового планирования.
8. Организация процесса обслуживания потребителя гостиничного бизнеса, через эффективное общение с покупателями гостиничного продукта.
9. Продвижение на туристическом рынке гостиничных услуг, необходимых для удовлетворения потребностей и нужд различных потребительских групп и субъектов туристического рынка.

**3. Категории обучающихся**

К освоению программы допускаются лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

## 4. Планируемые результаты обучения

В результате обучения по дополнительной профессиональной программе слушатель овладеет/усовершенствует следующие компетенции:

В результате освоения программы слушатель должен

**знать:**

– теоретические, правовые и практические основы технологии продаж гостиничных услуг;

– механизм и технологии продаж гостиничного продукта;

– основные положения оптовой продажи гостиничных услуг туроператорам и последующей розничной продаже турагентам;

– принципы построения взаимоотношений с покупателями;

– особенности современных технологий продаж гостиничного продукта;

– принципы организации внутреннего маркетинга гостиницы.

**уметь:**

– реализовывать предлагаемые гостиничные услуги;

– формировать пакет гостиничных услуг, исходя из пожеланий клиента;

– аргументировать приобретение гостиничного продукта потребителем;

– увеличивать количество продаж гостиничных услуг;

– анализировать поведение потребителей и состояние спроса;

– применять методы количественного и качественного анализа при принятии управленческих решений;

– применять методы маркетингового планирования.

**5. Объем программы:** 250 часов трудоемкости.

Форма обучения: очная с применением различных образовательных технологий, в том числе дистанционные образовательные технологии, частично электронное обучение, компьютерные технологии (интернет-платформы, интернет-сервисы, электронные информационные и образовательные ресурсы).

**6. Календарный учебный график**

| **График обучения** / **Форма обучения** | **Ауд. часов в день** | **Дней в неделю** | **Общая продолжительность программы, месяцев (дней, недель)** |
|---|---|---|---|
| с отрывом от работы (очная) | 6 | 5 | 2 мес., 2 дня |
| с частичным отрывом (очно-заочная) | | | |
| без отрыва от работы (заочная) | | | |

**7. Документ, выдаваемый после завершения обучения**

Диплом о профессиональной переподготовке

**8. Организационно-педагогические условия:**

Для реализации дополнительной профессиональной программы повышения квалификации предусмотрена мастерская по компетенции «Администрирование отеля», которая оснащена современной материально-технической базой, соответствующей требованиям инфраструктурного листа WorldSkills Russia по компетенции «Администрирование отеля», кадры.

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**
**«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА»**
**(ВГУЭС)**

# УЧЕБНЫЙ ПЛАН

дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки
«Специалист по продажам»

| № п/п | Наименование модулей (дисциплин) | Трудоемкость в часах: | | | | | | Формы контроля |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Всего | аудиторные занятия, в т.ч. | | | | Самостоятельная работа | |
| | | | Всего | лекции | Практические, лабораторные, семинарские занятия, тренинги и др. | | | |
| | | | | | всего | в т.ч. выездные | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1. | Модуль 1. Стандарты Ворлдскиллс и спецификация стандартов Ворлдскиллс по компетенции «Администрирование отеля». Разделы спецификации | 2 | 2 | 2 | - | | | - |
| 2. | Модуль 2. Требования охраны труда и техники безопасности | 2 | 2 | 2 | - | - | - | - |
| 3. | Модуль 3. Развитие продаж и их роль в гостиничном бизнесе | 50 | 50 | 25 | 15 | - | 10 | - |
| 4. | Модуль 4. Покупка гостиничного продукта потребителем. Мотивации покупок в гостиничном бизнесе | 54 | 54 | 27 | 17 | - | 10 | - |
| 5. | Модуль 5. Разработка стратегии продаж | 27 | 27 | 14 | 8 | - | 5 | - |
| 6. | Модуль 6. Приемы продаж | 27 | 27 | 14 | 8 | - | 5 | - |
| 7. | Модуль 7. Среда, в которой реализуются продажи | 27 | 27 | 14 | 8 | - | 5 | - |
| 8. | Модуль 8. Управление продажами | 27 | 27 | 14 | 8 | - | 5 | - |
| 9. | Модуль 9. Оценка эффективности сбытовой деятельности | 23 | 23 | 12 | 8 | - | **3** | - |
| 10. | Итоговая аттестация | 11 | - | - | - | - | - | Экзамен |
| | Итого: | 250 | 239 | 124 | 72 | - | 43 | |

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**
**«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА»**
**(ВГУЭС)**

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки
«Специалист по продажам»

**1. Модуль 1. Стандарты Ворлдскиллс и спецификация стандартов Ворлдскиллс по компетенции «Администрирование отеля». Разделы спецификации. (2 часа)**
1.1. Темы 1: Актуальное техническое описание по компетенции. Спецификация стандарта Ворлдскиллс по компетенции. (1час)
Содержание Темы 1:
Конкурсное задание, техническое описание, инфраструктурный лист.

1.2. Тема 2. Стандарты Ворлдскиллс и спецификация стандартов Ворлдскиллс по компетенции, разделы спецификации. (1час)
Содержание Темы 2:
Критерии оценивания, кодекс этики, основные термины.

**Список рекомендуемой литературы и других информационных ресурсов по Модулю 1:**
Техническое описание компетенции;
Комплект оценочной документации по компетенции;
Официальный сайт оператора международного некоммерческого движения WorldSkills International - Союз «Молодые профессионалы (Ворлдскиллс Россия)» (электронный ресурс) режим доступа: https://worldskills.ru;
Единая система актуальных требований Ворлдскиллс (электронный ресурс) режим доступа: https://esat.worldskills.ru.

**2. Модуль 2. Требования охраны труда и техники безопасности. (2 часа)**
2.1. Темы 1: Требования охраны труда и техники безопасности. (1час)
Содержание Темы 1:
Основы безопасного труда и эффективная организация рабочего места в соответствии со стандартами Ворлдскиллс и спецификацией стандартов Ворлдскиллс по компетенции.

2.2. Тема 2. Специфичные требования охраны труда, техники безопасности и окружающей среды по компетенции. (1час)
Содержание Темы 2:
Основы безопасного труда и эффективная организация рабочего места в соответствии со стандартами Ворлдскиллс и спецификацией стандартов Ворлдскиллс по компетенции.

**3. Модуль 3. Развитие продаж и их роль в гостиничном бизнесе (50 часов)**

3.1 Тема 1: Каналы распределения и товародвижения. (8 часов)
Содержание Темы 1:

Каналы распределения и товародвижения. Спрос, формирование спроса и стимулирование сбыта. Торговые посредники и их классификация. Организация оптовой и розничной торговли.

3.2 Тема 2: Дилеры и дистрибьюторы. (8 часов)
Содержание Темы 2:

Дилеры и дистрибьюторы. Мерчандайзинг. Компоненты организации эффективного сбыта. Методы персональных продаж.

3.3 Тема 3: Подходы к формированию прямого сбыта на основе клиентского анализа. (9 часов)
Содержание Темы 3:

Подходы к формированию прямого сбыта на основе клиентского анализа. Особые формы коммерческого взаимодействия: франчайзинг, многоуровневый маркетинг.

**Тематика и описание практических занятий по Модулю 3 (15 часов)**

Исходная информация.

Сущность продаж и их роль.

Имидж продаж.

Маркетинговая концепция.

Реализация маркетинговой концепции.

Зависимость между продажами и маркетингом.

**Самостоятельная работа по Модулю 3 (10 часов)**

Сущность управления продажами и его предназначение.

Типы продаж.

**Формы и методы контроля знаний слушателей по Модулю 3**

Практическая работа. Зачет

**4. Модуль 4. Покупка гостиничного продукта потребителем. Мотивации покупок в гостиничном бизнесе (54 часа)**

4.1 Тема 1: Факторы ситуационного влияния на принятие решения о покупке. (9 часов)
Содержание Темы 1:

Факторы ситуационного влияния на принятие решения о покупке. Характеристика процесса принятия потребителем решения о покупке.

4.2 Тема 2: Осознание потребителем потребности в товаре и информационный поиск. (9часов)
Содержание Темы 2:

Осознание потребителем потребности в товаре и информационный поиск. Оценка и выбор потребителем покупательского решения.

4.3 Тема 3: Маркетинговое поведение продавца коммерсанта как решающее условие эффективного поведения потребителя. (9 часов)
Содержание Темы 3:

Маркетинговое поведение продавца коммерсанта как решающее условие эффективного поведения потребителя. Поведение потребителя после покупки.

**Тематика и описание практических занятий по Модулю 4 (17 часов).**

Покупательское поведение потребителя.

Факторы, влияющие на процесс принятия решения потребителями.

Покупательское поведение организации.

Развитие практики закупок.

Управление взаимоотношениями.

**Самостоятельная работа по Модулю 4 (10 часов)**

Факторы, влияющие на процесс принятия решения потребителями.

Различия в покупательском поведении потребителей и организаций.

**Формы и методы контроля знаний слушателей по Модулю 4**

Практическая работа. Зачет

**5. Модуль 5. Разработка стратегии продаж (27 часов)**

5.1 Тема 1: Выбор стратегии выстраивания продаж. (2 часа)

Содержание Темы 1:

Выбор стратегии выстраивания продаж в зависимости от компании, продукта (товара или услуги), каналов сбыта, клиентов, ситуации на рынке.

5.2 Тема 2: План продаж, как завершающий этап маркетингового плана. (3 часа)

Содержание Темы 2:

План продаж, как завершающий этап маркетингового плана. Виды планов. Элементы и методы планирования продаж. Технические и психологические ошибки планирования.

5.3 Тема 3: Составляющие плана продаж. (3 часа)

Содержание Темы 3:

Составляющие плана продаж. Планирование действий. Планирование контактов. Рассмотрение примера формы для планирования продаж. Процесс продаж.

5.4 Тема 4: Поиск новых клиентов, собственно продажи, документарное оформление сделки. (3 часа)

Содержание Темы 4:

Поиск новых клиентов, собственно продажи, документарное оформление сделки. Развитие продаж. Определение психологического типа клиента.

5.5 Тема 5: Продажа личной встречи, преодоление барьеров. (3 часа)

Содержание Темы 3:

Продажа личной встречи, преодоление барьеров. Диагностика возможностей клиента. Диагностика потребностей клиента.

**Тематика и описание практических занятий по Модулю 5 (8 часов).**

Разработкамаркетинговых планов.

Место продаж в маркетинговом плане.

**Самостоятельная работа по Модулю 5 (5 часов)**

Продажи и маркетинговое планирования.

Процесс планирования.

**Формы и методы контроля знаний слушателей по Модулю 5**

Практическая работа. Зачет

**6. Модуль 6. Приемы продаж (27 часов)**

6.1 Тема 1: Сфера ответственности при продажах и подготовка к продажам. (4 часа)

Содержание Темы 1:

Сфера ответственности при продажах и подготовка к продажам. Навыки и умения для осуществления персональных продаж.

6.2 Тема 2: Продажи ключевым клиентам и управление этими клиентами. (5 часов)

Содержание Темы 2:

Продажи ключевым клиентам и управление этими клиентами. Продажи на основе взаимоотношений.

6.3 Тема 3: Использование для продаж приемов прямого маркетинга и информационных технологий. (5 часов)

Содержание Темы 3:

Использование для продаж приемов прямого маркетинга и информационных технологий. Техники подготовки и проведения переговоров о продажах. Работа с возражениями клиентов.

**Тематика и описание практических занятий по Модулю 6 (8 часов)**

Продажи ключевым клиентам и управление этими клиентами.

Продажи на основе взаимоотношений.

Использование для продаж приемов прямогомаркетинга и информационных технологий.

**Самостоятельная работа по Модулю 6 (5 часов)**

Сфера ответственности при продажах и подготовка к продажам.
Навыки и умения дляосуществления персональных продаж.

**Формы и методы контроля знаний слушателей по Модулю 6**

Практическая работа. Зачет

**7. Модуль 7. Среда, в которой реализуются продажи (27 часов)**

7.1 Тема 1: Правовые и этические аспекты продаж гостиничного продукта. (5 часов)

Содержание Темы 1:

Правовые и этические аспекты продаж гостиничного продукта.

7.2 Тема 2: Международные продажи. (5 часов)

Содержание Темы 2:

Международные продажи. Послепродажное обслуживание и формирование сбытовых отношений с внешней общественностью гостиничного хозяйства (туроператорами, турагентствами, турброкерами, туристами).

7.3 Тема 3: Условия, в которых осуществляются продажи. (4 часа)

Содержание Темы 3:

Условия, в которых осуществляются продажи.

**Тематика и описание практических занятий по Модулю 7 (8 часов).**

Промышленные/коммерческие продажи и продажи органам власти.

Продажи для перепродажи.

Услуги, связанные с продажами.

Стимулирование продаж.

Выставки.

Международные продажи.

Правовые и этические аспекты продаж.

**Самостоятельная работа по Модулю 7 (5 часов)**

Ситуационные и управленческие факторы, влияющие на продажи.

Каналы продаж.

**8. Модуль 8. Управление продажами (27 часов)**

8.1 Тема 1: Основные функции процесса управления продажами. (4 часа)

Содержание Темы 1:

Основные функции процесса управления продажами. Отбор, найм и подготовка персонала. Организационная структура отдела продаж.

8.2 Тема 2: Формирование организационной структуры на основе коммерческой значимости клиентов. (4 часа)

Содержание Темы 2:

Формирование организационной структуры на основе коммерческой значимости клиентов. Мотивация и подготовка торговых представителей.

8.3 Тема 3: Организация деятельности торговых представителей и вознаграждение за их работу.

Содержание Темы 3: (3часа)

Организация деятельности торговых представителей и вознаграждение за их работу. Организация работы, контроль и оценка деятельности сбытовой сети (турфирм).

8.4 Тема 4: Разработка системы мотивации турфирм и оценка эффективности их сбытовой деятельности. (3 часа)

Содержание Темы 4:

Разработка системы мотивации турфирм и оценка эффективности их сбытовой деятельности. Прогнозирование объема продаж. Составление бюджета продаж и его оценка.

**Тематика и описание практических занятий по Модулю 8 (8 часов)**

Мотивация и подготовка торговых представителей.

Организация деятельности торговых представителей и вознаграждение за их работу.

Прогнозирование объема продаж.

Составлениебюджета сбыта и его оценка.

Организационная структура отдела продаж.

**Самостоятельная работа по Модулю 8 (5 часов)**

Основные функции процесса управления продажами.

Отбор, найм и подготовка персонала.

**9. Модуль 9. Оценка эффективности сбытовой деятельности (12 часов)**

9.1 Тема 1: Контроль сбытовой деятельности и оценка ее эффективности (4 часа).

Содержание Темы 1:

Контроль сбытовой деятельности и оценка ее эффективности. Критерии и методы определения эффективности продаж. Направления анализа марочных товаров.

9.2 Тема 2: Аудит бренда. (4 часа)

Содержание Темы 2:

Анализ рекламной и маркетинговой деятельности. Рейтинги. Модели и методы оценки коммуникативной эффективности продаж.

9.3 Тема 3: Анализ лояльности покупателей. (4 часа)

Содержание Темы 3:

Анализ лояльности покупателей. Конкурентный анализ и конкурентный профиль продукции. Экономическая эффективность сбыта.

**Тематика и описание практических занятий по Модулю 9 (8 часов)**

Модели и методы оценки коммуникативной эффективности продаж.

Анализ лояльности покупателей.

Конкурентный анализ и конкурентный профиль продукции.

Экономическая эффективность сбыта.

**Самостоятельная работа по Модулю 9 (3 часа)**

Критерии и методы определения эффективности продаж.

Анализ рекламной имаркетинговой деятельности.

**Список рекомендуемой литературы и других информационных ресурсов по модулям:**

**Основные источники**

1. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие / А.В. Сорокина. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 304 с.: 60x90 1/16. - (ПРОФИль). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://znanium.com/go.php?id=430064

2. Тимохина, Т. Л. Гостиничный сервис : учебник для СПО / Т. Л. Тимохина. — М. :

Издательство Юрайт, 2017. — 331 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://biblio-online.ru/book/05FBCB8B-ADDB-4861-869C-83A61B803759

3. Тимохина, Т. Л. Гостиничная индустрия : учебник для СПО / Т. Л. Тимохина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 336 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://biblio-online.ru/book/12AC7584-3AAC-48DC-A720-4CA49A6FD829

4. Ветитнев, А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для СПО / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 402 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://biblio-online.ru/book/083FA846-891E-4EFC-A8CE-7A9B6AE5F77A

Дополнительные источники:

1. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской и гостиничной индустрии : учебное пособие для вузов / Г. М. Дехтярь. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/452692.

2. Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 205 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblioonline.ru/bcode/455119

3. Каменец, А. В. Основы культурно-досуговой деятельности : учебник для вузов / А. В. Каменец, И. А. Урмина, Г. В. Заярская ; под научной редакцией А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06403-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblioonline.ru/bcode/452814

Журналы (электронные): «Отель» «Пять звезд» «Гостиница и ресторан» «PRO - отель» «Планета отелей. Тенденции. Менеджмент. Инвестиции».

Интернет-ресурсы

1. http://www.travelmole.com
2. http://www.hotelnews.ru
3. http://www.stonef.ru/history.htm
4. http://all-hotels.ru
5. http://www.amadeus.ru
6. http://www.gaomoskva.ru
7. http://www.hotelsinfoclub.ru/archiv

**Материально-техническое обеспечение программы**

**Мастерская по компетенции «Администрирование отеля»**

**Тренажер Стойка приема и размещения гостей с модулем онлайнбронирования**

**учебно-лабораторное оборудование:**

Многофункциональное устройство №2 МФУ Xerox;

WC3345;Ноутбук №2 Lenovo V155-15API;

**учебно-производственное оборудование:**

Ноутбук №2 Lenovo V155-15API;Ноутбук №4 Lenovo V155-15API;

Многофункциональное устройство №2 МФУ Xerox

WC3345;ЖК-панель;

Диван офисный;

Счетчик банкнот DoCash 3040 UV;

Терминал ICT 220 Ethernet + клавиатура выносная IPP 220 с Contacless (для ICT 220/250);Стойка администратора;

Записывающее устройство магнитных карт (энкодер), марка Singular. Модель: SCW LoCo/HiCo usb;

Стол журнальный на металлическом каркасе;

Комплект кассового оборудования Атол.

**программное и методическое обеспечение:**

Office Professional Plus 2019 Russian OLV NL Each AcademicEdition Additional Product Microsoft Ireland Operations Limited;

Система управления гостиницей №2 HRS Oracle Hospitality OPERA;

Система управления гостиницей № 1 Libra Hospitality «Logus HMS»;

Интегрированный пакет программного обеспечения для создания и редактирования растровых и векторных изображений №2 Adobe Crative Cloud.